

MERANIE EKONOMICKÉHO A FINANČNÉHO VPLYVU MAJSTROVSTIEV SVETA V HOKEJI 2011 NA MESTO KOŠICE

Miriam Šebová, Peter Džupka

Úvod

Pri posudzovaní významu a účinkov ekonomických aktivít v ohraničenom priestore ponúkajú ekonomické vedy aparát vybraných nástrojov. Pre prax je zaujímavé skúmať ekonomický vplyv veľkých infraštruktúrnych projektov (napr. výstavby letísk, prístavov, diaľnic, priemyselných parkov) alebo vplyvy lokalizácie podnikov a inštitúcií. Výber vhodnej metódy skúmania závisí od typu posudzovanej aktivity a cieľa analýzy, pričom najčastejšie sa využívajú finančná analýza, cost-benefit analýza, štúdie uskutočniteľnosti, analýzy vplyvov na životné prostredie a tzv. štúdie ekonomických vplyvov (angl. economic impacts), ktoré umožňujú kvantifikovať dodatočné príjmy, ktoré prinesie analyzovaná aktivita pre lokálnu, regionálnu alebo národnú ekonomiku.

Jedným z najrýchlejšie rastúcich segmentov priemyslu cestovného ruchu je organizovanie veľkých športových alebo kultúrnych podujatí celosvetového významu (napr. Majstrovstvá sveta, Olympijské hry, hudobné festivaly), o ktoré súperia hostiteľské mestá vzhľadom na potenciál zvýšiť ich atraktivnosť na celosvetovej mape turizmu. Organizovanie týchto podujatí sprevádzajú zväčša veľké investície z verejných zdrojov plynúce do výstavby technickej a turistickej infraštruktúry. V tejto súvislosti sa v zahraničí pravidelne realizujú štúdie ekonomických vplyvov tohto typu podujatí, ktoré majú za cieľ zhodnotiť jeho ekonomické prínosy a slúžia ako argumentačný nástroj pri rozhodovaní o verejnej podpore.

Príspevok je rozdelený do dvoch častí. V prvej časti sú rozpracované teoretické aspekty problematiky vyhodnocovania dopadov veľkých udalostí a merania ich ekonomického

vplyvu na lokálnu ekonomiku. V druhej časti príspevku sú prezentované výsledky analýzy ekonomického vplyvu Majstrovstiev sveta (MS) v ľadovom hokeji na mesto Košice, ktoré sa uskutočnili v roku 2011. Cieľom výskumu bolo vyhodnotiť priame ekonomické vplyvy veľkého športového podujatia, ktoré sa viazali na zvýšený dopyt v regióne spôsobený prílevom turistov. Vstupy do kvantitatívnej analýzy boli zbierané prostredníctvom rozsiahleho terénneho výskumu, ktorý prebiehal formou dotazníkového prieskumu počas celého priebehu trvania MS.

1. Teoretické súvislosti hodnotenia ekonomických vplyvov

Na Slovensku máme málo skúseností s usporiadaním veľkých podujatí celosvetového významu, preto aj metodika pre hodnotenie ich ekonomického vplyvu nie je rozpracovaná. V slovenskej odbornej a vedeckej literatúre absentujú štúdie vplyvov veľkých športových a kultúrnych podujatí na lokálnu ekonomiku a iné štúdie ekonomických vplyvov sa vyskytujú len sporadicky.

Najčastejšie sú spracovávané štúdie, ktoré sa zaoberajú ekonomickým vplyvom lokalizácie veľkých zahraničných podnikov (priamych zahraničných investícií) na celú ekonomiku SR napr. vplyv spoločnosti Siemens v ekonomike SR analyzovali [29], ďalej [35], [36]. V menšej miere sú dostupné štúdie, ktoré sa zaoberajú vplyvom lokalizovania podnikov na regionálnu ekonomiku napr. [34] alebo [24] analyzovali vplyv podniku Embraco Slovakia na priemysel Dolného Spiša. V Čechách sa vplyvmi lokalizácie malých a stredných podnikov na ekonomiku zaoberali [6]. Na Slovensku, z teoretického pohľadu, popisuje význam malých a stredných podnikov a ich vplyv na lokálny ekonomický

rozvoj napr. [31], [32], [33]. Metódu multiplikátora využila pri analýze ekonomického vplyvu rekreačného aquaparku Tatralandia na segment malých a stredných podnikov v regióne Liptov [20]. Niektoré štúdie sa zaoberajú vplyvom a významom univerzít napr. [15].

Spomínané štúdie nevyužívajú metodiku hodnotenia ekonomických vplyvov na základe merania dodatočných výdavkov v lokálnej ekonomike, ktorú sme použili v prípadovej štúdii k MS. Podobná metodika, o ktorú sa opierame v príspevku, bola použitá v len pri meraní vplyvu Ekonomickej univerzity v Bratislave na mesto Bratislava [28], [23]. Z tohto hľadiska bolo meranie ekonomického vplyvu veľkého športového podujatia MS 2011 v hokeji na Slovensku unikátne. V zahraničí je spracovanie podobných štúdií pri realizácii veľkých športových udalostí typu Olympijské hry alebo Majstrovstvá sveta bežné.

Špeciálne udalosti alebo tzv. „big events“ môžu byť definované ako „jednorazové alebo opakujúce sa udalosti s ohraničeným trvaním, ktoré boli realizované primárne s cieľom zvýšiť povedomie, prítťaživosť a ziskovosť turistickú destináciu v krátkodobom alebo dlhodobom časovom vymedzení“ [30]. Veľké udalosti majú v súčasnosti dve hlavné črty, po prvé majú významné dôsledky pre hostiteľské mesto, región alebo štát, v ktorom sa uskutočňujú a po druhé sú schopné pritiahnúť značné pokrytie médiami [10]. [12] sumarizovali rôzne indikátory vplyvov špeciálnych udalostí na lokalitu, v ktorej sa uskutočňovali, a to v ekonomickej, sociálnej, kultúrnej a environmentálnej oblasti. [2] uvádzajú efekty hostovania veľkých udalostí na vybrané mestá. Veľké udalosti sú významným prínosom pre marketing hostiteľských miest [26], [13], [25].

Rovnako veľké športové udalosti prinášajú okrem ekonomických efektov aj sociálne benefity pre hostiteľskú komunitu. [9] využili pri hodnotení dodatočných vplyvov športových podujatí prístup tzv. Balanced Scoreboard, ktorý bol vyvinutý na Harvardskej univerzite.

Šport je považovaný za generátor národného a lokálneho ekonomického a sociálneho rozvoja. Z pohľadu ekonomiky je sledovaný ako odvetvie, ktoré podporuje stratégie na regeneráciu miest. Z hľadiska sociálneho je vnímaný ako nástroj na rozvoj mestských komunít a na znižovanie sociálneho vylúčenia a kriminality. Veľké športové podujatia majú multiplikačný

efekt na mnohé sektory ekonomiky, umožňujú propagovať lokálne produkty globálnemu publiku, rozširujú investičné a exportné príležitosti miestnych podnikateľov, rozvíjajú cestovný ruch v hostiteľskej krajine a zvyšujú morálku a hrdosť obyvateľov, čo sú faktory, ktoré motivujú zapojenie spoločnosti a verejnú podporu [17].

