

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury



Košický maratón ako príklad športového eventu

Diplomová práca

Autor: Bc. Tomáš Raáb

Trenérství a sport

Vedoucí práce: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D

Olomouc 2019

Meno a priezvisko: Tomáš Raáb

Názov záverečnej písomnej práce: Košický maratón ako príklad športového eventu

Pracovisko: Univerzita Palackého v Olomouci, Fakulta tělesné kultury

Vedúci: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D

Rok obhajoby: 2020

Abstrakt: Diplomová práca sa zaoberá problematikou športového eventu so zacielením na konkrétne bežecké podujatie Medzinárodný maratón mieru v Košiciach. Cieľom tejto práce je zistiť profil aktívneho účastníka Košického maratónu, jeho úroveň bežeckej tréningovej prípravy a mieru spokojnosti s podujatím a službami spájajúcimi sa s Košickým maratónom. Hlavný výskum bol realizovaný počas priebehu bežeckého podujatia formou dotazovania, kde výskumnú vzorku tvorilo 292 aktívnych účastníkov v disciplínach maratón, polmaratón a štafeta. Výsledky preukázali, že sa tohto podujatia zúčastnili prevažne rekreační bežci, vo všetkých vekových kategóriách s relatívne aktívnym životným štýlom. Výsledky taktiež potvrdili, že aj napriek dlhotrvajúcej tradícii tohto podujatia záujem o toto podujatie stále narastá a lojalnosť bežcov navštevujúcich Košický maratón je vysoká.

Kľúčové slová: Košický maratón, cestovný ruch, športový event, beh, bežecké podujatie

Súhlasím s požičiavaním záverečnej práce v rámci knižničných služieb.

Author's first name and surname: Tomáš Raáb

Title of the thesis: Košice marathon as an example of a sporting event

Department: Palacky University in Olomouc, Faculty of Physical Culture

Supervisor: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D

The year of presentation: 2020

Abstract: This thesis deals with the issue of a sports event with the aim on specifical running event which is the International Peace Marathon in Košice. The aim of the thesis is to find out a profile of an active participant of the Košice Peace Marathon, his level of running training preparation and his satisfaction rate of the event and services connecting with the Košice Peace Marathon. The main research was realized during the running event through answering where 292 active participants were engaged in the research sample in marathon, half marathon and relay. The results show that mostly recreational runners participated in this competition in all age cathegories with an active lifestyle. The results also confirmed that even though it has had a long-standing tradition the interest in this event is still rising and the runners loyalty participating in the Košice Peace Marathon is high.

Keywords: Košice marathon, tourism, sports event, running, cross-country event

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prehlasujem, že som záverečnú písomnú prácu spracoval samostatne s odbornou pomocou Ing. Evy Schwartzhoffovej, Ph.D. Uviedol som všetky použité literárne a odborné zdroje a riadil som sa zásadami vedeckej etiky.

V Olomouci dňa

.....

Ďakujem Ing. Eve Schwartzhoffovej, Ph.D. za pomoc, cenné rady, trpezlivosť a čas, ktorý mi venovala pri písaní tejto diplomovej práce.

OBSAH

1	ÚVOD	8
2	SYNTÉZA POZNATKOV	9
2.1	Charakteristika cestovného ruchu.....	9
2.2	Typológia cestovného ruchu.....	10
2.2.1	Druhy cestovného ruchu.....	10
2.2.2	Formy cestovného ruchu	12
2.3	Účastník cestovného ruchu	14
2.3.1	Profil účastníka	14
2.4	Športovný cestovný ruch	15
2.4.1	Typológia športového cestovného ruchu.....	16
2.5	Event	17
2.5.1	Klasifikácia a delenie eventov	19
2.5.2	Event Tourism.....	21
2.6	Športové eventy.....	23
2.6.1	Delenie športových eventov	24
2.6.2	Dopady športových eventov	26
2.7	Maratón	28
2.7.1	Bežecké podujatia na území SR.....	30
2.7.2	Košický Medzinárodný maratón mieru	30
2.8	Príprava a tréning maratónskeho bežca	32
2.9	Literárny prehľad.....	34
3	CIELE A VÝSKUMNÉ OTÁZKY	36
3.1	Ciele.....	36
3.2	Výskumné otázky	36
4	METODIKA	37
4.1	Vzorka respondentov a spracovanie dát	37

5	PRAKTICKÁ ČASŤ	39
	5.1 Situačná analýza Košického Medzinárodného maratónu mieru.....	39
6	VÝSLEDKY	46
	6.1 Sociodemografické údaje	46
	6.2 Údaje poukazujúce na pripravenosť bežcov	48
	6.3 Spokojnosť s bežeckým podujatím.....	54
7	DISKUSIA	60
	7.1 Limity práce.....	62
8	ZÁVERY	63
9	SÚHRN	65
10	SUMARY	66
11	REFERENČNÝ ZOZNAM	67
12	ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK	71
13	PRÍLOHA	74

1 ÚVOD

Deň čo deň cestujú kvantá turistov na miesta v ktorých trávajú svoj voľný čas aktívnym ale aj pasívnym spôsobom. Cestovný ruch zameraný na históriu, kultúru, prírodu alebo aj šport je výraznou zložkou dnešnej modernej spoločnosti. Jedná sa o veľmi rýchlo sa rozvíjané odvetvie so značným ekonomickým významom na lokalitu a populáciu. Svojim ekonomickým významom sa cestovný ruch zaradil medzi jedno z najdôležitejších ekonomických oblastí. Cestovanie sa stalo veľmi populárnym spôsobom akým ľudia začali tráviť svoj voľný čas. Druhým obľúbeným spôsobom trávenia voľného času je vykonávanie športovej aktivity, či už aktívne alebo pasívne. Jedným z dôvodov rozvoja športových akcií je značný nárast voľného času a obľúbenosť trávenia tohto času aktívnym pohybom.

Populárne športové akcie majú výrazný vplyv na zlepšovanie a rozvoj infraštruktúry, služieb, propagáciu miesta a v neposlednej rade napomáhajú budovať imidž dejisku konania tejto akcie. Športové akcie zväčša dočasne poskytujú väčšie množstvo pracovných miest, poskytujú príležitosti na podnikanie a prinášajú nevyhnutné investície do danej oblasti.

Medzinárodný maratón mieru v Košiciach rozhodne patrí medzi športové akcie, ktoré majú výrazný dopad na cestovný ruch danej lokality. Cieľom tejto práce je zodpovedať na výskumné otázky, ktoré napomôžu zistiť profil aktívneho účastníka Košického Medzinárodného maratónu mieru, jeho spokojnosť s udalosťou a v neposlednej rade jeho bežeckú tréningovú prípravu na dané podujatie.

V teoretickej časti sa bude autor zaoberať vysvetľovaním a klasifikáciou jednotlivých pojmov súvisiacich s témou diplomovej práce, ako je cestovný ruch, účastník cestovného ruchu, športový cestovný ruch, event tourism a následným prechodom na maratónsky cestovný ruch.

V praktickej časti autor vypracoval situačnú analýzu Košického Medzinárodného maratónu mieru, ktorá sa bude zaoberať históriou, momentálnou situáciou a prípadným vývojom športovej akcie. Postupne bude predkladať výsledky z anketového šetrenia 292 respondentov za pomoci grafov a slovného hodnotenia.

Diplomová práca má pre svojho autora teoretický prínos a potenciálny praktický prínos pre usporiadateľov pretekov, ktorých by mohli zistené údaje zaujímať mohli by napomôcť k zlepšovaniu a napredovaniu nadchádzajúcich ročníkov daného športového podujatia.

2 SYNTÉZA POZNATKOV

V tejto pasáži sa autor zaoberá vysvetlením podstatných pojmov z ktorých bude následne diplomová práca ďalej čerpať. Autor popisuje definície v súvislosti s cestovným ruchom a jeho delenie, následne definuje účastníka cestovného ruchu, športový cestovný ruch, športové eventy následne svetové maratóny a Košický Medzinárodný maratón mieru. V poslednej časti syntézy poznatkov autor prikladá literárny prehľad iných zahraničných výskumov.

2.1 Charakteristika cestovného ruchu

Horner et al., (2003), opisujú cestovný ruch ako pomerne rozsiahly pojem, ktorý možno určiť niekoľkými spôsobmi. Vďaka tejto mnohoznačnosti sa môžeme stretnúť v odbornej literatúre s rôznymi definíciami tohto pojmu. Pod pojmom cestovný ruch si môžeme predstaviť určitý krátkodobý transfer obyvateľstva na miesto, ktoré sa pre nich stáva na dobu kratšiu ako jeden rok dočasným miestom pre trávenie voľného času a realizáciu voľnočasových aktivít. Samotné všeobecné vnímanie tohto pojmu ale nie je výstižné a úplné, pretože nie je ľahké určiť, ako ďaleko a na ako dlho musí osoba cestovať, aby mohla byť považovaná za turistu.

Cestovný ruch je veľmi zložitý úkaz, predovšetkým pre jeho multidisciplinaritu a komplexnosť, a práve pre tieto dôvody je ho zložitú presne definovať. Závisí to predovšetkým na uhle pohľadu, ktorá vedná disciplína skúma túto problematiku a v závislosti od toho sa mení aj samotná definícia cestovného ruchu Indrová (2009).

Podľa Heskovej (2006) cestovný ruch v dnešnej dobe vyjadruje významnú oblasť hospodárstva v mnohých krajinách sveta. Tvorí ho rozsiahly súbor aktivít s cieľom uspokojiť potreby svojich účastníkov a to ako subjektov tak aj objektov cestovného ruchu. Medzi subjekty cestovného ruchu patrí účastník cestovného ruchu, ktorý spotrebovávajú statky cestovného ruchu v čase, keď sa zdržiava mimo miesta svojho trvalého pobytu, ďalej pracovníci v oblasti cestovného ruchu, orgány a organizácie zaoberajúce sa cestovným ruchom. Objektom cestovného ruchu je cieľové miesto, podniky a inštitúcie cestovného ruchu, ktoré tvoria ponuku produktov cestovného ruchu. Za posledné roky sa stal cestovný ruch trvalou súčasťou životného štýlu jednotlivca. Ovplyvnený hneď niekoľkými vonkajšími

vpływmi, medzi ktoré patrí napríklad vplyvy politickej, sociálnej, ekonomickej, technicko-technologické alebo ekologické.

Autori výkladového slovníku cestovného ruchu Zelenka a Pásková (2012, s. 13) poskytujú komplexne orientovanú definíciu v ktorej uvádzajú, že *„cestovný ruch je celkový z viacerých oblastí a viacerých hľadísk prelínajúci sa spoločenský jav, bez akýchkoľvek sa pevne určených hraníc, ktoré sú súčinnou súhrou všetkých dopadov, vzťahov a javov v priestorovom a časovom kontexte, súvisiacich s pomaly rastúcou mobilitou populácie, ktorých motivuje pocit uspokojenia ich potrieb v oblastiach voľného času, rekreačnom cestovaní, poznávaní, socializácii, kultúrnom vyžití a ďalších oblastiach“*.

Kotíková (2013) uvádza, že jednou z prvých medzinárodne uznaných definícií je tzv. St. Gallenská, ktorú schválili na konferencii v roku 1971 znie, že *„cestovný ruch je komplexom vzťahov a javov, ktoré vychádzajú z cestovania a pobytu spoločnosti, pre ktorú miesto pobytu nie je ich bydlisko a ani miesto zárobkovej činnosti“* (in Kotíková, 2013, s.15).

2.2 Typológia cestovného ruchu

Vystoupil (2008) uvádza, že je možné cestovný ruch interne definovať na druhy a formy. Sekundárna skladba je relatívne komplikovaná, tvorená priestorovými, sociálnymi, časovými, demografickými, ekonomickými a spoločenskými podmienkami. Za kritérium príslušnosti k istej kategórii druhu sa v minulosti považovali vzťahy medzi cestovným ruchom a krajinou. V dnešnej dobe je pre druh cestovného ruchu hlavným kritériom spôsob realizácie a javový priebeh.

Zvyčajne sa rozoznávajú formy, druhy a v niektorých prípadoch aj typy cestovného ruchu. Počet jednotlivých kategórií pri uplatňovaní osobitných hľadísk nie je možné presne uviesť, pretože cestovný ruch má ohromný a rozsah neustále sa dynamický rozvíja. Je preto možné stále vymedzovanie nových druhov, ktoré vytvárajú nové formy a to má za následok ustavičné objavovanie nových typov cestovného ruchu. Je preto nutné poukázať na fakt, že v praxi dochádza k prelínaniu foriem a druhov a ani odborníci nezdierajú rovnakú terminológiu (Indrová, 2009).