Organizovanie veľkých športových udalostí vyžaduje značné verejné investície, ktoré musí znášať hostiteľské mesto alebo krajina najmä pri budovaní podpornej infraštruktúry (napr. športových hál, ubytovacích kapacít, dopravnej infraštruktúry). Medzinárodné federácie konkrétneho športu sa podieľajú len na organizačných nákladoch. Preto jedným z najčastejších cieľov ekonomických analýz je určenie legitimitnosti týchto verejných výdavkov.

Pri hodnotení veľkých udalostí sa výber vhodnej metodológie posudzuje podľa sledovanej geografickej oblasti vplyvu (lokálne, regionálne a národné analýzy), podľa obdobia uskutočnenia analýzy a podľa cieľa hodnotenia. Podľa obdobia rozdeľujeme štúdie na ex ante (napr. štúdie uskutočniteľnosti) a ex post. Podľa cieľov hodnotenia sa v zahraničnej vedeckej literatúre pri hodnotení veľkých športových podujatí vyskytujú najčastejšie dva prístupy:

1. *Aplikácia klasických metód finančnej analýzy.* Tieto sledujú napr. cieľ hľadania najlepšej možnej alternatívy, ktorá prinesie v budúcnosti najvyššie čisté príjmy (cost – benefit analýza) alebo porovnáva náklady a výnosy podujatia (finančná analýza).
2. *Analýza ekonomických vplyvov.* Cieľom tejto analýzy je vyčíslieť, aké dodatočné peniaze prinieslo športové podujatie do ekonomiky. Výsledkom týchto analýz sú vždy kvalifikované odhady počtu a štruktúry návštevníkov, ktorí prišli do sledovanej oblasti len za účelom zúčastnenia sa športovej udalosti a tiež kvalifikované odhady ich priemerných a celkových výdavkov. Po tejto základnej analýze sú vypočítavané ďalšie vplyvy na ekonomiku použitím rôznych metód. Napr. zahraničné štúdie, ktoré sledujú vplyv veľkých športových podujatí na národnej úrovni aplikujú do výpočtov output-input model napr. [17]. Štúdie, ktoré sledujú lokálne vplyvy podujatia, väčšinou používajú výpočet pomocou lokálneho multiplikátora napr. [8].

To, že analýzy ekonomických vplyvov patria medzi štandardné metódy hodnotenia veľkých športových podujatí, dokazuje počet štúdií,

ktoré sa týmto spôsobom na svete realizovali. [19] uvádza prehľad 12 ex ante štúdií a 16 ex post štúdií ekonomických vplyvov veľkých športových podujatí realizovaných na americkom kontinente od roku 1973 do roku 2006. Štúdie analyzujú napr. vplyvy Olympijských hier (v Atlante v roku 1996), tradičné majstrovstvá v americkom futbale (Super Bowl) a pravidelné série zápasov zámozskej hokejovej ligy NHL.

[17] kriticky hodnotili ekonomické vplyvy Majstrovstiev sveta vo futbale FIFA World Cup organizovanom v Južnej Kórei v roku 2002. Podľa ich výskumu 57,7 % všetkých turistov, ktorí sa zúčastnili MS, bol hlavný dôvod návštevy účasť na MS. Ďalej vypočítali, že MS priniesli dodatočné výdavky vo výške 1,35 mld. USD v tržbách, 307 mil. USD v príjmoch a 713 mil. USD v pridanej hodnote pre Južnú Kóreu. [4] merali výdavky návštevníkov univerzitných športových hier (Nothern Conference University Games) v Lismore v Austrálii v roku 1995, pričom porovnávali rôzne techniky zberu údajov od návštevníkov.

Z európskeho prostredia sú známe britské štúdie. [8] odhadol, že ekonomický vplyv realizácie tenisového turnaja British Open v roku 1999 predstavoval dodatočné príjmy 20,8 mil. USD na lokálnu ekonomiku. [9] porovnávali vo svojej štúdií ekonomický vplyv 10 najväčších športových udalostí realizovaných vo Veľkej Británii počas rokov 1997–2002.

Medzi ex ante štúdie patrí štúdia hodnotenia predpokladaných nákladov a príjmov Majstrovstiev Európy vo futbale UEFA 2012, ktoré sa uskutočnili v Poľsku a na Ukrajine [11]. K Letným olympijským hrám v Londýne v roku 2012 bolo vypracovaných niekoľko ex ante štúdií hodnotenia vplyvov na mesto napr. [3], [21].

1.1 Metodika merania ekonomických vplyvov veľkých športových podujatí

Metodika využívaná pri meraní ekonomických vplyvov je síce jedinečná pre každý typ podujatia, ale opiera sa o nasledovné štandardné postupy.

Efekty vplyvu nových ekonomických aktivít sa najčastejšie delia na tri skupiny: priame, nepriame a indukované vplyvy. Priame vplyvy sa viažu na príjmy zo zvýšeného dopytu v regióne. Nepriame vplyvy sú výsledkom zvýšeného príjmu odvetví, ktoré dodávajú svoje vstupy do hodnoteného odvetvia. Indukované vplyvy

predstavujú generované dodatočné vplyvy výdavkov zamestnancov a vyvolané investície, ktoré sa prejavujú takmer vo všetkých odvetviach (bývanie, stravovanie, doprava, služby...). [28]

Metodikou merania ekonomických vplyvov sumárne popísal [5]. Uvádza, že základným východiskom pre odhadnutie ekonomického vplyvu je vzorec:

$$\text{počet návštevníkov} * \text{priemerné výdavky návštevníka} * \text{multiplikátor}$$

Aby bolo možné vypočítať tento vzorec, je potrebné naplniť štyri kroky:

1. Vymedziť kategóriu „návštevník“.
2. Odhadnúť počet návštevníkov, ktorí sa zúčastnili sledovanej udalosti.
3. Odhadnúť priemerné výdavky návštevníkov v definovanej ohraničenej geografickej oblasti vplyvu (mesto, región).
4. Vypočítať multiplikačný efekt nových peňazí v lokálnej ekonomike použitím vhodného multiplikátora.

Vymedzenie kategórie „návštevník“ obsahuje viaceré problémy. Návštevníci podujatí sa najjednoduchšie delia na dve hlavné kategórie: lokálni rezidenti a nerezidenti. Ďalšie delenie vychádza z rôznych pohnutí návštevy daného podujatia, ktoré je potrebné sledovať, aby sme mohli ohodnotiť skutočný prínos podujatia. Tu môžeme sledovať nasledujúce štyri kategórie:

- a) Rezidenti, ktorí by v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, ostali v lokalite a svoje výdavky by realizovali iným spôsobom ale stále v lokálnej ekonomike (napr. by nešli na zápas, ale do kina). Výdavky týchto rezidentov sú pre výskum irelevantné, pretože nesúvisia s realizáciou daného podujatia. Výdavky týchto rezidentov je preto potrebné z výskumu vylúčiť, keďže predstavujú len substitúciu iných výdavkov v lokálnej ekonomike (substitučný efekt).
- b) Rezidenti, ktorí by v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, neostali v lokalite a svoje výdavky by realizovali iným spôsobom v externej ekonomike (napr. by išli na výlet do iného regiónu). Výdavky týchto rezidentov sa môžu započítavať do výskumu, ale väčšinou ide o malý objem výdavkov bez výrazného ekonomického vplyvu.
- c) Nerezidenti, ktorí by v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, neprišli do danej

ekonomiky. Výdavky týchto návštevníkov sú hlavným bodom záujmu štúdií ekonomických vplyvov, pretože pri týchto výdavkoch ide jednoznačne o nové príspevky do lokálnej ekonomiky.

- d) Nerezidenti, ktorí by aj v prípade, že by sa akcia neuskutočnila, prišli do danej ekonomiky, ale v inom časovom období (napr. aj tak chceli navštíviť dané mesto, ale vzhľadom na zápas návštevu odložili alebo uskutočnili skôr). Výdavky týchto návštevníkov je tiež potrebné z výskumu vylúčiť, pretože predstavujú pre lokálnu ekonomiku len presun výdavkov v čase (angl. time switching).

Jedným z hlavných prínosov štúdií ekonomických vplyvov je získanie kvalifikovaného odhadu návštevnosti podujatia. Pri niekoľkých podujatiach (napr. zápasy na športových majstrovstvách), ktoré vyžadujú vstupné, majú organizátori prehľad o počte predaných vstupeniek. Tieto čísla sa však v praxi nikdy nezodpovedajú s počtom unikátnych návštevníkov, pretože väčšina návštevníkov si zakúpi vstupenky na viac zápasov. Ešte problematickejšie je odhadnúť počet návštevníkov pri podujatiach, ktoré nevyžadujú vstupné (napr. maratón). Na základe skúseností z praxe dopadových štúdií sú kvalifikované odhady návštevnosti pri správnom dodržaní metodiky a dostatočne reprezentatívnom prieskume veľmi blízko reálnej skutočnosti. Pokiaľ sa výskum neuskutočňuje, dochádza spravidla k nadhodnocovaniu návštevnosti (tzv. attendance hyperbole) a tým aj k nadhodnocovaniu ekonomického vplyvu daného podujatia. V štúdiu britského Výskumného centra pre športové odvetvia (Sport Industry Research Centre, Sheffield Hallam University) sa uvádza, že pri každoročnom Londýnskom maratóne bol v médiách odhadovaný počet divákov okolo 1 000 000. Mestská polícia v Londýne tento odhad redukovala na 500 000 návštevníkov a uskutočnený výskum ukázal, že v realite sa maratónu zúčastnilo len 300 000 návštevníkov [18].

Podobná situácia nastala aj pri realizovaní MS v SR, kedy boli v médiách prezentované odhady, že na zápasy príde 300 000 návštevníkov.

Počet návštevníkov a ich priemerné výdavky sa zisťujú vo výskume použitím štandardizovaných dotazníkov, ktoré sa zbierajú rôznymi metódami (dopytovaním v teréne alebo sa určitej vzorke návštevníkov rozdávaajú dotazníky, kde si zaznamenávajú denné výdavky, ktoré

potom odovzdajú osobne alebo elektronicky organizátorom). Sledované sú výdavky, ktoré súvisia s účasťou na danom podujatí v presne špecifikovaných výdavkových kategóriách napr. ubytovanie, stravovanie, cena vstupenky, dopravné náklady. Zaznamenávané sú výdavky, ktoré respondenti minú v sledovanej lokalite (v meste, v regióne).

Po určení priemerných výdavkov návštevníkov v sledovanej lokalite je možné vypočítať priamy ekonomický vplyv na danú lokalitu. Výpočet nepriamych a indukovaných ekonomických vplyvov predpokladá použitie vhodného multiplikátora, s čím prichádza väčšina metodických problémov, ktoré popísal [5].

1.2 Kritika metodiky merania ekonomických vplyvov

Ako uvádzame v predchádzajúcej časti príspevku hlavným prínosom dopadových štúdií je kvalifikovaný odhad návštevnosti analyzovaného podujatia a odhad objemu finančných prostriedkov, ktoré získa lokálna ekonomika organizovaním daného podujatia.

Kritika uvedenej metodiky merania ekonomických vplyvov súvisí napr. s charakterom výdavkov, ktoré sa koncentrujú len do vybraných odvetví cestovného ruchu lokálnej ekonomiky. [7] poukázali v tomto smere na limity použitia input-output modelov pri dopadových štúdiách, ktoré dostatočne neodhaľujú distribučné efekty výdavkov medzi rôznymi sektormi lokálnej ekonomiky. Na prekonanie týchto limitov používajú niektorí autori rozšírený input-output model skonštruovaný na základe tzv. „social accounting matrix“ (SAM). Ďalšie ekonometrické modely využívané v tejto súvislosti v americkom prostredí sú RIMS II, REMI a IMPLAN [5].

[14] konfrontoval metódu merania ekonomických vplyvov s tradičnou cost – benefit analýzou. Výpočet nových príjmov do ekonomiky umožňuje určiť len tzv. hrubý ekonomický vplyv (angl. gross economic impact). Pri vyjadrení čistého ekonomického vplyvu (angl. net economic impact) sa zohľadňujú aj náklady, ktoré organizovanie veľkých podujatí so sebou prináša a uskutočňuje sa cost-benefit analýza. Vo všeobecnosti sa v literatúre spomínajú v tejto súvislosti štyri typy nákladov:

- náklady na organizovanie podujatia,
- infraštruktúrne náklady – náklady na výstavbu potrebnej infraštruktúry (napr.

výstavba štadióna, parkovacích miest, ubytovacích zariadení),

- vytlačené náklady (angl. displacement costs alebo crowding out effect) náklady, ktoré boli plánované v lokálnej ekonomike, ale vzhľadom na investície do podujatia nemohli byť zrealizované,
- náklady obetovaných príležitostí, náklady ktoré by mohli byť v lokálnej ekonomike zrealizované a mohli by mať vyšší ekonomický a spoločenský prínos pre danú komunitu.

Problémami analýz nákladov na veľké športové podujatia a špeciálne olympijské hry sa zaoberá [1].

Ďalšia kritika sa objavuje v súvislosti s nepresným používaním lokálnych multiplikátorov napr. [5], [19]. Veľkosť multiplikátora je podstatne ovplyvnený štruktúrou ekonomiky. Závisí od „otvorenosti“ lokálnej ekonomiky, teda od miery, v akej lokálni podnikatelia vstupujú pri nákupoch do interakcií s podnikateľmi s externých ekonomík. V tejto súvislosti [5] používa pojem priesaky tovarov a služieb (angl. leakages) medzi lokálnou ekonomikou a externými ekonomikami. Vo všeobecnosti sa priesaky znižujú a multiplikátor rastie s veľkosťou analyzovanej ekonomiky. Štandardne sa používajú tri typy multiplikátorov – multiplikátor tržieb, multiplikátor osobných príjmov a multiplikátor zamestnanosti.

Skutočne kvalifikované určenie veľkosti lokálneho multiplikátora vyžaduje precízny výskum zameraný na zistenie hraničného sklonu k spotrebe v lokálnej ekonomike. Na Slovensku sme sa nestretli s kvalifikovaným výpočtom multiplikátora na lokálnej úrovni. Práve z týchto dôvodov sme lokálny multiplikátor nezahrnuli do našej analýzy. Spôsob výpočtu lokálneho multiplikátora LM3, ktorý vyvinul britský New Economics Foundation popisuje [16].