2.2.1 Druhy cestovného ruchu

Delenie druhov cestovného ruchu sa medzi jednotlivými odborníkmi v niektorých bodoch značne odlišuje. Podľa Vystoupila a Šauera (2006) sa druhy cestovného ruchu delia:

- a) podľa pôvodu účastníkov
- domáci cestovný ruch – cestovanie v rámci krajiny;
 - zahraničný cestovný ruch – cestovanie za hranice domovskej krajiny.
- b) podľa počtu účastníkov
- individuálny cestovný ruch – cestovanie jednotlivca alebo rodiny (malá skupina), cestujúcich samostatne;
 - kolektívny cestovný ruch – cestovanie a pobyt väčšieho kolektívu – organizovane;
 - masový cestovný ruch – masové zastúpenie turistov.
- c) podľa veku účastníkov
- mládežnícky cestovný ruch – účastníci, ktorí sú definovaní vo vekovou hranicou 15 – 24 rokov;
 - seniorský cestovný ruch – účastníci, ktorých veková hranica je definovaná ukončením pracovnej aktivít.
- d) podľa dĺžky trvania
- krátkodobý cestovný ruch – maximálne 3 prenocovania (napr. výletný, jednodňový alebo víkendový);
 - dlhodobý cestovný ruch – viac ako 4 prenocovania.
- e) podľa prevahy miesta pobytu
- mestský cestovný ruch – prevažne krátkodobý charakter, návšteva známych mestských pamiatok a využitie služieb;
 - vidiecky cestovný ruch – viacdenný pobyt rekreačného charakteru v interakcii s prírodou.
- f) podľa ročného obdobia
- letný cestovný ruch;
 - zimný cestovný ruch;
 - cestovný ruch v hlavnej sezóne;
 - cestovní ruch mimo sezónu.
- g) cestovný ruch podľa spôsobu ubytovania
- hotelový cestovný ruch – účastníci sú ubytovaní v hromadnom ubytovacom zariadení;
 - parahotelový cestovný ruch – ubytovanie v inom zariadení ako je hotel (napr. chatka, stan, prívies a pod.).

h) podľa vplyvu na platobnú bilanciu

- aktívny cestovný ruch – príjmy prevýšili výdaje, príchod zahraničných turistov do krajiny;
- pasívny cestovný ruch – výdaje prevyšujú príjmy, výjazd domáci turistov do zahraničia.

i) podľa spôsobu cestovania

- organizovaný cestovný ruch – cestu aj dopravu zabezpečuje cestovná kancelária;
- neorganizovaný cestovný ruch – účastník cestovného ruchu si zabezpečuje všetko sám.

j) podľa spôsobu financovania

- komerčný cestovný ruch – účastník si hradí všetky náklady sám;
- sociálny cestovný ruch – čiastočné alebo úplné hradenie výdajov spoluúčastníkom (zamestnávateľ či poisťovňa).

2.2.2 Formy cestovného ruchu

Jednotlivé formy cestovného ruchu, pre ktoré je typické realizovanie konkrétnych aktivít, vznikajú na základe skutočných väzieb cestovného ruchu na krajinu (Mariot, 1983). Kľúčovým kritériom pre určenie foriem cestovného ruchu môže byť motivácia či samotný dôvod účasti cestovného ruchu. Kľúčovými podnetmi sú predovšetkým odpočinok, spoznávanie krajiny alebo kontakt s ľuďmi (Lauko et al., 2014).

Petrů (2007), uvádza, že na základe týchto aspektov vieme vymedziť formy cestovného ruchu, ktoré sú napríklad, rekreačný pobytový, kúpeľno-liečebný, kultúrno-poznávací, športovo-turistický cestovný ruch. Špecifické formy cestovného ruchu vieme charakterizovať ako potreby účastníkov cestovného ruchu, ktorí majú špecifický charakter a dávajú dôraz na spôsob realizácie a obstarávania služieb spojených s realizovaním rekreačných aktivít. Patria sem kongresový, etnický, lovecký, zážitkový, dobrodružný, incentívny, gastronomický, motivačný, tematický, nákupný, náboženský cestovný ruch atď.

Podľa Ryglovej et al.(2011), by mali formy cestovného ruchu zodpovedať potrebám ich účastníkom. Autorka delí formy cestovného ruchu na základe najrozsiahlejších potrieb účastníkov a špecifické formy, ktoré saturujú špecifické požiadavky účastníkov.

Podľa Vystoupila a Šauera (2006), sú formy cestovného ruchu odvodené od motivácie účastníkov cestovného ruchu. Medzi hlavné motívy realizácie cestovného ruchu, od ktorých

sa potom určujú formy cestovného ruchu patria rekreačné, kultúrne, spoločenské, športové, ekonomické a špecifické motívy.

- a) rekreačný cestovný ruch – dopomáha psychickej a fyzickej regenerácii
 - prímestská rekreácia – vykonáva sa v mestských priestoroch;
 - kúpeľný cestovný ruch – pobyt v kúpeľoch za účelom regenerácie.
- b) kultúrny cestovný ruch – poznávanie iných kultúr, zvykov, tradícií
 - vzdelávací cestovný ruch – získavanie znalostí a zručností na vlastné náklady, nie sú tu zahrnuté študijne pobyty;
 - alternatívny cestovný ruch – poznávanie života iných ľudí v ich domácom prostredí (agroturistika, ekoagroturistika);
 - náboženský cestovný ruch – cestovanie za náboženskými pamiatkami a pútnickými miestami.
- c) spoločensky orientovaný cestovný ruch – cieľom sú stretnutia s novými ľuďmi
 - návšteva príbuzných – najrozšírenejšia forma;
 - klubový cestovný ruch – spoločenská skupina s rovnakými záujmami a záľubami.
- d) športový cestovný ruch
 - cestovný ruch s aktívnymi športovými činnosťami – pobyt spojený so športovou aktivitou;
 - cestovný ruch s pasívnou športovou činnosťou – športové diváctvo.
- e) ekonomicky orientovaný cestovný ruch – prebieha prevažne počas pracovnej doby účastníka
 - obchodný cestovný ruch – služobné cesty, obchodné stretnutia;
 - kongresový cestovný ruch – účasť na konferenciách, seminároch;
 - výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch – vystavované a ponúkané služby s cieľom osloviť zákazníka;
 - incentivný cestovný ruch – stimulačné či motivačné výlety, zájazdy hradené zamestnávateľom.
- f) špecifický orientovaný cestovný ruch – vymedzený na základe špecifikácií účastníka
 - nákupný cestovný ruch – motivácia zážitku a pôžitku z nakupovania prevažne nespotrebitel'ského charakteru;
 - politický cestovný ruch – politické akcie (akcie, zhromaždenia, meetingy).

2.3 Účastník cestovného ruchu

Účastníka cestovného ruchu môžeme označiť ako osobu, ktorá vycestuje mimo miesto svojho trvalého bydliska v rámci niektorého z typov cestovného ruchu a to aby uspokojila svoje potreby využitím služieb cestovného ruchu Francová (2003).

Zelenka a Pásková (2012), uvádzajú definíciu podľa UNWTO, ktoré definuje účastníka cestovného ruchu ako *„každú osobu, ktorá ma pobyt prechodne mimo miesto svojho trvalého bydliska po dobu nepresahujúcu za sebou idúcich 12 mesiacov, pričom motívom cesty nie je zárobková činnosť, a účastník sa zúčastňuje na niektorej z druhov alebo foriem cestovného ruchu“* (in Zelenka a Pásková, 2012, s.16).

Pre sledovanie cestovného ruchu so štatistickým zameraním bolo podľa UNWTO dôležité vymedziť pojmy týkajúce sa podrobnejšieho rozoznávania účastníkov cestovného ruchu (Beránek, 2013).

- stály obyvateľ (rezident) – v domácom cestovnom ruchu sa jedná o osobu, ktorá žije na určitom území aspoň 6 po sebe idúcich mesiacov pred príchodom na iné miesto po dobu kratšiu 6 mesiacov; rezidentom sa myslí osoba, ktorá žije v danej krajine minimálne 1 rok pred príchodom do inej krajiny na dobu kratšiu 1 roka;
- návštevník (visitor) – jedná sa o osobu, ktorá cestuje do inej krajiny, mimo svojej rodnej krajiny, alebo iného miesta vo svojej rodnej krajine, ale mimo miesto svojho trvalého bydliska, na dobu kratšiu 1 roka, a to nie za účelom zárobkovej činnosti na navštívenom mieste;
- turista (tourist) – ide o návštevníka, ktorý cestu na určitú dobu obsahujúcu minimálne jedno prenocovanie;
- výletník, jednodňový návštevník (excursionist, same-day visitor) – ide o návštevníka, ktorý cestuje najviac 24 hodín bez prenocovania.

2.3.1 Profil účastníka cestovného ruchu

Súbor zozbieraných údajov o účastníkoch cestovného ruchu je možné vyjadriť v presnej charakteristike či profile. Komplex vlastností, ktoré vystihujú účastníka predstavujú jeho profil. Profil je teda obrazom spokojnosti a postojom k poskytovaným službám ale taktiež sociálno-ekonomických údajoch a pod. (Pavlík, 2010).

Rovnako ako v iných oblastiach tak aj v cestovnom ruchu je neoddeliteľnou zložkou marketingových činností určenie profilu klienta prípadne účastníka cestovného ruchu. Pre

uspokojenie oboch strán teda klienta alebo účastníka ale aj tomu, kto službu ponúka, je nesmierne dôležité špecifikovať aké služby, komu a akou formou budú tieto služby poskytované. K tejto súvislosti následne nadväzujú postupy, pre aký cieľový segment na trhu bude marketingová kampaň určená aj s tým súvisiacimi náležitosťami (Ellis & Mayer, 1994).

Pre spoločnosť detailné a vzácne informácie je možné získať prostredníctvom analýzy účastníka cestovného ruchu. Príkladom môže byť úspešnosť v uspokojovaní potrieb účastníkov cestovného ruchu, ich počet, motivácia k účasti na cestovnom ruchu či ich ekonomické postavenie. Súčasne môžu byť uvádzané aj ďalšie dôležité údaje o očakávaniach a postojoch účastníkov cestovného ruchu (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008).

Ako možné kritéria pre zostavovanie profilu účastníka uvádza Vystoupil (2006):

- celková dĺžka cesty realizovaná mimo trvalé bydlisko;
- náklady na cestovný ruch;
- primárny cieľ cesty;
- dopravný prostriedok zvolený pre transport;
- druh ubytovacieho zariadenia;
- navštívená oblasť;
- vek a pohlavie;
- región či krajina pôvodu.

Zisťovanie spokojnosti s kvalitou poskytovaných služieb či kvalitou vybavenia v danej oblasti či priamo danom mieste je tiež jednou s možností profilovania účastníkov cestovného ruchu (Vystoupil, 2006).

2.4 Športový cestovný ruch

Športový cestovný ruch môžeme chápať tiež ako športový turizmus, po anglicky sport tourism. Ako uvádza Schwartzhoffová (2010), podľa teórie cestovného ruchu je vhodné hovoriť o športovo zameranom cestovnom ruchu, ktorý prislúcha špecifickým formám (druhom) cestovného ruchu. Pomenovanie turizmus môžeme chápať ako synonymom pre pojem cestovný ruch.

V knižnej publikácii Dictionary of Sport Studies od Malcolma (2008, s. 247), je pojem športový cestovný ruch definovaný ako *„všetky formy aktívnej ale aj pasívnej účasti na športových aktivitách organizovaných za komerčným aj nekomerčným účelom, ktoré si*

vyžadujú pobyt mimo miesta trvalého bydliska alebo miesta pre vykonávanie zárobkovej činnosti“.

Toto tvrdenie o športovom cestovnom ruchu čiastočne korešponduje aj s tvrdeniami De Knopa a Standevena (1999, s. 12), ktorí určujú športový cestovný ruch ako „všetky formy aktívneho ale aj pasívneho zapojenia sa do športových aktivít, samostatnú ale aj organizovanú činnosť z obchodných či neobchodných dôvodov, ktorá vedie k vycestovaniu mimo miesta trvalého bydliska alebo práce“.

Autori Zelenka a Pásková (2012) tvrdia, že športový cestovný ruch je možné chápať ako formu cestovného ruchu, v ktorej účastníci cestovného ruchu sú divákmi alebo aj aktívnymi účastníkmi, či už príležitostnými, rekreačnými, výkonnostnými alebo vrcholovými a zúčastňujú sa variabilných druhov súťaží, pretekov alebo masových akcií.

2.4.1 Typológia športového cestovného ruchu

Motív „športovej cesty“ je hlavnou podstatou typológie športového cestovného ruchu. Účastníci športového cestovného ruchu môžu byť motivovaní jednoduchými športovými udalosťami, kombináciou športových a nešportových akcií alebo nešportovými akciami, ktoré obsahujú určitý druh športovej aktivity (Gibson, 2006).

Ako už bolo viac krát spomínané, existuje viacero druhov (foriem) cestovného ruchu, no neexistuje jednotná definícia, čo taktiež platí aj o celom odvetví športového cestovného ruchu. Malcolm (2008), delí športový cestovný ruch na piatich kategórií:

- turizmus so športovým obsahom – hlavným motívom cesty nie je šport, môžeme povedať, že sa jedná iba o rekreačný turizmus s občasnými športovými aktivitami;
- účastnícky športový turizmus – hlavným motívom cesty je športová aktivita, môžeme povedať, že ide o aktívnu, športovú dovolenku (vrátane organizovania jednoduchých výletov);
- tréningový športový turizmus – cieľom cestovania sú športové tréningy alebo inštruktáže (sústredenia, tréningové kempy, výcvikové tréningové kurzy a pod.);
- športové eventy (akcie a udalosti) – aktívna alebo aj pasívna účasť na športových akciách je hlavným motívom cesty do danej destinácie (Olympijské hry, majstrovstvá sveta a pod.);
- luxusný športový turizmus – táto kategória sa vyznačuje komfortom a vysokou kvalitou športového zázemia pre vykonávanie športových aktivít (luxusné rekreačné rezorty).