2. Ex post analýza ekonomického vplyvu Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji 2011 na mesto Košice

V roku 2011 sa uskutočnili na Slovensku 75. Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji v dvoch mestách (Bratislava, Košice) a trvali od 29. 4. do 15. 5. 2011. V Košiciach bolo odohraných 24 zápasov MS od 29. apríla do 9. mája 2011. V Bratislave bolo odohraných 32 zápasov počas celého trvania MS. V súvislosti s MS

sme uskutočnili kvantitatívny výskum s cieľom kvantifikovať priamy ekonomický vplyv Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji na mesto Košice. Podobný výskum bol uskutočnený aj na Ekonomickej univerzite v Bratislave použitím rovnakej metodiky [22]. V príspevku sú uvedené vybrané výsledky analýzy v meste Košice.

2.1 Metodika výskumu

Kvantitatívny výskum sme realizovali na základe vyššie popísanej metodiky hodnotenia ekonomických vplyvov športových podujatí. Primárne údaje sme zbierali prostredníctvom dotazníkového prieskumu, ktorý bol realizovaný osobným dotazovaním návštevníkov zápasov MS 2011 pred štadiónom Steel Arény v Košiciach. Terénny prieskum prebiehal od 29. apríla do 9. mája 2011. Respondentmi boli návštevníci všetkých 24 zápasov MS v hokeji, ktoré sa uskutočnili v Košiciach. Sledovali sme tých návštevníkov, ktorí sa zúčastnili zápasu z nie profesionálnych dôvodov (do výskumu neboli zahrnuté hrajúce tímy, ich rodinní príslušníci, novinári, hokejoví funkcionári a organizátori).

Respondenti boli oslovení anketármi na každom zápase pred vstupom do štadiónu v bezpečnostnej zóne na základe náhodného výberu. V dotazníkovom prieskume boli použité dva typy dotazníkov. Prvý krátky záznamový dotazník bol zameraný na zistenie základných charakteristík respondentov – pohlavie, lokalita odkiaľ pochádzajú, v akej veľkej skupine prišli na zápas a koľko zápasov navštívili. Druhý širší dotazník obsahoval podrobnejšie otázky o ubytovaní respondentov, o dĺžke ich pobytu, o spôsobe dopravy, o tom, akú úlohu pre respondenta zohrala účasť na MS pri návšteve mesta a otázky k detailnej sume a štruktúre výdavkov, ktoré respondenti minuli v súvislosti s príchodom na MS v meste Košice.

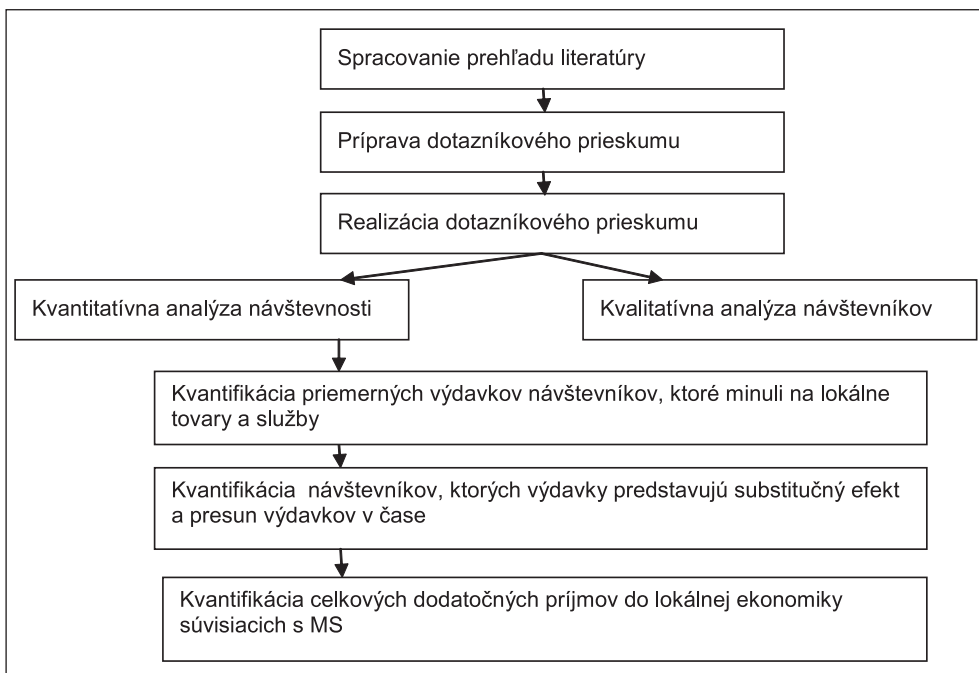
Počas prieskumu bolo zozbieraných 3501 záznamových a 1214 širších výdavkových dotazníkov. Pri vyhodnotení dotazníkového prieskumu sme použili matematicko-štatistické metódy v štatistickom programe Excel.

V súvislosti s hlavným cieľom výskumu, kvantifikovať priamy ekonomický vplyv MS na mesto Košice, sme riešili nasledujúce čiastkové ciele:

- Kvantifikovať počet návštevníkov a určiť, koľkí boli rezidenti a nerezidenti.
- Popísať základné charakteristiky návštevníkov MS (vek, pohlavie, veľkosť skupiny, v akej sa zúčastnili zápasu).

- Popísať geografický pôvod návštevníkov. Návštevníkov sme rozdelili do troch základných skupín:
 - Rezidenti – návštevníci s trvalým pobytom v Košiciach (túto skupinu označujeme ako Košičania).
 - Nerezidenti – návštevníci s trvalým pobytom v SR (túto skupinu označujeme ako Slováci).
 - Nerezidenti – zahraniční návštevníci s trvalým pobytom mimo SR (túto skupinu označujeme ako zahraniční).
- Určiť, pre koľko nerezidentov boli MS hlavným motívom príchodu do mesta a bez MS by do Košíc neprišli.
- Kvantifikovať počet návštevníkov, ktorí prespali v Košiciach.
- Kvantifikovať priemerný počet nocí, ktoré strávili v Košiciach.
- Kvantifikovať priemerné výdavky návštevníkov vo vybraných výdavkových kategóriách.

Obr. 1: Metodika výskumu



Zdroj: vlastné spracovanie

2.2 Charakteristika návštevníkov MS 2011 v Košiciach

Pri hodnotení návštevnosti sú k dispozícii údaje o počte predaných lístkov a o návštevnosti zápasov. Podľa záznamov Medzinárodnej hokejovej federácie 24 zápasov v Košiciach sledovalo 115 477 divákov. Priemerná návštevnosť na zápase v Košiciach bola na úrovni 4812 divákov.

Skutočný počet návštevníkov bol podstatne nižší, keďže diváci navštívili väčšinou viac ako jeden zápas. Podľa výsledkov prieskumu sa

návštevníci MS 2011 zúčastňovali v priemere na 2 až 3 zápasoch (priemer na zápasoch bol 2,55 zápasu na návštevníka). Zahraniční návštevníci sa v Košiciach zúčastňovali v priemere na 4,21 zápasoch, Slováci v priemere na 1,94, Košičania v priemere na 2,36 zápasoch. Najvyšší priemerný počet zápasov bol vypočítaný pri návštevníkoch zo Švajčiarska, Rakúska, Nórska, Švédska, USA a z Kanady.

Na základe údajov z dotazníkového prieskumu sme osobitne projektovali návštevnosť

na každom z 24 zápasov, ktorá sa výrazne líšila podľa hrajúcich tímov. Na základe výpočtov sme dospeli ku kvalifikovanému odhadu, že MS sa zúčastnilo 49 968 unikátnych návštevníkov. Z návštevníkov tvorili najväčšiu skupinu návštevníci Slováci a to 27 743 návštevníkov a Košičania, z ktorých sa na zápas prišlo pozri-

eť 15 370 obyvateľov. Zahraničných hostí prišlo výrazne menej, na základe výskumu odhadujeme ich počet na 6 856. Tento údaj sa týka zahraničných návštevníkov bez prepojenia na hrajúce tímy (nie sú tam zahrnutí hráči, novinári a pod.).

Tab. 1: Počet divákov a kvalifikovaný odhad počtu návštevníkov MS v Košiciach

Počet divákov	Celkový počet unikátnych návštevníkov	Návštevníci Košičania	Návštevníci Slováci	Návštevníci Zahraniční
115 477	49 968	15 370	27 743	6 856

Zdroj: vlastné spracovanie

V prieskume sme sledovali geografickú skladbu návštevníkov MS. Najväčšie skupiny zahraničných fanúšikov pochádzali z Rakúska 1065 návštevníkov (2,13 % návštevníkov), z Čiech 880 (1,76 %), z Maďarska 734 (1,47 %) a zo Švajčiarska 680 (1,36 %). Návštevníci zo Švédska, Nórska a z Kanady, ktorých národné tímy hrali v Košiciach v základnej skupine, tvorili po 1 % návštevníkov, ale zároveň sa zúčastňovali väčšieho počtu zápasov. Výsledky prieskumu poukazujú na to, že väčšinu zahraničných návštevníkov sa koncentrovalo na MS v Bratislave, kde sa odohrávali finálové zápasy. Návštevnosť v Bratislave výrazne ovplyvnili zahraniční návštevníci (50,2 % všetkých divákov), pričom návštevnosť výrazne zvýšili fanúšikovia z Českej republiky, ktorý tvorili 28,9 % z celkového počtu divákov (takmer 69 000 divákov) [22]. V Košiciach nenastal podobný prípad masového príchodu fanúšikov pri žiadnej národnej skupine návštevníkov.

Prieskum umožnil kvalitatívnu analýzu a vyhodnotili sme získané demografické údaje o návštevníkoch zápasov MS v ľadovom hokeji. V našej skupine respondentov tvorili muži 77 %, podiel žien bol 23 %. Veková štruktúra návštevníkov ukazuje, že hokejové zápasy najviac navštevujú mladí ľudia od 20 do 40 rokov (62,5 % respondentov). Pomerne veľkou skupinou boli ľudia v strednom veku od 40 do 50 rokov (20,9 %) a návštevníci nad 50 rokov tvorili 13,6 % celkových návštevníkov. Ďalšou charakteristikou je veľkosť skupiny návštevníkov, teda respondentov sme sa pýtali na to, v akej veľkej skupine prišli na zápas. Priemerná veľkosť skupiny bola 3,47.

Demografické údaje respondentov a získanú veľkosť skupiny v Košiciach sme porovnávali s údajmi zistenými v prieskume v Bratislave. Získané údaje v oboch mestách sú takmer totožné, čo nás vedie k záveru, že ide o všeobecné charakteristiky návštevníkov tohto typu podujatia, ktoré sú nezávislé od miesta konania zápasov.

2.3 Výdavky návštevníkov MS

Celkové výdavky návštevníkov MS 2011 sme zisťovali v troch krokoch.

Na základe dotazníkového prieskumu sme vyčíslili priemerné výdavky každej z troch skupín návštevníkov (Košičania, Slováci, Zahraniční) v hlavných výdavkových kategóriách. Respondenti prieskumu uvádzali svoje výdavky, ktoré realizovali v meste Košice, v nasledujúcich výdavkových kategóriách:

- výdavky na vstupenky,
- výdavky na dopravu (pohonné hmoty, požičanie vozidla, parkovanie, taxíky, hromadná doprava),
- stravovanie (reštaurácie a fast food, potraviny a občerstvenie na štadióne),
- ubytovanie,
- zábava (výdavky v baroch a kluboch, zábava),
- suveníry,
- iné nákupy (odevy, iné nákupy).

Výdavky na vstupenky neboli zahrnuté do ďalšej analýzy, pretože príjem zo vstupeniek bol prerozdelený Slovenským zväzom ľadového hokeja a nepodarilo sa nám zistiť, aká časť tržieb zo vstupného ostala v meste Košice.

Pri výpočtoch sme brali do úvahy správanie sa návštevníkov (formu ubytovania, počet nocí, koľko prespali v Košiciach, spôsob prepravy a pod.). Priemerné výdavky zahraničného návštevníka v Košiciach boli počas MS na úrovni 486 eur. Slováci minuli v priemere, ak sa ubytovali v Košiciach, 99 eur, pokiaľ Slováci neboli v Košiciach ubytovaní, minuli v priemere na iné výdavkové kategórie 65 eur. Domáci Košičania minuli v súvislosti s návštevou zápasu 31 eur.

Analýza výdavkov poukazuje na to, že najviac minuli návštevníci zápasov na ubytovanie (25 % celkových výdavkov), čo predstavovalo spolu sumu 1,16 mil. eur. Z celkového počtu návštevníkov MS len 32 % prespalo noc mimo domova, pričom väčšina návštevníkov, ktorí potrebovali ubytovanie sa ubytovali v Košiciach a v okolí Košíc (28 % všetkých ubytovaných návštevníkov). Malá časť návštevníkov sa ubytovala v Prešove (1,24 %). Väčšina návštevníkov si ako formu ubytovania vybrala hotel (až 55 %), pričom išlo najmä o zahraničných návštevníkov. Ďalšou preferovanou formou ubytovania bola možnosť iného plateného ubytovania 19 % (napr. internáty, ubytovne) a tiež neplatené ubytovanie, teda prespanie u známych alebo rodiny, ktoré tvorilo 18 % ubytovaní.

V priemere strávili zahraniční turisti v Košiciach 4,8 noci. Slovenskí návštevníci, ktorí prespali v Košiciach, strávili v meste v priemere 2 noci. V meste Košice a v blízkom okolí Košíc sa počas MS 2011 ubytovalo podľa nášho prieskumu 14 232 osôb. Slovenskí návštevníci však vo veľkej miere prespávali u rodiny a známych, teda využili neplatenú formu ubytovania a to až 61 % z nich. Celkovo odhadujeme počet návštevníkov, ktorí prespali v hoteloch a penziónoch v Košiciach na 8943. V meste Košice sa nachádzajú ubytovacie kapacity na úrovni približne 4 500 lôžok a realita ako aj náš prieskum ukázali, že napriek obavám organizátorov, tieto ubytovacie kapacity v Košiciach boli pre potreby organizácie MS dostačujúce.

V ďalšom kroku sme identifikovali tých nerezidentov v rámci návštevníkov, ktorí by boli prišli do Košíc aj v prípade, že by sa MS neuskutočnili. Taktiež sme sledovali substitučný efekt pri rezidentoch, teda do celkových výdavkov sme započítavali len výdavky tých Košičanov, ktorí by v prípade nerealizácie MS odišli z Košíc a realizovali svoje výdavky mimo lokálnej ekonomiky.