Sekot, (2003, s. 116) uvádza odlišné členenie športového cestovného ruchu (in Schwartzhoffová, 2010, s. 99 - 100):

- domáci športový turizmus – obsahuje viac ako jednodňovú cestu za účelom účasti na športovej akcii, prekonávajúcej vzdialenosť 40 km alebo zahraničnú športovú turistiku, ktorá zahŕňa cestovanie do cudzej krajiny s cieľom zapojiť sa do športovej aktivity ako divák, aktívny účastník alebo funkcionár;
- výkonnostný alebo pretekársky turizmus – do tejto kategória spadajú ľudia, ktorých hlavnou zárobkovou činnosťou je šport. Partia sem atléti, tréneri, maséri, poprípade sprievodný tím spolucestujúcich, za účelom zúčastnenia sa pretekov alebo sústredenia;
- rekreačný a relaxačný turizmus – spadajú sem rekreačné športy vykonávané počas dovolenky napríklad rybolov, jazdectvo na koni, golf či horolezectvo. Človek sa im venuje príležitostne, zaraďujeme ich skôr ako doplnok a na ich vykonávanie je potrebná istá miera športových zručností;
- športový turizmus súvisiaci s diváctvom na športových akciách – turisti, diváci či inak aj účastníci športových akcií, ktoré sa konajú na iných miestach ako športovci, tréneri, športový tím a fanúšikovia žijú. Z tohto dôvodu môžeme event tourism označiť ako ďalší typ športového turizmu.

2.5 Event

Organizovaná činnosť, spravidla spoločenskej, kultúrnej, športovej alebo zábavnej formy, ktorej hlavnou úlohou je zaujatie špecifických cieľových skupín ako napríklad spotrebiteľov, zamestnancov, zákazníkov, obchodných partnerov, dodávateľov, médií a pod. Takto je možné najčastejšie chápať pojem event (Jurášková, Hornák et al., 2012).

Podľa Kotíkovej (2013), je možné eventy vysvetliť ako jedinečné, dočasné, špeciálne naplánované, riadené a organizované zabezpečené udalosti alebo akcie s dopadom na cestovný ruch.

Eventy sú vopred naplánované a usporiadané akcie, ktorých dĺžka trvania je obmedzená a a disponujú určitým dopadom na cestovný ruch v danej oblasti (Freyer, 2011).

AIEST (Association Internationale d'Experts scientifiques du Tourisme, 1987), charakterizuje eventy ako „významné jednorazové alebo opakujúce sa akcie obmedzeného trvania, ktoré majú zvýšiť povedomie, atraktivitu a zisk destinácia cestovného ruchu z

dlhodobého i krátkodobého hľadiska. Tieto eventy zakladajú svoj úspech na jedinečnosti, prestíži a aktuálnosti s cieľom vzbudiť záujem a vyvolať pozornosť" (in Kotíková & Schwartzhoffová, 2008, s. 8).

Eventom môžeme chápať vopred naplánovaný zážitok so značkou, ktorá vedie cieľovú skupinu k aktívnej účasti (športová alebo umelecká činnosť) a tým poskytuje väčší alebo aj menší zážitok s danou značkou. Aktívna účasť vyvoláva u účastníka pozitívne emócie, ktoré sa potom pozitívne odrážajú vo spätnej väzbe na danú udalosť a následne aj danú značku (Karlíček & Král, 2011).

Kotíková a Schwartzhoffová (2008) uvádzajú, že každý event by sa mal vyznačovať týmito znakmi:

- je jedinečný a originálny;
- je vymedzený v určitom čase (má vopred stanovenú dobu trvania);
- je viazaný na konkrétne miesto, kde bude realizovaný;
- ide o umelo vytvorenú a vopred dohodnutú udalosť (aj keď základom môže byť napríklad prírodný úkaz).

Kotíková a Schwartzhoffová (2008) popisujú, aj ďalšie znaky eventov:

- event má miestny presah;
- event pôsobí ako faktor zvyšujúceho sa dopytu, v dôsledku čoho dochádza k navýšeniu návštevnosti v danej lokalite;
- event si vyžaduje priame zastúpenie účastníkov;
- účasť na evente je sprevádzaná silným zážitkom;
- event má presne stanovený rozvrh, ktorý je tvorený prípravnou časťou, realizovanou časťou a časťou vydoňovacou;
- event má striktne určený rozpočet;
- pri väčších eventoch sa na ich realizovaní a financovaní zúčastňuje viacero subjektov.

Za jeden zo základných cieľov usporadúvania akcií v cestovno ruchu považuje Getz (2008) motiváciu verejnosti k účasti (ale i mimo hlavnú sezónu), v pomoci verejnosti pri vybudovaní infraštruktúry a jej obnove v cestovnom ruchu, vybudovanie pozitívneho imidžu lokality v spolupráci s miestnym obyvateľstvom a taktiež aj vo zvýšení návštevnosti ďalších udalostí realizovaných v danej oblasti.

Autor dodáva, že rozsiahle a atraktívne akcie nie sú navzájom totožné a pokiaľ ich účastník nenavštívi osobne, tak nikdy nezažije atmosféru sprevádzajúcu danú akciu, a tým

pádom je to pre neho zmarená príležitosť. Organizovanie eventov je väčšinou za záštitou profesionálov a podnikateľov aj keď v minulosti to bolo realizované skôr z iniciatívy jednotlivých skupín. Dôležitosť a ciele akcie sú strategicky naplánované a preto by bolo príliš riskantné prenechať tú zodpovednosť amatérom. Do tejto skupiny patria napríklad festivaly, politické a štátne udalosti, športové, vedecké a umelecké akcie, akcie spojené s podnikaním ako napríklad výstavy alebo veľtrhy a zo súkromnej oblasti napríklad svadby či večierky.

Čo prináša a aký je cieľ eventov uvádza Lattenberg (2010):

- pripomenutie firemnej značky alebo výročie;
- získať verejné povedomie a uznanie;
- oceniť partnerov;
- uvedenie nového produktu na trh;
- zbližovať ľudí;
- zvýšiť lojálnosť zamestnancov a ich rodín voči firme;
- vytvoriť novú komunitu;
- poskytnúť informácie.

2.5.2 Klasifikácia a delenie eventov

Ako bolo uvádzané v predchádzajúcich kapitolách eventy predstavujú veľmi obtiažný a zložito definovateľný produkt v cestovnom ruchu. Autorky Kotíková a Schwartzhoffová (2008) ponúkajú prehľadné delenie eventov:

a) Delenie podľa obsahového zamerania – patria sem eventy podľa obsahového delenia najdôležitejšie. Toto členenie vzchádza z podmienok cestovného ruchu v Českej republike.

- kultúrne eventy;
- športové eventy;
- eventy zamerané na miestne zvyky, tradície, históriu, mýty a legendy;
- spoločenské a zábavné eventy;
- náboženské eventy;
- špecifické eventy v cestovnom ruchu;
 - incentívne akcie;
 - kongresy, konferencie, semináre;
 - veľtrhy a výstavy;

- eventy v oblasti hotelierstva a gastronómia;
- ostatné eventy (svadobné, politické, firemné, vzdelávacie a iné).

b) Delenie podľa cieľovej skupiny – dôležitým kritériom tohto delenia je aspekt účastníkov a následné rozdelenie a uzavreté a otvorené eventy. Pri uzavretých eventoch sa zameriava výhradne na presný a vymedzený okruh účastníkov, pri otvorených eventoch je prístupnosť pre účastníkov úplne otvorená. Autorky členenie následne ďalej delia na eventy kde je potreba zaplatiť vstupný poplatok a kde je vstup pre účastníkov bez poplatkov (Tabuľka 1).

Tabuľka 1. Delenie eventov podľa otvorenosti a platenia vstupných poplatkov

	Otvorené eventy	Uzavreté eventy
Eventy, na ktorých sa platí štartovné	festivity, koncerty, športové akcie	konferencie, kongresy
Eventy, na ktorých je bezplatný vstup	oslava nového roku na námestí	svadby, firemné akcie, vernisáže, premiéry

Zdroj: Kotíková a Schwartzhoffová (2008, s.11)

- c) Delenie podľa miesta konania – eventy sa môžu konať buď to niekde vonku, v prírode (indoor) alebo v uzavretom priestore (outdoor). V cestovnom ruchu sú veľmi populárne eventy vonkajšieho charakteru (open air), no sú závislé od vhodného počasia.
- d) Delenie podľa usporiadateľského subjektu – eventy je možné realizovať ale aj financovať prostredníctvom inštitúcie verejnej správy, nezisková organizácia alebo obchodná spoločnosť či fyzická osoba. Individuálne sú súkromné akcie ako koncerty či svadby.
- e) Delenie eventov podľa veľkosti:
- mega eventy – nad 500 000 účastníkov;
 - veľké eventy – 100 000 – 500 000 účastníkov;
 - stredné eventy – 10 000 – 100 000 účastníkov;
 - malé eventy – menej ako 10 000 účastníkov.

- f) Delenie podľa významu – v tomto rozdelení eventov sa autorky stotožňujú s tvrdením Getza, ktorý delil eventy podľa významu nasledovne:
- medzinárodné eventy – medzinárodný až globálny význam;
 - „značkové“ eventy – sú spájané s určitým miestom, dotvárajú imidž daného miesta a sú celoštátneho alebo až medzinárodného charakteru;
 - regionálne eventy – obmedzenie na daný región, prevažne navštevované návštevníkmi z okolia;
 - miestne eventy – podujatia pre návštevníkov z blízkeho okolia.
- g) Delenie podľa doby trvania – patria sem akcie, ktorých dĺžka trvania je niekoľko hodín (koncerty, divadelné predstavenia), niekoľko dní (výstavy, veľtrhy, festivaly), niekoľko týždňov (majstrovstvá sveta vo futbale). Dôležitým faktorom v delení podľa dĺžky trvania je fakt, že dĺžka prípravy eventu nemusí byť totožná s dĺžkou účasti návštevníka.
- krátkodobé eventy – dĺžka trvania 1 deň;
 - strednedobé eventy – dĺžka trvania niekoľko dní;
 - dlhodobé eventy – dĺžka trvania viac ako týždeň.
- h) Delenie podľa periodickej realizácie – pravidelnosť eventov v určitých intervaloch. Akcie konajúce sa raz do roka (MS v hokeji), niekoľko krát do roka alebo akcie, ktoré sa konajú pravidelne ale vo väčšom časovom intervale (olympijské hry). Samozrejme nájdú sa aj eventy, ktoré majú jednorazový, neopakovateľný charakter. Ďalšie akcie sa môžu konať v odlišných mestách či krajinách alebo aj na rovnakých miestach. Periodizovanosť akcií napomáha k tvoreniu imidžu a prestíže destinácie (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008).

Getz (2008) sa pri členení eventov sústreďí na funkčnosť a v určitej miere aj plnenie hospodárskych, turistických či politických cieľov, ktoré by mali udalosti spĺňať, následne je možné eventy hodnotiť najmä podľa ich foriem, kde sa vyskytujú určité rozdiely v ich účele a programe.

2.5.3 Event Tourism

Getz (2008) tvrdí, že event tourism je sústavný rozvoj a plánovanie činiteľov rozvíjajúcich podobu atraktivít a destinácií. Trhová časť obsahuje účastníkov cestovného ruchu, ktorí cestujú aby navštívili určitú udalosť, alebo ktorí sú motivovaní cestovať za určitou udalosťou mimo svoje bydlisko.

Kotíková a Schwartzhoffová (2008), uvádzajú, že za vznikom pojmu event tourism môže byť rastúci záujem o zážitky nie iba v súčasnom cestovnom ruchu, ale aj v celom odvetví voľného času. Podľa autorky cestujú návštevníci radšej tam, kde sa niečo "deje", a nie len tam kde niečo "je".

Murakami (2010) uvádza, že bežecké aktivity sa stávajú pre obyvateľstvo čoraz obľúbenejšie. Behom môžeme chápať pohybovú aktivitu, ktorá má najprirodzenejší a zároveň najjednoduchší charakter. Nadšenci bežeckých disciplín behajú v každom ročnom období za účelom zlepšenia ich fyzickej kondície alebo samotného tréningu na maratónsku udalosť.

Dorčáková (2014), popisuje maratónsku cestovný ruch ako putovanie za hranice štátu, za účelom účasti na organizovanom bežeckom podujatí. Neraz je táto cesta kombináciou s víkendovým alebo aj viacdennou návštevou lokality s poznávacím charakterom. Autorka ďalej udáva, že maratónska turistika nie je limitovaná iba samotným odbehnutím maratónskej trate ale môže obsahovať aj kratšie úseky alebo aj dlhšie.

Maratónsku turistiku vieme chápať ako pretek a výlet dokopy. Jedná sa o kombináciu úsilia a oddychu, pohybu a poznávania. Tým pádom sa dá povedať, že účastník maratónskej turistiky nemôže prísť z výletu nespokojný. Možno účastník nepodal najlepší výkon na bežeckom podujatí, no na druhej strane navštívil novú destináciu, stretol a spoznal sa s zaujímavých ľuďmi a domov prichádza s novými zážitkami (Kujan, 2015).

Kujan (2011) uvádza, že maratónskej turistiky sa obyvateľstvo Českej republiky mohlo zúčastniť po prvý krát v Prahe na prvom Pražskom medzinárodnom maratóne v roku 1995. Účastníkmi boli aj zahraniční turisti, ktorí za svoju spokojnosť, ubytovanie, stravovanie a prehliadky nechávali rôzne suveníry.

Dorčáková (2014), označuje maratónsku turistiku na území Slovenskej republiky za relatívne mladý fenomén. Každým rokom počet amatérskych aktívnych účastníkov narastá. Často krát je účasť na maratónoch kombinovaná s cestovaním. Zvyšujúci sa dopyt po maratónskej turistike môžeme pripisovať aj organizátorom samotných podujatí či cestovným kanceláriám, ktoré prostredníctvom internetu, sociálnych sietí ale aj iných médií oslovujú

čoraz viac zahraničných bežcov. Ako príklad vieme uviesť populárnejšie maratóny, kde na štarte môžu naraz stáť účastníci z viac ako päťdesiatich rôznych národností.