V treťom kroku sme kvantifikovali celkové výdavky návštevníkov podľa jednotlivých výdavkových kategórií, pričom tieto výdavky tvoria dodatočné príjmy lokálnej ekonomiky, ktoré ekonomika získala realizáciou MS. Ich sčítaním sme zistili priamy ekonomický vplyv MS na mesto Košice.

Celkovo odhadujeme výdavky návštevníkov MS 2011, ktoré minuli počas svojho pobytu v Košiciach na sumu 4 753 560 Eur. Celkovo výdavky zahraničných návštevníkov predstavovali 2,6 mil. eur a výdavky Slovákov 1,7 mil. eur. Výdavky domácich Košičanov očistené o substitučný efekt predstavovali 384 tis. Eur.

Mesto Košice nám poskytlo približné údaje o nákladoch, ktoré malo s realizáciou MS. Organizačné a propagačné náklady boli vo výške približne 100 tis. Eur, keďže na mnohých výdavkoch sa podieľali sponzori. Mesto zároveň získalo príjem vo výške cca. 50 tis. Eur z dane za prenájom verejného priestranstva. Infraštruktúrne náklady (výstavba parkovacieho domu pri štadióne Steel Aréne) boli vo výške 2 791 768 Eur, pričom parkovací dom je ďalej využívaný návštevníkmi štadióna. Na základe týchto informácií konštatujeme, že realizácia MS bola pre mesto Košice prínosná z hľadiska ekonomických efektov. V rámci výskumu sme skúmali aj neekonomické efekty MS (napr. spokojnosť návštevníkov s podujatím), ktoré boli pozitívne. Vo výskume až 85 % respondentov uviedlo, že boli s organizáciou MS 2011 úplne spokojní alebo spokojní.

Tab. 2: Prehľad celkových výdavkov podľa skupín návštevníkov

	Priemerné výdavky na návštevníka počas MS (v Eur)	Celkové výdavky za skupinu (v Eur)
Zahraničný návštevník	485,6	2 595 569,2
Slovenský návštevník (s ubytovaním)	99,0	1 773 414,9
Návštevník z Košíc	31,2	384 575,7
SPOLU		4 753 559,8

Zdroj: vlastné spracovanie

Bližší pohľad na štruktúru výdavkov poskytuje tabuľka č. 3. Najväčšie výdavky návštevníci minuli na ubytovanie. Výrazný rozdiel v priemerných výdavkoch predstavovali výdavky na ubytovanie u slovenských návštevníkov. Kým priemerné výdavky slovenského návštevníka, ktorý sa v Košiciach ubytoval, boli 99 eur, priemerné výdavky slovenského návštevníka bez ubytovania (ktorých bolo 61 %) boli 65,4 eur. Pri výpočte celkových výdavkoch za skupinu slovenskí návštevníci sme zohľadnili počet ubytovaných. Ďalšími významnými výdavkovými kategóriami boli výdavky na zábavu a výdavky

na stravovanie. Veľmi nízke výdavky boli zaznamenané v segmente požičiavanie vozidla (0,09 %), keď si zahraniční návštevníci len ojedinele požičiavali auto. Tento fakt sme overovali aj vo vybraných autopožičovniach v Košiciach, čo potvrdilo jeho súlad s realitou. Pri uvedených výdavkoch ide prevažne o služby (ubytovanie, bary a zábava, reštaurácie, požičiavanie vozidla, taxíky, parkovanie), ktoré ostávajú v lokálnej ekonomike. Výdavkové kategórie suveníry, pohonné hmoty, odevy a iné nákupy vykazujú priesaky do externej ekonomiky, ktoré sme v prieskume nekvantifikovali.

Tab. 3: Celkové výdavky podľa výdavkových kategórií

	Celkové výdavky návštevníkov v tis. eur	Podiel výdavkovej kategórie na celkových výdavkoch v %
Ubytovanie	1165,7	24,5 %
Bary a zábava	958,9	20,2 %
Reštaurácie, potraviny, občerstvenie	877,3	18,5 %
Suveníry	688,2	14,5 %
Nákup pohonných hmôt	387,8	8,2 %
Požičiavanie vozidla	4,4	0,1 %
Taxíky	82,4	1,7 %
Mestská hromadná doprava	79,0	1,7 %
Odevy a iné nákupy	447,1	9,4 %
Parkovanie	62,7	1,3 %
Spolu	4753,5	100,0 %

Zdroj: vlastné spracovanie

Z pohľadu štruktúry výdavkov podľa jednotlivých skupín návštevníkov je možné sledovať niekoľko skutočností. Z výdavkov na pohonné hmoty najväčšiu časť zaplatili Slováci (63 %), zahraniční turisti len 29 %, čo súvisí so spôsobom dopravy návštevníkov. Podľa výsledkov prieskumu 70 % slovenských návštevníkov prišlo autom, kým zahraničných 40 % (u zahraničných turistov prevažoval iný spôsob prepravy napr. lietadlo, vlak).

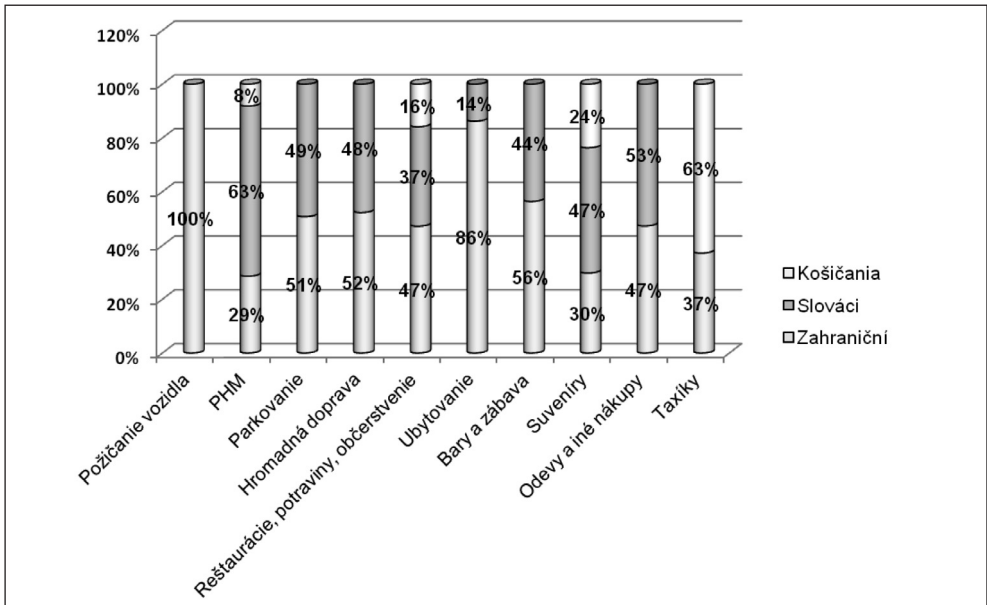
Väčšinu z výdavkov na ubytovanie zaplatili zahraniční turisti a to až 86 %. Výdavky na suveníry sa odvíjali od priemerných výdavkov návštevníkov na zakúpenie suveníra. Pri zahraničnom návštevníkovi išlo o sumu 30 eur, pri Slovákov 11,6 eur a pri Košičanoch 13,2 eur. Taxíkmi cestovali počas MS najmä domáci Košičania (63 %), takmer vôbec ich nevyužili

Slováci. Priemerné výdavky na občerstvenie zahraničného návštevníka boli vo výške 60 eur, Slovák minul v reštaurácii v priemere 12 eur. Celkovo z výdavkov na reštaurácie zaplatili zahraniční návštevníci 47 %, Slováci 37 % a domáci Košičania (ako občerstvenie na štadióne) 16 %.