Partnerskými organizáciami maratónskeho preteku bývajú neraz aj cestovné kancelárie a to má hneď niekoľko pozitív aj pre samotných bežcov. Jednou z nich je garantovanie štartovných čísel a to v prípade kedy je pretek úplne vypredaný, je možnosť ešte získať štartovacie miesto cez cestovnú kanceláriu. Účastníci maratónskeho turizmu sa poväčšine zhodujú na názore, že je lepšie absolvovať bežecký pretek čo najskôr, bežec sa tak zbaví nervozity spojenej s bežeckým pretekom a až potom si užívať krásy danej destinácie (Kujan, 2015).

Fenomén maratónskeho turizmu postupne dostáva aj na územie Slovenskej republiky, no jedná sa skôr o individuálnu cestu za pretekom ako skupinový zájazd. Prahnutie po atmosfére zahraničných behov sa prejavuje postupne. Najskôr musí účastník absolvovať niekoľko domácich pretekov a nadobudnúť skúsenosti (Dorčáková, 2014).

2.6 Športové eventy

Pre športový cestovný ruch sú najdôležitejšie športové udalosti (eventy). Tieto udalosti môžeme označiť ako športové podujatie či akciu, ktorá priťahuje pozornosť nie len účastníkov na športovej akcii ale aj fanúšikov a často aj médiá. Najpodstatnejším z pohľadu cestovného ruchu je, že niektoré udalosti majú veľký motivačný vplyv na prítomnosť verejnosť a fanúšikov jednotlivých tímov. Športové udalosti vyvolávajú záujem u rôznorodých skupín turistov napríklad divákov, fanúšikov, samotných účastníkov, športových novinárov, sponzorov, personálu z tímov, predstaviteľov národných či medzinárodných športových organizácií. Môžeme teda povedať, že športový turizmus sa stáva v danom ohľade masovým turizmom so všetkými jeho vlastnosťami (Schwartzhoffová, 2010).

Športové podujatia sú veľmi pestré, nie len na početnosť športových disciplín ale aj veľkosť a význam, na divákov, fanúšikov, organizovanosť a rôzne iné faktory. Športové podujatia je možné deliť na podujatia v oblasti vrcholového športu alebo podujatia v oblasti výkonnostného športu a taktiež aj podujatia v oblasti rekreačného športu (Schwartzhoffová, 2010).

Autorky Kotíková a Schwartzhoffová (2008) k definíciám dodávajú, že nie každé športové podujatie môže byť pokladané za event v cestovnom ruchu. Niektoré udalosti majú dôležitosť iba u lokálneho obyvateľstva, čiže malý okruh športovcov a divákov a preto sa to v návštevnosti lokality nijako neodráža.

Schwartzhoffová (2010) udáva, že športové eventy motivujú ľudí k cestovaniu buď to za účelom aktívnej účasti alebo len ako pasívne zhliadnutie akéhokoľvek druhu športu či športovej udalosti alebo preteku. Ide o rozsiahly okruh aktivít počínajúc osobným športom napríklad účasťou na Olympiáde a končiac bežným fandaním na tribúnach na zápase svetového pohára. Autorka rozdeľuje vplyvy športovo zameranej turistiky, ktoré majú dosah na spoločnosť na:

- ekonomický vplyv;
- sociálno-kultúrny vplyv;
- zdravotný vplyv;
- environmentálny vplyv.

2.6.1 Delenie športových eventov

Športové akcie sú veľmi rôznorodé a je ich možné deliť podľa veľkého množstva ďalších kritérií (podľa usporiadateľského subjektu, finančného zabezpečenia, disciplín a pod.).

Novotný et al. (2010), delia športové eventy podľa:

- a) aspekt pôsobnosti – hodnotí sa, koho akcia oslovuje, kto sa jej zúčastňuje so zameraním na účastníkov ale taktiež aj na divákov;
 - svetové akcie - ide o akcie, ktoré sú organizované rozličnými športovými organizáciami alebo Medzinárodným olympijským výborom (majstrovstvá sveta, svetové poháre, veľké ceny či OH);
 - kontinuálne akcie – sú realizované a viazané na určitý kontinent (majstrovstvá Európy);
 - akcie na národnej úrovni – sú delené podľa miesta realizácie na:
 - majstrovstvá republiky – štátom usporadúvaná akcia;
 - krajský prebor – krajské akcie;
 - okresný prebor – lokálny charakter.
- b) aspekt otvorenosti – hodnotia sa podmienky pre jednotlivých športovcov;
 - otvorené športové akcie – bez obmedzenia pre všetkých nezávisiac na pohlaví, veku či výkonnosti. Jedinou podmienkou je registrácia s uhradením štartovného poplatku (Košícký Medzinárodný maratón mieru alebo Košice NightRun);

- polootvorené športové akcie – potreba spĺňať určité limity spojené s výkonnosťou (kvalifikácia);
 - uzavreté športové akcie – športovci sú na akciu pozívaný usporiadateľom (exhibície, teambuildingy alebo súkromné športové akcie)
- c) aspekt formálnosti;
- formálne športové podujatia – profesionálne akcie určené pre profesionálnych športovcov alebo aj verejnosť s presne stanoveným časovým harmonogramom a štruktúrou;
 - neformálne športové akcie – nepútajú veľký záujem u médií ani u návštevníkov (priateľské stretnutia).
- d) aspekt participácie – hodnotí sa angažovanosť verejnosti na akcii;
- divácky orientované – športové akcie s nízkym počtom účastníkov ale naopak vysokým počtom divákov;
 - orientované na aktívnu účasť – hlavným zmyslom takýchto akcií je prilákať čo najväčší počet aktívnych účastníkov, či už profesionálov alebo amatérov (maratónske behy);
 - aktívna a pasívna účasť – jedná sa o kombináciu prvých dvoch vyššie uvedených, formujú sa už z existujúcich akcií, majú tradíciu, mediálny aj divácky ohlas.
- e) aspekt multioborovosti – hodnotenie podľa počtu disciplín v ktorých súťažiaci súperia;
- jednodborové – športové akcie v ktorých je len jeden víťaz v jedinej športovej disciplíne;
 - viacodborové – športové akcie s väčším počtom športových disciplín.
- f) aspekt cieľa;
- neziskovo orientované akcie – ich úlohou nie je zisk ale podpora športovej disciplíny alebo určitého športovca. Ak na danej akcii vznikne zisk, prerozdeli sa medzi ďalšie športové akcie či kluby;
 - ziskovo orientované akcie – primárnou úlohou je zisk z akcie. Jedná sa o akcie zamerané predovšetkým na divákov.
- g) aspekt prostredia;
- outdoorové akcie – akcie sa uskutočňujú vo vonkajšom prostredí;
 - indoorové akcie – akcie sa konajú v uzavretých priestoroch (halách, arénach).

Iné delenie podľa Malcolma (2008), popisuje klasifikáciu športového cestovného ruchu, ktorú uvádzajú profesori Bull a Weed. Tí hodnotia štyri základné typy, ktoré sú obsahovo veľmi podobné no navzájom sa neeliminujú. Jedná sa o tieto typy:

- športový turizmus so športovým obsahom – športová aktivita nie je primárnym dôvodom cesty;
- účastnícky športový turizmus – dovolenka zameraná primárne na športové aktivity s jednodňovými výletmi;
- tréningový športový turizmus – hlavným cieľom cesty je účasť na športovom tréningu (tréningové kempy, inštruktáže);
- športové podujatia – hlavným cieľom je účasť na športových akciách priamo ako účastník alebo aj divák.

2.6.2 Dopady športových eventov

Masterman (2009), popisuje dopady športových podujatí na prostredie, ktoré môžu byť pozitívne ale aj negatívne. Kľúčom k minimalizácii negatívnych vplyvov a dosiahnutiu potenciálnych pozitívnych vplyvov je účinné plánovanie eventov. Dopady môžu vplývať z dlhodobého hľadiska, počas podujatia a bezprostredne po ňom. Môžeme preto povedať, že z dlhodobého hľadiska sa jedná o dosiahnutie určitej hodnoty či odkazu pre event špecifickou. Po ukončení podujatia sa prejavujú strednodobé dopady a krátkodobé počas priebehu podujatia. Takéto rozdelenie môžeme určiť za nestále, keďže každý jeden event je autentický.

Široká škála športových akcií spôsobuje, že účinok organizovania týchto akcií sa preukazuje hneď vo viacerých oblastiach a to v ekonomickej, sociálnej, environmentálnej ale aj iných. Autori sa zhodujú v tvrdení, že nie každá udalosť ponúka všetky typy dopadov a samozrejme aj veľkosť druhu a vplyvu akcie nie je závislá od jej povahovosti.

a) Ekonomické dopady

Dôkladné vyčíslenie ekonomických dopadov nie je až také jednoduché vyčísliť potrebné výdaje či výnosy, ktorými organizovanie športového eventu disponuje. Všeobecne existuje priama úmera medzi veľkosťou športovej akcie a samotnými ekonomickými dopadmi na daný región alebo aj krajinu. Chalip (2001) tvrdí, že väčšina významných športových akcií je financovaná z verejných zdrojov, pretože sa dá predpokladať, že návštevnosť a a účasť na udalostiach napomôžu ku podpore ekonomického rastu a prinesú lokalite či regiónu mnoho výhod. Dá sa taktiež povedať, že z času na čas dochádza k usporiadaniu športovej akcie viac z politického ako ekonomického dôvodu, čím môže dochádzať k neúčinnnej alokácii verejných

zdrojov alebo k samotnému plytvaniu. Odhadovaný či plánovaný kladný účinok organizovanej akcie nie je často dosiahnutý a nemusí byť ani dosiahnutá hodnota verejných dotácií.

Ako uvádza Chalip (2001), vplyv konania akcií v dlhodobom období je zameraný predovšetkým na imidž regiónu pre domácich ale aj zahraničných turistov. Autor uvádza niekoľko faktorov, ktoré ovplyvňujú ekonomické dopady športových akcií.

- správna propagácia udalostí – tím zodpovedný za marketingové činnosti akcie by mal úzko spolupracovať s marketingom v celej oblasti, za účelom pozitívneho navýšenia počtu účastníkov na akcii a taktiež počtu účastníkov v celého regiónu;
- dôkladná spätná informovanosť o akcii – zaznamenávanie a spracovanie priebehu eventu na vysokej úrovni so zapojením organizátorov so zabezpečením kvalitného podkladového materiálu, zabezpečenie maximálneho vysielacieho času danej akcie, správne poukazovanie nie len na danú akciu ale aj na samotnú oblasť či región (spolupráca s marketingovými agentúrami na čo najlepšom predstavení lokality v ktorej sa bude akcia konať);
- event ako propagácia regiónu – zameranie sa na vhodný typ podujatia, ktorý môže pozitívne vplývať na celkový imidž lokality (zlepšenie imidžu pláže, zrealizovaním turnaja v plážovom volejbale).

b) Sociálne dopady

Tento aspekt má veľký vplyv na obyvateľstvo, ktoré žije v danej destinácii inscenácie a folklorizácie. Inscenáciu vieme chápať ako komerčné predvádzanie tradícií a zvykov pre návštevníkov, kde dochádza ku miernemu ničeniu danej kultúry za účelom čo najväčšieho zisku. Dochádza k vytváraniu dvoch pásiem a to k reálnemu a inscenovanému (Zelenka a Pásková, 2012).

Ako vo väčšine prípadov aj pri sociálnych či kultúrnych dopadoch platí, že rozsah, obdobie konania, doba trvania či ďalšie charakteristiky výrazne vplývajú na dejisko akcie či samotný región. Veľmi dôležitým faktorom, ktorý vplýva pri hodnotení sociálnych dopadov je miesto obyvateľstvo a jeho postoj k danej udalosti. Samotný názor obyvateľstva na udalosť veľmi zasahuje aj do uvoľnenia finančných zdrojov politikmi na samotnú organizáciu udalosti. Negatívne stanovisko obyvateľstva voči konaniu akcie môže výrazne ovplyvniť propagáciu udalosti, podieľanie sa na organizácii či dokonca samotný prístup a interakcia s návštevníkmi akcie. Tieto a mnoho ďalších faktorov môže reálne zapôsobiť na úspešnosť celého podujatia (Preuss & Solberg, 2006).

c) Environmentálne dopady

De Knop a Standeven (1999) uvádzajú, že v prevažnej väčšine prípadov pri organizovaní športových aktivít dochádza k negatívnemu vplyvu na životné prostredie aj napriek ich snahe o minimalizáciu. Vplyvy na prostredie závisí od samotného miesta konania akcie (mestské alebo prírodné prostredie) a samozrejme ďalšieho množstva charakteristík. Podľa autorov vplyvajú športové udalosti na životné prostredie v dejisku primárne dvomi spôsobmi:

- V prvom rade sa jedná o samotné vybudovanie dejiska a infraštruktúry pre realizovanie športových akcií, ktoré sú poväčšine situované do prírodného prostredia bokom od miest a tým pádom je znehodnocovaná pôvodná príroda a daný ekosystém;
- Ako druhú autor uvádza záťaž prostredia návalom turistov do danej lokality konania akcie (preľudnenie dejiska), čo negatívne ovplyvňuje životné prostredie (znečistenie ovzdušia, hluk a podobne).

Kotíková a Schwartzhoffová (2008) uvádzajú, že pozitívny dopad eventov na lokalitu je možné zaznamenať v oblastiach:

- zvýšenej návštevnosti lokality;
- zlepšenej imidž lokality.

Autorky dodávajú, že zvýšená návštevnosť sa zvyčajne netýka iba účasti na danej akcii ale môže to vyvolať aj následnú návštevnosť lokality. Pozitívom eventov môže byť aj to, že sa nemusia nutne konať počas hlavnej sezóny ale môžu byť realizované aj ako činiteľ dopytu ovplyvňovaný návštevnosť lokality v období mimo sezóny (karneval v Benátkach).

Za negatívny dopad na destináciu sa môže považovať preťaženie infraštruktúry, tvorenie odpadu, zvyšovanie nárokov na bezpečnosť účastníkov, divákov ale aj obyvateľstvo či zvýšenie cien (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008).

2.7 Maratón

Fourny (2003), popisuje maratón ako test maximálnej vytrvalosti. Autor sa pri definícii maratónu opiera o poznatky z histórie, kde v roku 490p.n.l. aténsky vojak ubehol 40km z Marathonu do Atén so správou o víťazstve Grékov vo vojne a jeho následnou smrťou z vyčerpania. Ako pamiatka na tento čin bol 40km pretek zaradený do prvých novodobých olympijských hier konajúcich sa v Aténach. Pretek s dĺžkou 40 195m bol prvýkrát bežaný v Londýne na olympiáde v roku 1908. Prvým maratónom bez diskriminácie ženského

pohlavia bol maratónsky beh v New Yorku a Bostone v 70. rokoch 20. storočia. Fourny (2003) uvádza, že maratón je jeden z mála vytrvalostných pretekov so spoločným štartom mužov a žien.

Podľa Kampmiller (2004), je maratón beh na strednú či dlhú dištanciu (od 800m – 42 195m). Maratóny je možné organizovať na atletickej trati, v mestskom prostredí (na ceste) alebo v prírode. Súčasťou maratónu môžu byť aj behy na 5 000m alebo 10 000m, ktoré sú bez rozdielu pohlavia ako pre mužov tak aj pre ženy.

Medzinárodná asociácia atletických federácií (IAAF, 2016 - 2017), v pravidlách uvádza, že maratón možno zaradiť medzi behy na upravených asfaltových cestách. Začiatok a koniec maratónu môže byť situovaný na atletickom štadióne, mäkkej pôde či trávniku ale samotný beh nesmie byť organizovaný na mäkkom podklade. Samotná vzdialenosť trate musí byť vopred odmeraná a schválená traťovým meračom, ktorý je legitímny IAAF. Označenie trate a samotná vzdialenosť trate musí byť jasne a viditeľne vyznačená organizátorom maratónu. Organizátor je tiež povinný zabezpečiť lekársku starostlivosť, uzávierku ciest ako bezpečnosť či už bežcov ako aj divákov (IAAF, 2016 - 2017).

Každý rok asociácia medzinárodných maratónov a pretekov na diaľku (AIMS) zaznamenáva a zverejňuje informácie ohľadom tých najväčších bežeckých podujatia a maratónov na svete. Pre potreby diplomovej práce využíva autor informácie z roku 2017, keďže štatistiky z aktuálnejšieho roku nie sú dostupné.

Tabuľka 2. Najväčšie maratóny za rok 2017

Poradie	Názov a miesto konania maratónu	Počet aktívnych účastníkov
1.	TCS New York City Marathon	50 646
2.	Bank of America Chicago Marathon	44 341
3.	Schneider Electric Marathon de Paris	42 480
4.	Virgin Money London Marathon	39 569
5.	BMW Berlin Marathon	39 234
6.	Tokyo Marathon	34 442
7.	Osaka Marathon	30 026
8.	BAA Boston Marathon	26 400
9.	Telcel Marathon Mexico City	23 887
10.	China Xiamen International Marathon	22 917

Zdroj: http://aims-worldrunning.org/statistics/worlds_largest_marathons.html#2017

2.7.1 Bežecké podujatia na území SR

Prvé bežecké podujatia na našom území sa datujú do čias Rakúsko-Uhorska. Medzi prvé maratóny na našom území bezprostredne patrí Košický Medzinárodný maratón mieru.

Fukatsch (2013) tvrdí, že premiérovým maratónom na území SR bol pod názvom I. Košický maratón na trati z Turne nad Bodvou do Košíc. Zúčastnilo sa ho osem zo sedemnástich prihlásených bežcov. Vyhrál Karol Halla z domáceho klubu KAC s časom 3:01:35 h. Košický maratón sa môže pýšiť menovkou najstarší európsky maratón a celkovo druhý najstarší maratón na svete hneď po Bostonskom maratóne (Šmiták, 2015).

V súčasnej dobe sa uskutočňuje veľké množstvo bežeckých podujatí pozostávajúcich z rôznych bežeckých pretekov, bežeckých líg, akcií a akcií pre širokú verejnosť roztrúsených po celom území Slovenskej republiky. Bežecké podujatia prosperujú pestrú škálou zamerania (cestné, mestské, orientačné, horské, nočné behy a iné behy). Každý si príde na svoje. Internetový portál Beh.sk (2019), ponúka kompletný prehľad všetkých evidovaných behov na území SR. Jedná sa o veľké množstvo behov, ktoré spadajú pod poháre a ligy na regionálnej úrovni ale aj na úrovni celoslovenskej. Nájdu sa tu aj bežecké podujatia, ktoré nedisponujú bodovacím systémom (behy konajúce sa raz do roka). Pre rok 2019 nebol doposiaľ zverejnený kompletný zoznam pretekov, preto autor diplomovej práce uvádza najprestížnejšie preteky pozostávajúce z najväčšieho počtu behov pre rok 2018. (Tabuľka 2.):

Tabuľka 3. Top bežecké preteky na území SR pre rok 2018

Poradie	Názov pretekov	Počet behov
1.	Slovak Ultra Trail	13
2.	Slovenská bežecká liga	12
3.	Slovenský pohár behu do vrchu	12
4.	Karpatský pohár v horskom behu	12

Zdroj: <http://beh.sk/starsie-terminy/page/3/?hladat&kraj&liga&od=01.01.2018&do=31.12.2018>

2.7.2 Košický Medzinárodný maratón mieru

Košický Medzinárodný maratón mieru má na Slovensku vysokú popularitu a inak tomu nie je ani v zahraničí. Maratón v Košiciach je najstarším maratónom v Európe a po Bostonskom maratóne druhým najstarším súvisle sa konajúcim športovým podujatím maratónskeho charakteru na svete. V roku 2018 si Medzinárodný maratón mieru zapísal už

svoj 95. Ročník. Tomuto maratónu bola prostredníctvom Európskej atletickej federácie opakovane uštedrený Certifikát 5 Star Quality Road Race (5-hviezdičkový certifikát kvality) v kategóriách organizácie, technického a bezpečnostného stupňa Európskych maratónskych podujatí (Maratónsky klub Košice, 2015).

Medzinárodnému maratónu mieru v Košiciach bolo v roku 2018 udelené ďalšie prestížne ocenenie. Svetová atletická federácia udelila Košickému maratónu známku kvality IAAF Silver Label Road Race a to za dosiahnuté športové výsledky a celkovú organizáciu športovej akcie (Maratónsky klub Košice, 2018).

V roku 2006 vznikla Asociácia Abott World Marathon Majors (AWMM), ktorá na základe dohody šiestich veľkých podujatí, do ktorých patria svetové maratóny v Bostone, Berlíne, Londýne, Tokiu, New Yorku a Chicagu. Rokom 2018 bolo asociáciou spustený nový program pre rekreačných bežcov napomáhajúci k ich spoločnému súťaženiu v rôznych vekových kategóriách a samotnou možnosťou postupu na prvé majstrovstvá sveta takéhoto druhu, konajúce sa v apríli 2020 v Londýne. Košický Medzinárodný maratón mieru bol ako jediný v tejto časti Európy zaradený do programu Marathon Majors, kde aktívni účastníci maratón už v roku 2018 môžu bojovať o body do svetového rebríčka a samotný titul najlepšieho amatérskeho maratónskeho bežca (Maratónsky klub Košice, 2019).

Košický Medzinárodný maratón mieru je športovou akciou, ktorá je oficiálne začlenená do kalendára IAAF a AIMS. Prostredníctvom toho sú definované rôzne dlhodobé vzťahy a aktivity na medzinárodnej úrovni. IAAF v roku 2018 udelila Medzinárodnému maratónu mieru známku kvality Silver Label, na základe dodržaných kritérií. Jednalo sa o preukázanie všeobecnej kvality pripravenosti danej športovej akcie (Maratónsky klub Košice, 2019).

Ekonomický vplyv Medzinárodného maratónu mieru na región a samozrejme aj samotné mesto je výrazný. Maratóny, ktoré sa konajú v mestách výrazne podporujú mestskú ekonomiku, cestovný ruch a napomáhajú ku zlepšovaniu imidžu mesta ale aj regiónu. Medzinárodný maratón mieru v Košiciach je ocenený známkou IAAF Silver Label, čo mu zabezpečuje podporu v propagácii v médiách, tlači, na online stránkach ale najväčším zvýraznením tohto športového podujatia je bezprostredne samotný živý televízny prenos. Všetky tieto faktory sa podieľajú na propagácii podujatia aj v zahraničí, čo má za následok postupnému zvyšovaniu účasti aj zahraničnými účastníkmi, ich rodinami a tiež pozornosťou zahraničných novinárov a médií (Maratónsky klub Košice, 2018).

2.8 Príprava a tréning maratónskeho bežca

Autori Perič a Dovalil (2010), uvádzajú, že pokiaľ sa bežec rozhodne špeciálne pripravovať na maratón je nevyhnutné aby si prešiel všetkými časťami dlhodobej prípravy. Táto postupnosť zabezpečí nadobudnutie správnej techniky, rozvoj vytrvalosti ale aj iných schopností spoločných s behom, psychologický rozvoj a ďalšie faktory, ktoré budú počas behu vplývať na bežca. Etapy tejto prípravy by sa mali zameriavať na aktuálny vývoj jednotlivca, či už po fyzickej alebo psychickej stránke a to zapríčiňuje rozlične dlhú dobu prípravy. Autori neodporúčajú vynechať žiadnu z týchto etáp z hľadiska ich nadväznosti a podmienenosti.

Vo fáze všeobecnej atletickej prípravy prebieha súhrnný a kompletný rozvoj zručností podporu fyzického ale aj psychického vývoja jedinca. Tréning by mal zohľadňovať aktuálny vývoj a vekové zvláštnosti jedinca. Prostredníctvom tréningu sa podmieňujú tréningové návyky, technika, motorická zdatnosť a podobne (Perič & Dovalil, 2010).

V neskoršej fáze špeciálnej bežeckej prípravy, po absolvovaní bežca všeobecnej a ucelenej prípravy, je možné u bežca pozorovať predpoklady pre určité atletické disciplíny. Primárnym cieľom nastáva následný rozvoj vytrvalosti, konkrétne rozvoj tempovej vytrvalosti, spojeným s nastolením špeciálneho tempa. Aj napriek tomuto zameraniu v tejto etape nekončí všeobecný rozvoj pohybových zdatností a rozvoj aeróbnej vytrvalosti na stredné a dlhé trate (Perič & Dovalil, 2010).

V období kedy tréning bežcov vrcholí je neraz možné pozorovať výrazný vekový rozdiel medzi bežcami preto je potrebná neustála individualizácia (fyzické a psychické odlišnosti). Tréningy sú charakteristické vysokou intenzitou a objemom a v tomto období by mali byť všetky zložky tréningu navzájom poprepletané. Rozvíja sa technická, taktická ale aj psychologická príprava. Úsilie športovca je zamerané a sústredené na jeho cieľ a podmienený jeho životosprávou (Perič & Dovalil, 2010).

Písařík a Liška (1989) tvrdia, že väčšina maratónskych bežcov sa k maratónu dopracuje až po predchádzajúcej dlhodobej príprave. Účasti na maratónoch by mala predchádzať všeobecná športová príprava bežca a jeho špecializácia behu na stredné a dlhé trate. K maratónu by sa mal bežec prepracovať cez krátky úseky, neskôr cez úseky 5 – 10 kilometrové a následne 20 - 25 kilometrové. Ako uvádza autor, krátke trate by mal bežec absolvovať v prípravnej fáze ale tiež by ich mal využívať ako kombináciu v hlavnom období. Pri postupnom pridávaní na intenzite a frekvencii tréningu by malo dôjsť k adaptácii funkčných systémov či samotnej aeróbnej vytrvalosti.

V dnešnej dobe existuje veľké množstvo rôznych tréningov bežcov, ktorých primárnym zameraním je individualita jedinca. Benson a Conolly (2012) ponúkajú príkladný tréning zameraných na prípravu maratónskeho bežca. Ich tréning je zameraný predovšetkým na zrýchlenie tempa bežcov, ktorí už majú skúsenosti s maratónskym behom ako takým na polmaratónskom úseku. Každá jednotka z tréningového cyklu je zameraná na rozvoj inej zložky, ktoré spejú k rozvoju vytrvalostného výkonu. V obrázku 2. autori uvádzajú písmeno “F” ako tréning s veľmi ľahkým zaťažením so zameraním na oddych a vyladenie formy pred bežeckým pretekoch. Mierne náročnejšie a intenzívnejšie tréningy ako “F” slúžia na udržanie, rozvoj základnej vytrvalosti, regeneráciu po ťažších tréningoch či pretekoch. Na rozvoj aeróbnej kapacity slúžia tréningové jednotky stredne náročného charakteru so zameraním na rozvoj tempovej vytrvalosti. Autori uvádzajú ďalej tréningy s rozvojom špeciálnej vytrvalosti s označením “I”, kde hlavným zmyslom sú intervalové tréningy. Kontrola a udržiavanie srdcovej frekvencie sa vyznačujú v tréningoch na dlhé traťové úseky, kde ich autori označili pod písmenom “B” a behy do kopcov pod písmenom “H”.