Záver

Primárnym cieľom analýzy uvedenej v príspevku bolo kvantifikovať priame ekonomické vplyvy Majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji 2011 na mesto Košice. Tento cieľ sme dosiahli použitím štandardnej metodiky merania ekonomických vplyvov, ktorá je používaná pri tomto type podujatí. Metodiku sme aplikovali v našej prípadovej štúdii pri zbere relevantných údajov a pri

Obr. 2: Štruktúra výdavkov podľa skupín návštevníkov



Zdroj: vlastné spracovanie

výpočte počtu návštevníkov ako objemu a štruktúry výdavkov návštevníkov. Hlavným prínosom výskumu je kvalifikovaný odhad návštevnosti MS, ktorú by iným spôsobom nebolo možné zistiť. Na základe rozsiahleho prieskumu sme odhadli priamy ekonomický vplyv MS 2011 na mesto Košice na sumu 4 753 560 Eur.

Ďalším cieľom príspevku bolo zosumarizovanie základných východísk uvedenej metodiky merania ekonomických vplyvov vrátane jej nedostatkov. S uvedenou metodikou nie sú na Slovensku skúsenosti, z čoho vyplývajú aj limity našej analýzy. Dlhodobá tradícia vo vypracovaní dopadových štúdií a v zbere údajov umožňuje v zahraničí efektívnu kvantifikáciu nepriamych a indukovaných vplyvov napr. využitím input-output modelov alebo lokálneho multiplifikátora. V našom príspevku z týchto dôvodov ukončujeme analýzu pri priamych vplyvoch, vzhľadom na nedostatok údajov potrebných na ďalšiu analýzu.

Metodika merania ekonomických vplyvov umožňuje zhodnotiť potenciál sledovanej ekonomickej aktivity z hľadiska vytvárania nových

príjmov pre lokálnu ekonomiku. Aby získané údaje mohli byť efektívne interpretované, je potrebné doplniť ich aj o ďalšie analýzy (napr. cost-benefit analýzu), čo pre nás predstavuje do budúcnosti ďalší smer výskumu.

Príspevok bol podporovaný Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. APVV-0101-10.

Literatúra

- [1] ANDREFF, W. *The Winner's Curse: Why is the cost of sports mega-events so often underestimated?* In MAENNIG, W., ZIMBALIST, A. (eds.). *Handbook on the Economics of Mega-Sporting Events*. Edward Elgar, 2012. ISBN 0857930265.
- [2] BARGHCHI, M., OMAR, D., AMAN, M. *Cities, Sports Facilities Development, and Hosting Events*. *European Journal of Social Science*. 2009, Vol. 10, Iss. 2, pp. 185–194. ISSN 1450-2267.
- [3] BLAKE, A. *The Economic Impact of the London 2012 Olympics. 2005/5* [online]. Nottingham: Nottingham University Business School, c2005 [cit. 2012-06-04]. 72 s. (PDF). Dostupné z: <http://epress.lib.uts.edu.au/dspace/bitstream/hand>

- le/2100/994/Imp act%202005_5.pdf?sequence=1.
- [4] BREEN, H., BULL, A., WALO, M. A comparison of survey methods to estimate visitor expenditure at a local event. *Tourism Management*. 2001, Vol. 22, Iss. 5, pp. 473–479. ISSN 0261-5177.
- [5] CROMPTON, J. *Measuring the Economic Impact of Park and Recreation Services* [online]. Ashburn (VA): Texas University, National Recreation and Park Association, Research Series 2010 [cit. 2012-06-04]. 72 s. (PDF). Dostupné z: <http://www.sehn.org/tccpdf/Crompton%20Research%20Paper-Final-150d pi.pdf>.
- [6] DAMBORSKÝ, M., WOKOUN, R. Lokalizační faktory malého a středního podnikání v podmínkách ekonomiky ČR. *E+M Ekonomie a Management*. 2010, roč. 13, č. 2, s. 32–43. ISSN 1212-3609.
- [7] DANIELS, M., NORMAN, W., HENRY, M. Estimating income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*. 2004, Vol. 31, No. 1, pp. 180–199. ISSN 0160-7383.
- [8] GELAN, A. Local economic impacts. *British Open. Annals of tourism research*. 2003, Vol. 30, No. 2, pp. 406–425. ISSN 0160-7383.
- [9] GRATTON, CH., SHIBLI, S., COLEMAN, R. The economic impact of major sports events: a review of ten events in UK. *The Sociological Review*. 2006, Vol. 54, Iss. Supplement s2, pp. 41–58. ISSN 1467-954X.
- [10] HORNE, J., MANZENREITER, W. An introduction to the sociology of sports mega-events. *The Sociological Review*. 2006, Vol. 54, Iss. Supplement s2, pp. 1–24. ISSN 1467-954X.
- [11] HUMPHREYS, B., PROKOPOWICZ, S. Assessing the impact of sports mega-events in transition economies: EURO 2012 in Poland and Ukraine. *International Journal of Sport Management and Marketing*. 2007, Vol. 2, No. 5/6, pp. 496–509. ISSN 1740-2808.
- [12] CHERUBINI, S., IASEVOLI, G. Stakeholders Event Evaluation:Notte Bianca Case Study. *Convegno „Le Tendenze Del Marketing In Europa“* [online]. Venezia: Università Ca' Foscari. 2006-01-20–21 [cit. 2012-06-04]. 17 s. (PDF). Dostupné z: http://www.escp-eap.net/conferences/marketing/2006_cp/Materiali/P aper/lt/Cherubini_Iasevoli.pdf.
- [13] JEŽEK, J. Aplikace městského marketingu v praxi: vývoj, očekávání, realita (kritický pohled). *E+M Ekonomie a Management*. 2010, roč. 13, č. 4, s. 123–134. ISSN 1212-3609.
- [14] KESENNE, S. Do we need an economic Impact study or a Cost – Benefit Analysis of Sports Event? *European Sport Management Quarterly*. 2005, Vol. 5, Iss. 2, pp. 133–142. ISSN 1618-4742.
- [15] KNEŽOVÁ, K., VÝROSTOVÁ, E., RUČINSKÁ, S. Možnosti a obmedzenia pôsobnosti univerzity v regionálnom rozvoji. In *Postavenie univerzity a jej výskum v znalostnej ekonomike*. Trenčín: Trenčianska univerzita A. Dubčeka, 2007. s. 95–104. ISBN 9788-0807-52644.
- [16] KUTÁČEK, S. (ed.). *Penězům na stopě*. 1. vyd. Brno: Trast pro ekonomiku a společnost, 2007. 93 s. ISBN 978-80-254-1690-7.
- [17] LEE, CH., TAYLOR, T. Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*. 2005, Vol. 26, Iss. 4, pp. 595–603. ISSN 0261-5177.
- [18] LEISURE INDUSTRIES RESEARCH CENTRE. *An evaluation of the economic impact, place marketing effects and peoples' perceptions of Bristol. The 2001 IAAF World Half Marathon Championships & BUPA Bristol Half Marathon* [online]. Sheffield: Sheffield Hallam University, 2001 [cit. 2012-06-04]. 41 s. Dostupné z: http://www.shu.ac.uk/research/sirc/rc_major-events.html.
- [19] MATHESON, V. *Mega-events: The effect of the world's biggest sporting events on local, regional, and national economies*. Worcester (MA), 2006. College of the Holy Cross, Department of Economics, Faculty research series, Paper No. 06-10/2006. 30 s.
- [20] PITEKOVÁ, J. Skúsenosti Slovenska s multiplikačným efektom pri riešení regionálnych disparít na príklade rozvoja regiónu Liptov prostredníctvom malého a stredného podnikania. In *Modely vhodných oblastí a predpokladú realizace rozvoje cestovného ruchu* [online]. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze, 2009 [cit. 2012-04-11]. 36 s. (PDF). Dostupné z: <http://www.vsh.cz/files/priruckamodel.pdf>.
- [21] PRICEWATERHOUSECOOPERS AND DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. *Olympic Games Impact Study* [online]. London: PWC, c2005 [cit. 2012-04-11]. 25 s. (PDF). Dostupné z: <http://www.gamesmonitor.org.uk/files/PWC%20OlympicGamesImpactStudy.pdf>.
- [22] REHÁK, Š., ŠTOFKO, M. *Štúdiá k Majstrovstvám sveta v hokeji 2011 v Bratislave*. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislave, 2011.
- [23] REHÁK, Š. Hodnotenie vplyvu univerzity na región: Dopadové štúdie. In *Úloha univerzít v regionálnom rozvoji. Zborník z vedeckej konferencie*. Košice: Fakulta verejnej správy UPJŠ, 2009. ISBN 978-80-7097-791-0.