Týden	Fáze	Minuty za týden	Dny za týden	Dny v týdnu*						
				Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota	Neděle
1	I	190:00	5	25:00 A	35:00 A	volno	35:00 A	30:00 A	volno	55:00 A
2	I	320:00	7	40:00 A	25:00 C	45:00 A	30:00 A	30:00 C	35:00 A	115:00 B
3	II	375:00	5	volno	45:00 C	75:00 A	volno	55:00 C	65:00 F	135:00 B
4	II	480:00	7	50:00 A	35:00 C	65:00 A	50:00 A	65:00 C	60:00 F	160:00 B
5	III	300:00	6	45:00 A	25:00 E	volno	55:00 A	5 × D	35:00 F	100:00 B
6	II	520:00	7	45:00 A	6 × D	80:00 A	65:00 A	70:00 C	60:00 F	170:00 B
7	III	315:00	6	volno	45:00 A	30:00 E	60:00 A	6 × D	25:00 F	110:00 B
8	II	560:00	7	45:00 A	55:00 C	75:00 A	75:00 C	65:00 A	50:00 F	180:00 B
9	III	325:00	6	volno	45:00 A	35:00 E	60:00 A	7 × D	25:00 F	120:00 B
10	II	260:00	6	40:00 C	45:00 C	30:00 A	volno	40:00 C	30:00 F	75:00 A
11	II	> 170:00	7	40:00 A	3 × D	25:00 A	40:00 C	25:00 A	15:00 A	Maraton

*Uvedenou dobu byste měli strávit v tréninkovém pásmu. Abyste splnili naplánovaný týdenní objem tréninku, věnujte do-
statek času rozklusání a vyklusání.

Vysvětlivky:

A: Lehký klus při 65–70 % SF_{max}

B: Dlouhý běh při 60–75 % SF_{max}

C: Průměrné úsilí, rovnoměrné tempo při 75–80 % SF_{max}

D: Počet 7minutových úseků při 80–85 % SF_{max} s meziběhem pro zklidnění pod 65 % SF_{max}

E: Průměrné úsilí, souvislý rovnoměrný běh v oblasti anaerobního prahu, 80–85 % SF_{max}

F: Velmi lehké úsilí při 60–65 % SF_{max}

Obrázok 1. Bežecký tréningový program pre prípravu na maratónsky beh

Zdroj: Benson a Conolly (2012).

2.9 Literárny prehľad

V oblasti športových eventov bolo doteraz publikované už veľa odborných štúdií. Mnoho z nich je zamerané aj na ekonomické a sociálne dôsledky, ako aj na samotnú účasť resp. motívy účasti na nich. Pretože sa vo svojej diplomovej práci venujem predovšetkým profilu účastníka a prieskumu jeho spokojnosti s danou športovou akciou, prezentujem tu tri odborne zamerané štúdie zo zahraničia. Jedná sa o príklady bežeckých eventov z Poľska, USA a Chorvátska.

Profilom účastníka športovej akcie sa zaoberal prieskum E. Malchrowicz-Mosko a J. Poczta, ktorý bol realizovaný v Poľskom meste Poznaň. Cieľom prieskumu bolo zistiť profil účastníka športovej akcie, aktívneho účastníka podujatia ako je Poznanský polmaratón. Výskum sa uskutočnil pomocou techniky rozhovorov (dotazovania) počas 6. polmaratónu v Poznani. Bol použitý štandardizovaný dotazník. Výskumná vzorka bola vybraná tak, aby sa zabezpečila dobrá reprezentatívnosť získaných výsledkov. Štúdie sa zúčastnili bežci polmaratónu ($n = 350$), ktorí boli účastníkmi cestovného ruchu. Výskum ukazuje, že polmaratón v Poznani je atraktívnou udalosťou, ktorá je často hlavným motívom pre turistov, aby prišli do Poznani, navyše zostávajú v meste po dlhú dobu a využívajú turistickú infraštruktúru mesta. Turisti, bežci tiež nájdu čas na také aktivity, ako je návšteva mesta, návšteva múzea, účasť na kultúrnej udalosti alebo návšteva športového a rekreačného zariadenia atď. Výsledky výskumu potvrdzujú tézu, že športová udalosť ako polmaratón stimuluje rozvoj cestovného ruchu a hrá pozitívnu úlohu pri marketingu miesta (Poczta a Malchrowicz-Mosko, 2018).

Masová športová udalosť ako možnosť aktívneho odpočinku a taktiež zisťovanie profilu aktívneho účastníka športovej akcie bolo realizované v roku 2010 na bežeckom podujatí vo Philadelphii. Športové podujatia s hromadnou účasťou sa často označujú ako podujatia s vplyvom na zvyšovanie telesnej aktivity populácie, ale empirické dôkazy o ich účinnosti sú zriedkavé. Súčasný výskum skúmal vývojovú úlohu týchto udalostí pri zvyšovaní pozitívnych postojov k fyzicky aktívnemu tráveniu voľného času a) určením jeho motivačnej schopnosti a b) skúmaním toho, ako účasť športových udalostí prispieva k angažovanosti v činnosti a zámerom budúcich cvičení. Účastníkom bežiacieho podujatia, ktoré sa konalo tri mesiace po podujatí vo Philadelphii v Pensylvánii ($N = 2\,791$), sa distribuoval on-line prieskum. Inferenčné štatistiky odhalili, že 10 motívov nasmerovalo účasť na 75% populácie. Viacrozmerné viacnásobné lineárne regresné analýzy odhalili motívy účasti na udalosti kombinované so spokojnosťou s udalosťou a zapojením fyzickej aktivity vysvetlili 30%

bežného záväzku a 31% budúcich cvičebných zámerov. Najdôležitejšie bolo, že podujatie podporovalo silnejšie postoje k pravidelnému cvičeniu medzi účastníkmi, ktorí boli viac spokojní so svojimi zážitkami z podujatia, najmenej aktívni pred podujatím a ktorí ukončili menej predchádzajúcich organizovaných podujatí. Tento dôkaz ukazuje, že športové podujatia s masovým účastníkom môžu slúžiť ako dôležité spoločenské a environmentálne korelácie fyzickej aktivity (Funk, Jordan, Ridinger, & Kaplanidou, 2011).

Bežci Istrijského maratónu sa taktiež stali účastníkmi výskumu, ktorý realizoval Saša Pišot. Výskum sa uskutočnil v roku 2014 prostredníctvom online dotazníka. Hlavným cieľom výskumu bolo zistenie profilu účastníka. Výskumnú vzorku tvorilo 337 aktívnych účastníkov bežeckej udalosti. Najväčšiu úlohu pri zisťovaní profilu aktívneho účastníka bežeckého podujatia hrali sociodemografické údaje, príprava a tréňovanosť účastníkov a motív k účasti. Výsledky ukázali, že viac ako 90% bežcov sa systematicky pripravovalo na súťaž s plánovaným počtom odbehnutých kilometrov. Maratonci bežali vo väčšine prípadov od 30 do 50 km / týždeň a jedna tretina z nich dokonca viac ako 50 km, zatiaľ čo ženy maratónky bežali o niečo menej. Poloviční maratónci (bez rozdielu pohlavia) boli rozdelení väčšinou do dvoch rovnakých skupín a to tí, ktorí behávali od 21 do 30 km týždenne a tí, ktorí behávali od 30 do 50 km za týždeň. Účastníci najčastejšie uvádzali v odpovediach na ich čas precvičovania behu (medzi 60 - 80% z nich bežalo) od 5 rokov do 10 rokov a viac, najviac z nich bežalo priemerne 3-krát denne a často cez víkendy. Ženy, ktoré bežali maratónsky beh, uviedli najkratšiu kariéru (4–5 rokov), zatiaľ čo 60% mužských maratónskych bežcov uviedlo od 5 do viac ako 10 rokov. Odrážajú to aj skúsenosti s účasťou na športových podujatiach, na ktorých sa takmer jedna štvrtina mužských maratónskych bežcov zúčastnila viac ako 10-krát, zatiaľ čo žiadna zo ženských maratónskych bežcov sa nezúčastnila viac ako päťkrát. Dôležitým faktorom relevantnosti behu ako kariéry bol fakt v ochote bežcov minúť viac ako 600 eur ročne na športové vybavenie, poplatky a iné (Pišot, 2015).

3 CIELE PRÁCE A VÝSKUMNÉ OTÁZKY

3.1 Ciele práce

Hlavným cieľom diplomovej práce bolo zistiť profil aktívneho účastníka Košického Medzinárodného maratónu mieru, jeho spokojnosť s udalosťou a v neposlednej rade jeho bežeckú tréningovú prípravu na dané podujatie.

3.2 Výskumné otázky

1. Aký je profil aktívneho účastníka Košického Medzinárodného maratónu mieru na základe sociodemografických údajov?
2. Aká je bežecká tréningová príprava aktívneho účastníka Košického Medzinárodného maratónu mieru na toto podujatie?
3. Aká je miera spokojnosti s podujatím a službami spájajúcimi sa s Košickým Medzinárodným maratónom mieru?

4 METODIKA

Pri spracovaní tejto diplomovej práce boli použité nasledovné výskumné metódy a techniky.

Metóda sekundárnej analýzy – táto metóda bola použitá pre nadobudnutie poznatkov a informácií z dostupných zdrojov odbornej literatúry, v tlačenej ale aj elektronickej podobe slovenských, českých a iných zahraničných zdrojov. Rozbor sekundárnych dát bol zužitkovaný prevažne v prvej časti diplomovej práce.

Metóda kvantitatívneho výskumu – táto metóda bola vybraná na základe vzhľadom ku určenému výskumnému cieľu práce. Technikou výskumu bolo osobné dotazovanie s respondentmi, kde základom bola anketa vlastnej tvorby na základe konzultácie s vedúcim práce. Ako inšpiráciou ku konštrukcii ankety, slúžili autorovi aj iné záverečné práce. Anonymná anketa pozostávala z 13 otázok (príloha č.1) z toho mali 3 otázky otvorený charakter a jedna obsahovala hodnotenie podľa Likertovej škály. Na začiatok bol účastník Košického Medzinárodného maratónu mieru informovaný s ideou a následne požiadaný o spoluprácu s vyplnením ankety. Začiatok ankety bol orientovaný na zisťovanie sociodemografických údajov a zistenie profilu aktívneho účastníka maratónu. V druhej časti nás zaujímala samotná príprava aktívneho účastníka na maratón. Záverečná časť ankety bola zameraná na zisťovanie spokojnosti s danou športovou akciou a sprievodnými službami.

Situačná analýza – táto metóda bola použitá pri zmapovaní histórie a terajšieho stavu športového podujatia Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach.

4.1 Vzorka respondentov a spracovanie dát

Sledovaný súbor celkovo tvorilo 292 (2,0%) oslovených aktívnych účastníkov Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach z celkového počtu 14 557 bežcov podľa záverečnej správy, ktorú uviedol usporiadateľ Maratónsky klub Košice v záverečnej správe dňa 17.9.2019. Údaje boli zbierané od účastníkov bežeckého podujatia v kategóriách maratón, polmaratón a štafeta. K dňu (26.10.2019) nebol zverejnený konečný sumár s počtom aktívnych účastníkov. Osobné rozhovory boli uskutočňované v priestoroch za hranicou cieľa v zázemí bežeckej akcie na Námestí osloboditeľov v 6.10.2019 od 10:00 do 17:00 hodiny. Po absolvovaní bežeckého preteku boli aktívny účastníci požiadaný o spoluprácu pri vyplňaní ankety. Počet oslovených účastníkov a navrátených dotazníkov bol zhodný.

Pri spracovaní bola použitá kvantitatívna metóda spracovania výskumných údajov a výsledky boli vložené do tabuliek a grafov programu Microsoft Excel 2007. Pred samotným uskutočnením výskumu autor kontaktoval a požiadal usporiadateľov Košického Medzinárodného maratónu mieru o udelenie povolenia realizovať v deň bežeckého podujatia kvantitatívny výskum na základe ankety. Povolenie bolo autorovi diplomovej práce udelené. Po vyhodnotení získaných dát boli údaje z ankety poskytnuté usporiadateľom k ďalšiemu využitiu.

5 PRAKTICKÁ ČASŤ

V tejto časti autor diplomovej práce previedol situačnú analýzu športovej akcie Košického Medzinárodného maratón mieru. Podrobnejšie sa zamerail na históriu akcie, vznik a založenie Košického Medzinárodného maratónu mieru, tradíciu tejto akcie, charakteristiku a organizačnú štruktúru a kategórie.

5.1 Situačná analýza športovej akcie Košický Medzinárodný maratón mieru

S prvou myšlienkou o založení Košického maratónu sa začal pohrávať Vojtech Bukovský v roku 1924, kedy sa aj so svojimi kolegami vrátili z ôsmych Olympijských hier, ktoré sa konali v Paríži. Spoločne sa pokúšali o presadenie vzniku maratónu ale v tom čase rozvoj športu na našom území nepatril k primárnym cieľom. 19. augusta predstavil Vojtech Bukovský svoj referát o Parížskych olympijských hrách a samotnom maratónskom behu na schôdzi okresku Československej amatérskej atletickej únie. Neprešli ani dva týždne a už sa bežali prvé vytrvalostné preteky na vzdialenosť 30 kilometrov. Bežalo sa po Piešťanskej triede smerom na Barcu a Šebastovce. Tento beh sa považuje za predchodcu prvého Košického maratónu a spomínaná trasa sa stala oficiálnou trasou po dlhé desaťročia. Behu sa zúčastnilo 9 bežcov a aj napriek nepriaznivým vplyvom bol beh prehlásený ako úspešný. O štyri dni od konania vytrvalostných pretekov opäť prebehlo zasadnutie okresku Československej amatérskej atletickej únie s rozhodnutím o usporiadaní prvého Košického maratónu s oficiálnou vzdialenosťou 42 195 metrov. Samotný beh je pevne spätý s dátumom 28. októbra 1924. Zúčastnilo sa ho 8 bežcov a bežalo sa spod zručaniny Turnianskeho hradu smerom do Košíc (Kaprál a kol. 1987).