- [24] SPIŠIAK, P., KULLA, M. Priemysel Dolného Spiša s dôrazom na podnik Embraco Slovakia Spišská Nová Ves. In *Geographia Moravica*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2009. ISBN 978-80-244-2464-4.
- [25] SUHÁNYI, L. Regionálny marketing v podmienkach východného Slovenska. *Aktuálne trendy v oblasti marketingu vychádzajúce z požiadaviek trhu*. Prešov: Bookman, s.r.o., 2012. ISBN 978-80-89568-23-9.
- [26] SUCHÁČEK, J. SEĎA, P. Territorial Marketing in the Czech Republic: Between Path-Dependency and Learning. In KOCOUREK, A. (ed.). *Proceedings of the 10th International Conference Liberec Economic Forum 2011*. Liberec: Technical University of Liberec, pp. 439–447. ISBN 978-80-7372-755-0.
- [27] ŠEBOVÁ, M., DŽUPKA, P. *Štúdiá k Majstrovstvám sveta v hokeji 2011 v Košiciach*. Košice: Technická univerzita v Košiciach, Ekonomická fakulta, 2011.
- [28] ŠIPIKAL, M., REHÁK, Š., LABUDOVÁ, V. *Metódy a techniky regionálnej analýzy*. Praktikum. Ekonóm, 2010. ISBN 978-80-225-2893-1.
- [29] VOKOUN, J., BRZICA, D. *Vplyv spoločnosti Siemens v ekonomike SR*. Bratislava: Ekonomický ústav SAV, 2006. 33 s. ISSN 1337-0812.
- [30] WALO, M., BULL, A., BREEN, H. Achieving economic benefit at local events: a case study of a local sports event. *Journal of Festival Management and Event Tourism*. 1996, Vol. 4, Iss. 3/4, pp. 95–106. ISSN 1065-2701.
- [31] HUDEC, O. a kol. *Podoby regionálneho a miestneho rozvoja*. Košice: TU Košice, Ekonomická fakulta, 2009. ISBN 978-80-553-0117-4.
- [32] GÁL, M., JAKUBÍKOVÁ, E., SUHÁNYIOVÁ, A. Small and medium enterprises in the region of Košice. *E+M Ekonomie a Management*. 2005, roč. 8, č. 1, s. 61–67. ISSN 1212-3609.
- [33] JAKUBÍKOVÁ, E. Podnikateľská báza Košického regiónu SR. In HOFMAN, J., JEŽEK, J. a LUKÁŠ, M. (eds.). *REGIO 2002 a IMPA 2002. 2. díl, Malé a střední podnikání*. Plzeň: Západočeská univerzita, 2003. s. 5–15. ISBN 80-7082-926-5.
- [34] FARKAŠOVÁ, E. Regionálne aspekty pôsobenia priamych zahraničných investícií. *Biatic*. 2002, roč. 10, č. 6, s. 13–15. ISSN 1335-0900.
- [35] ĎURČOVÁ, J., MIRDALA, R. Effects of FDI in the European Transition Economies. *Journal of Applied Research in Finance*. 2011, Vol. 3, Iss. 1, pp. 27–37. ISSN 2066-5482.
- [36] ŠOLTÉS, V., ŠOLTÉS, M. Foreign direct investments and their impact on economic growth in Slovakia. *Technical and economical problems*. 2003, Vol. 48, No. 2, pp. 605–613. ISSN 1731-8386.

Ing. Miriam Šebová, PhD.

Technická univerzita v Košiciach

Ekonomická fakulta

Katedra regionálnych vied a manažmentu

Miriam.Sebova@tuke.sk

Ing. Peter Džupka, PhD.

Technická univerzita v Košiciach

Ekonomická fakulta

Katedra regionálnych vied a manažmentu

Peter.Dzupka@tuke.sk

Doručeno redakcii: 14. 8. 2012

Recenzováno: 14. 9. 2012, 15. 9. 2012

Schváleno k publikovaniu: 12. 4. 2013

Abstract

MEASUREMENT OF ECONOMIC AND FINANCIAL IMPACTS OF ICE HOCKEY WORLD CHAMPIONSHIP ON KOŠICE CITY**Miriam Šebová, Peter Džupka**

The paper deals with big sports events economic impact measuring. Impact studies of the big events are frequently used for evaluation of its economy efficiency or social acceptability.

In the first part of the paper theoretical issues of evaluation of big events are presented. Different methodological elements in the literature are brought together to establish an analytical framework. There is provided an overview of the economics of sports mega-events as well as review of the existing literature in the field. The aim of impact analyses is to quantify additional incomes of big events on local economy, using traditional impact measuring methods. The result of these analyses is estimation of number and structure of visitors of event and also of theirs average and total expenditures. This estimation allows quantifying gross direct, indirect and induced impacts of the event. The level of economic impact could easily have been overestimated if a carefully structured working methodology had not been used.

In the second part of the of the paper we use described methodology in the case study of Wold Ice Hockey Championship, which took place in Košice 2011. The aim of the research was to evaluate gross direct economic effects of the Ice Hockey World Championship based on increased demand in the city caused by the tourists and theirs expenditures in the tourism sector. Inputs to quantitative analysis were collected by the questionnaire survey. These data were statistically processed and used for quantification of the economic impact of the event on Košice city.

Key Words: big events, sport tourism, impact analysis.

JEL Classification: R11, L83.