Nový symbol Košického maratónu pribudol v roku 1960 v podobe 3,5 metrovej bronzovej sochy maratónca, ktorá má na podstavci vygravírované mená všetkých víťazov. V tom období v Košiciach neležilo viac ako 80 000 obyvateľov no pri uskutočňovaní maratónu pozbudovalo bežcov na štadióne vyše 30 000 a ďalších niekoľko tisíc v uliciach mesta. Byť aktívnym účastníkom Košického maratónu znamenalo splňať kvalifikačné limity. Tie však zanikli v roku 1980, kde sa sprístupnila účasť na Košickom maratóne aj pre ženy. Veľký zlom nastal až v roku 1989 kedy doteraz štandardná trať z roku 1926 z Košíc do Sene a naspäť do Košíc bola nahradená mestským okruhom. Mestský okruh prilákal záujemcov z celého sveta, čo vyvrcholilo v roku 1997, kedy sa v Košiciach konali Majstrovstvá sveta

v polmaratone IAAF. Dva roku nato získali Košice ďalšiu poctu v podobe hostenia 12. Svetového kongresu AIMS. Naskytla sa ďalšia príležitosť na prezentovanie bohatej maratónskej histórie a organizačných schopností. Už vtedy ale aj viackrát potom bolo možné deklarovať, že Košice sú jedno z miest kde sa usporadúva najstarší súvislý maratón v Európe (Maratónsky klub Košice, 2015).

Ako bolo už niekoľko krát zmienené, Košický maratón mieru, je najstarším maratónom v Európe. Od vzniku až po súčasnosť prešiel niekoľkými významnými zmenami, ktoré určite stoja za spomenutie (Šimo, 2014):

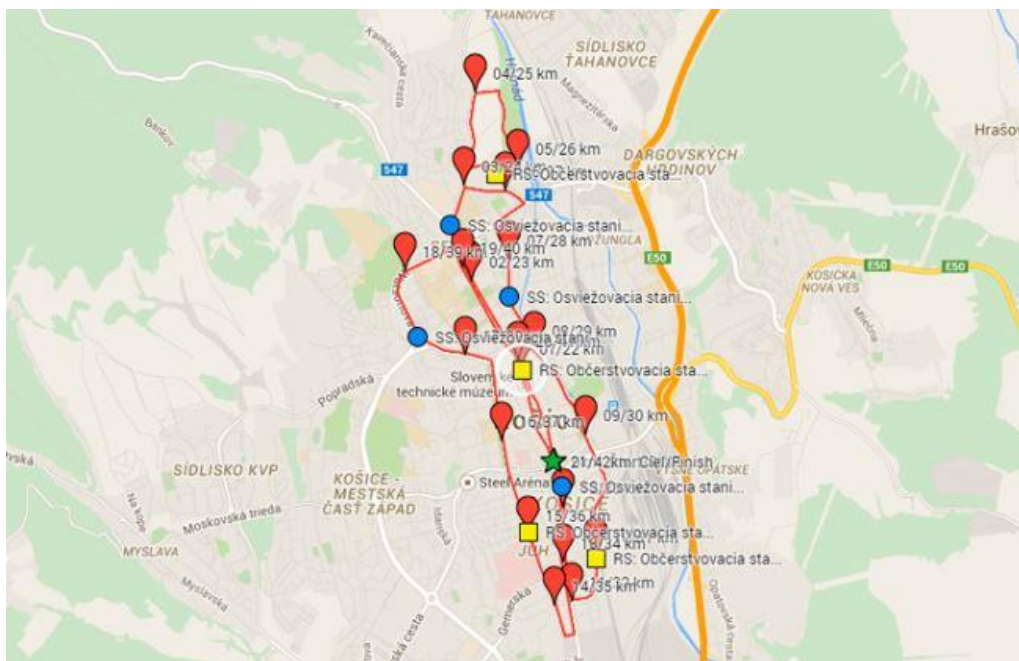
- 1924 – I. Košický maratón z Turne na Bodvou do Košíc;
- 1932 – označovaný tiež ako predvojnový ročník bol výnimočný súťažou družstiev;
- 1937 – posledný predvojnový ročník bol zaujímavý najstarším účastníkom, ktorý sa ho zúčastnil ako 70-ročný;
- 1938 – 1940 – jediné obdobie po celú 90-ročnú históriu maratónu, kedy sa maratón nekonal;
- 1945 – maratón dostal prívlastok Maratón slobody, zúčastnili sa ho iba bežci zo Slovenska a Čiech;
- 1959 – Košický maratón bol najrýchlejším maratónom daného roka;
- 1962 – uskutočnil sa prvý priamy prenos v Československej televízii;
- 1980 - účasť žien na maratone, ktorý ihneď vyhrala Češka Balcarová;
- 1986 – František Višnický vyhral dvakrát ako prvý a doposiaľ aj posledný Slovák MMM;
- 1990 – prvý krát súťažili paraplegici;
- 1993 – zaznamenal MMM najnižšiu účasť od roku 1980;
- 2012 – jubilejné desiate víťazstvo kenských bežcov;
- 2014 – 90. výročie maratónu.

V období od roku 1938 až 1940 nebol organizovaný Maratón mieru v Košiciach, z týchto faktov možno usúdiť, že oficiálne 90. výročie maratónu sa nespája s rokom 2014. Organizátor športového podujatia Koniar (2014) túto kapitolu označil ako čiastočne tabuizované obdobie druhej svetovej vojny, s ktorým sa bolo nutné vyrovnáť. Jednalo sa iba o jediný prípad v celej histórii Košického maratónu, ktorý obmedzil organizátorom realizovať bežecké podujatie no nejednalo sa o neschopnosť usporiadateľov, ekonomické či akékoľvek iné dôvody.

Od prvého Košického maratónu prešlo už veľa rokov. Aby sme sa dostali na charakter trate aký poznáme dnes, musela trať prejsť niekoľkými výraznými zmenami. V minulosti až po súčasnosť sa Košický maratón mieru behával na takýchto tratiach (Šimo, 2014):

- 1924: Turňa nad Bodvou – Košice
- 1925: Košice – Šebastovce – Košice (štart aj cieľ bol na rovnakom mieste)
- 1926 – 1950: Košice – Seňa – Košice
- 1951: Košice – Lemešany – Košice
- 1952: Prešov – Košice
- 1953 – 1988: Košice – Seňa – Košice
- 1989: mestský okruh so štartom na Čermel'skej ceste a cieľom na štadióne Lokomotívy
- 1990 – 1996: mestský okruh so štartom a aj cieľom na námestí Maratónca mieru
- 1997 – súčasnosť: mestský okruh so štartom a aj cieľom na hlavnej ulici námestí osloboditeľov

Trať ako ju poznáme dnes má podobný koncept ako pôvodná trať zhotovená pre IAAF Majstrovstvá sveta v polmaratóne v roku 1997. Trať je plne pokrytá asfaltovým povrchom a nedisponuje badateľnými prevýšeniami. Súčasná trať maratónskeho behu má pre hlavnú trať Košického Medzinárodného maratónu mieru udelené certifikáty IAAF a AIMS. Medzi pozitívne vlastnosti bežeckej trate môžeme vyzdvihnúť nízky počet zmien smeru alebo ostrých zákrut či samotný výškový profil. Pre porovnanie pri Bostonskom maratóne je celkové prevýšenie 241 metrov a pri Košickom maratóne iba 74 metrov (Maratónsky klub Košice, 2015).



Obrázok 2. Mapa trate Košického Medzinárodného maratónu mieru

Zdroj: <https://www.kosicemarathon.com/propozicie/>

Košický Medzinárodný maratón mieru je otvorené, outdoorové, formálne športové podujatie na svetovej úrovni orientované predovšetkým na aktívnu účasť vo viacerých disciplínach. Jedná sa o neziskovo orientovanú športovú akciu.

Košický Medzinárodný maratón mieru nie je iba beh na 42 kilometrov, aktívny účastníci si na základe svojich možností a schopností môžu vybrať spomedzi viacerých kategórií. Oficiálna stránka športovej akcie vyhlásila pre rok 2019 nasledujúce disciplíny (Maratónsky klub Košice, 2019) :

- maratón (42,195 km) – disciplína, ktorá striktne dodržiava vzdialenosť už od založenia maratónu;
- polmaratón (21,095 km) – disciplína vytvorená už v deväťdesiatych rokoch minulého storočia, ktorá ponúka byť súčasťou športovej akcie aj napriek tomu, že si účastník akcie nedôveruje na celú dĺžku maratónu alebo mu to iné dôvody nedovoľujú;
- štafeta Magna maratón 4x¼ (9-12 km) – disciplína určená pre štvorčlennú skupinu, kde sa jednotliví členovia vopred dohodnú na dĺžke odbehnutého úseku trate;
- inline (20 km) – táto disciplína sa stala súčasťou maratónskych behov už v roku 2001 a stále naberá na popularite, slúži pre účastníkov, ktorí majú záujem absolvovať trať na kolieskových korčuliach;

- handbike (20km) – disciplína určená pre telesne hendikepovaných športovcov, pri ktorej používajú horné končatiny na točenie bicyklového prevodu;
- U. S. Steel Family Run – Minimaratón (4,2 km) – čoraz populárnejšia disciplína pre rodičov s deťmi a športovcov obľubujúcich krátke vzdialenosti;

Tabuľka 4. Stav on-line registrácie Košického Medzinárodného maratón mieru 2018

On-line registrácia MMM	Stav k 2. októbru 2018
Disciplína	Počet registrovaných
Maratón	2062
Polmaratón	4642
Štafeta 4 x 1/4	1048
Inline	322
Handbike & Vozičkari	24
Minimaratón*	4 000
Juniorská štafeta*	700
Vybehaj to s Matejom*	500
Detská atletika	550
Spolu	13 848
*limitovaný /známy konečný počet účastníkov	
**Počet registrovaných k 1. 10. 2017	13 053

Zdroj:<https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/2018/09/MMMTS2.10.2018.pdf>

Maratónsky klub Košice (2018) uvádza, že celková návštevnosť v jednotlivých disciplínach od roku 2017 narástla o obdivuhodných 8%. Príkladom môže byť tabuľka účasti z roku 2018.

Tabuľka 5. Zastúpenie bežcov Košického Medzinárodného maratónu mieru v roku 2018

MMM 2018
Spolu vo všetkých disciplínach: 14154 účastníkov / 47 krajín
V disciplínach (Maratón, Polmaratón, Inline, Handbike, vozičkári, Štafeta 4 x ¼,) súťažilo celkom 8301 pretekárov
Z toho 7435 bežcov zo Slovenska (89 %)
866 bežcov zo zahraničia (11 %)
O presun štartovného na rok 2019 požiadalo 697 pretekárov.

Zdroj: https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/docs/mk/Správa_o_činnostiMKK.pdf

Zaujímavosťou okrem celkového počtu bežcov v posledných rokoch, môžu byť aj ďalšie počty a čísla zo zákulisia Košického maratónu. Maratónsky klub Košice (2015) vo svojej tlačovej správe uvádza viacero zaujímavých čísel, ktoré sprevádzali Košický maratón v roku 2015 (Maratónsky klub Košice, 2015).

- >10 900 bežcov vo všetkých kategóriách
- >850 organizátorov a príslušníkov polície
- 12 hudobných pódíí v rámci Hudobného maratónu Rádio Košice
- >60 000 divákov na trati
- >31 000 fliaš vody na občerstvovacích staniciach
- 6 800 litrov ďalšej nefľašovanej vody
- 4 200 porcií špagiet a cestovín na Pasta párty
- 2 500 kilogramov ovocia
- 16 000 kusov sušienok
- 10 000 kusov fit tyčíniek
- 15 000 kusov čokolád
- 32 000 plastových pohárov
- 14 300 fliašiek na energetický nápoj
- 50 000 kusov spiniek na štartové čísla
- >12 000 účastníckych a organizátorských tričiek
- 25 000 kusov programových bulletinov

- 18 200 plastových vriec a tašiek
- >7 000 m zábran a vymedzovacích pásoč na trati a štarte/cieli
- >20 ton technického vybavenia vyvezeného na trať

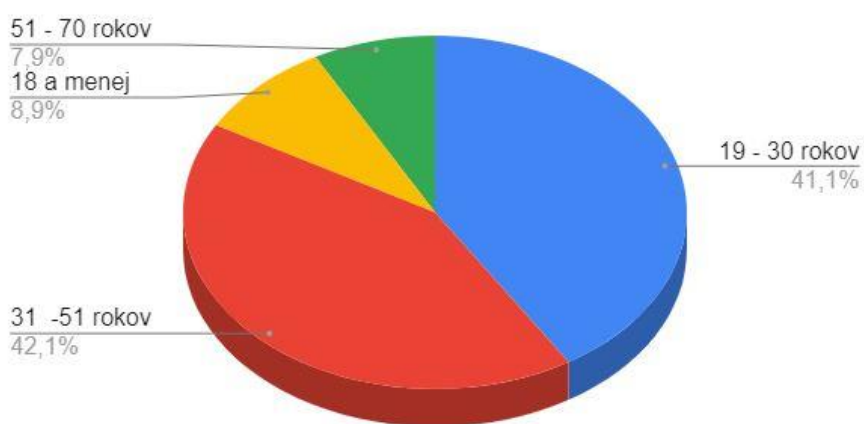
6 Výsledky

V tejto kapitole sú objasňované nadobudnuté výsledky, ktoré autor diplomovej práce získal pomocou osobného dotazovania účastníkov 96. ročníka Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach. Vzorku účastníkov ankety tvorilo 292 ľudí, ktorí štartovali v troch úplne odlišných disciplínach (štafeta, polmaratón a maratón) ale s totožným cieľom. Pre lepšiu prehľadnosť jednotlivých otázok autor pridáva graf a komentár.

6.1 Sociodemografické údaje

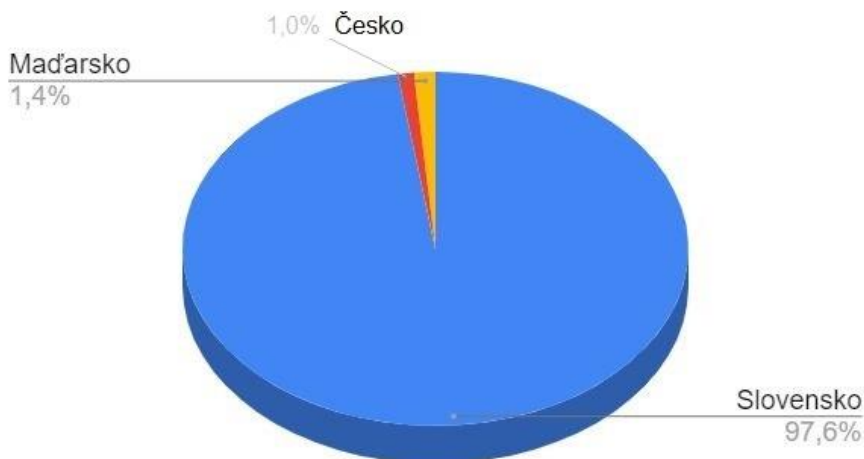
Základný prehľad o pohlaví účastníkov maratónu nám poskytla prvá otázka. Výsledky ukázali na istú prevahu mužov nad ženami, čo z ankety vychádzalo **66,8%** mužov a **33,2%** žien.

Vekovú štruktúru účastníkov mala zistiť druhá otázka, ktorá obsahovala päť vekových kategórií, do ktorých sa mal každý spomedzi dotazovaných zaradiť. Vo vekovej kategórii **do 18 rokov** bolo iba **8,9%** účastníkov, v kategórii **19 – 30 rokov** **41,1%**, v kategórii **31 – 50 rokov** to bolo **42,1%** účastníkov a v kategórii **51 – 70 rokov** **7,9%**. Do kategórie 71 rokov a viac nebol zaradený ani jeden účastník maratónu. Z výsledkov druhej otázky vyplývalo, že hlavnú účasť Košického maratónu tvorili bežci v rozmedzí **19 - 50 rokov**, čo predstavovalo celkov **83,2%**.



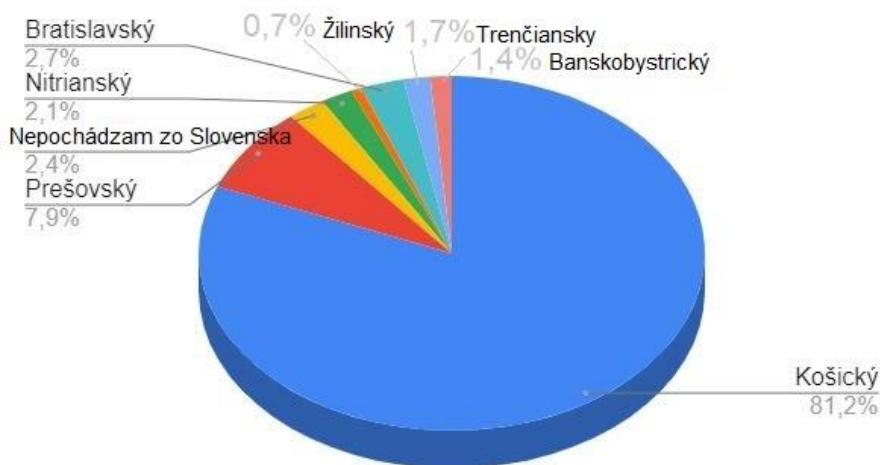
Obrázok 3. Vek respondentov

V tretej otázke sme zisťovali krajinu pôvodu účastníkov, čo predstavovalo zastúpenie príslušníkov jednotlivých národností na Košickom maratóne. Výsledky zreteľne poukazujú, že najväčšie mali domáci bežci **97,6%**. V skúmanej vzorke sa objavili taktiež účastníci z Maďarska **1,4%** a Českej republiky **1%**. Na štart sa určite postavili aj bežci z iných krajín, no v oslovenej vzorke sa nevyskytli.



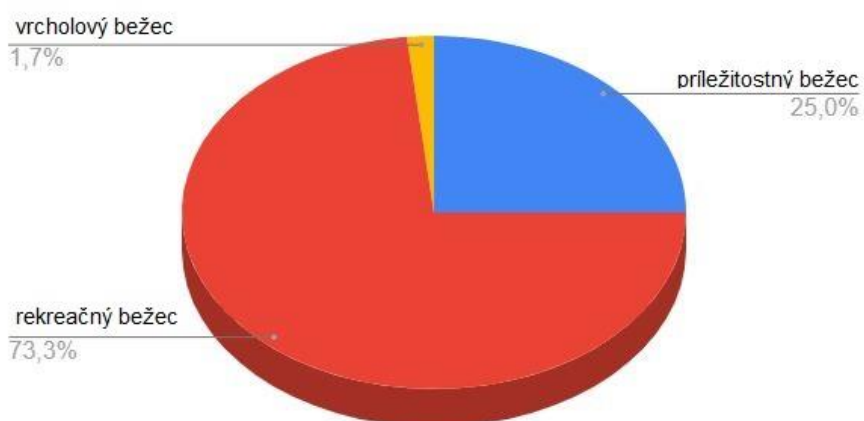
Obrázok 4. Krajina pôvodu respondentov

Slovenských účastníkov bolo najviac z **Košického kraja** a to až **81,2%**. Ďalej nasledovali zástupcovia z **Prešovského kraja 7,9%**, **Bratislavského kraja 2,7%**, **Nitrianskeho kraja 2,1%**, **Trenčianskeho kraja 1,7%**, **Banskobystrického kraj 1,4%** a **Žilinského kraja 0,7%**. Táto otázka nadväzovala na predošlú a pokiaľ respondent v tretej otázke neuviedol krajinu pôvodu Slovensko, v tejto otázke uviedol „**Nepochádzam zo slovenska**“, čo predstavovalo **2,4%**.



Obrázok 5. Zastúpenie slovenských účastníkov podľa kraja

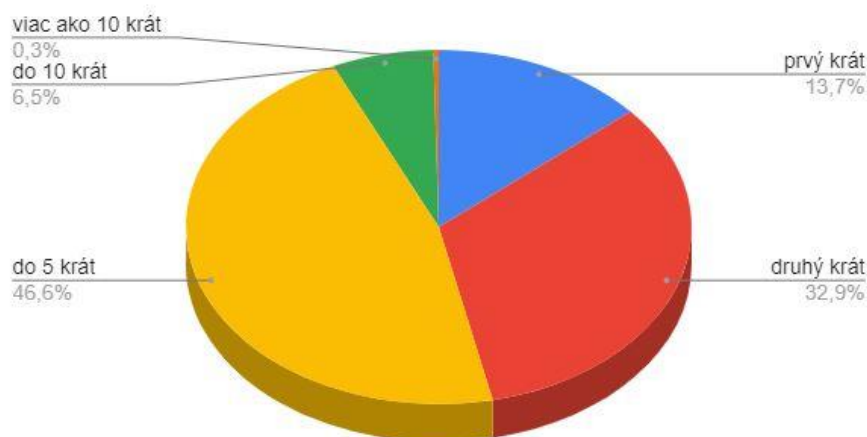
Ďalšia otázka bola smerovaná na typ športovca podľa výkonnosti. Za **príležitostného bežca** autor považuje človeka, ktorý si ide zabehať iba pár krát do roka. V tejto súvislosti zvolilo možnosť príležitostný bežec **25%** účastníkov. Za **rekreačného bežca** autor považuje človeka, ktorý vykonáva bežeckú pohybovú aktivitu niekoľko krát do týždňa na amatérskej úrovni. V tejto súvislosti sa za rekreačného bežca označilo **73,3%** opýtaných respondentov a iba **1,7%** uviedlo možnosť **vrcholový bežec**.



Obrázok 6. Typ bežca podľa výkonnosti

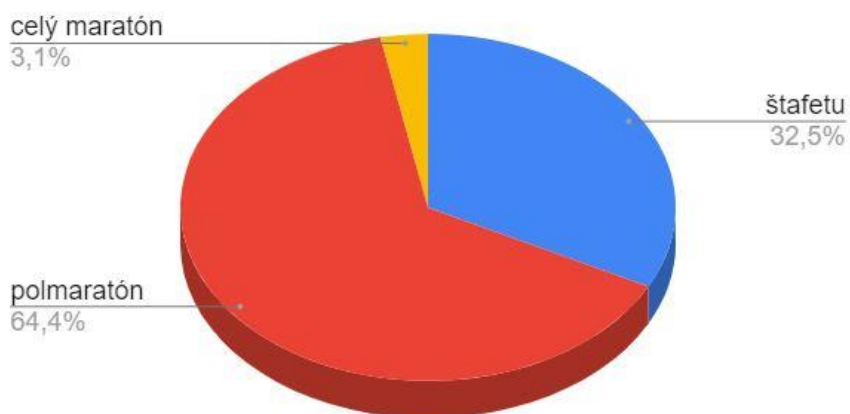
6.2 Údaje poukazujúce na pripravenosť bežcov

V piatej otázke sme zisťovali v podarí koľký krát sa respondenti zúčastnili Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach. **Prvý krát** navštívilo toto športové podujatie **13,7% respondentov**. **32,9%** respondentov uviedlo, že navštívili túto akciu **druhý krát**. Najviac spomedzi dotazovaných uviedlo, že túto udalosť navštívili **do 5 krát 46,6%**, **do 10 krát** navštívilo Košický maratón **6,5%** a **viac ako 10 krát 0,3%** spomedzi účastníkov.



Obrázok 7. Početnosť účasti na Košickom Medzinárodnom maratóne mieru

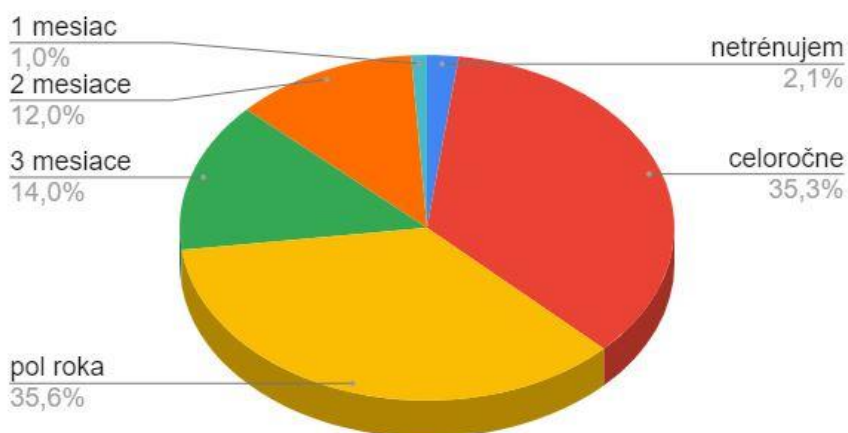
Úlohou ďalšej otázky bolo zistiť, na aký typ bežeckej disciplíny boli účastníci prihlásení. Spomedzi všetkých oslovených účastníkov bolo na **štafetu** prihlásených **32,5%** respondentov. Najpočetnejšiu kategóriu tvorili účastníci prihlásení na **polmaratón** **64,4%** a na celý maratón iba **3,1%** spomedzi všetkých respondentov.



Obrázok 8. Zastúpenie respondentov v jednotlivých bežeckých kategóriách

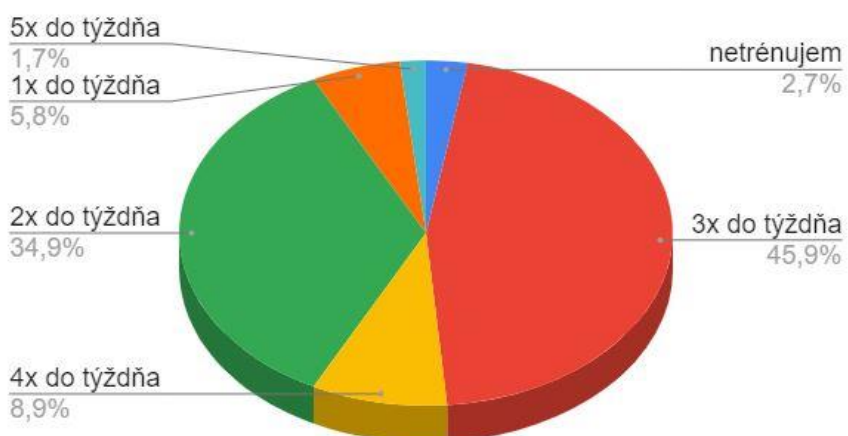
V nasledujúcej otázke sme zisťovali aké dlhé obdobie venovali účastníci samotnej bežeckej príprave na bežecké podujatie Medzinárodný maratón mieru v Košiciach. Bežeckú prípravu v období **1 mesiaca** uviedlo **1%** respondentov a **2 mesiace** **12%** respondentov. Účastníkov, ktorí sa bežecky pripravovali **3 mesiace** bolo **14%**. Najpočetnejšiu skupinu tvorilo **35,6%** respondentov, ktorých bežecká príprava na podujatie trvala približne **pol roka**.

Celoročne sa na Košický Medzinárodný maratón mieru pripravovalo **35,3%** oslovených účastníkov. Účastníkov, ktorí sa bežecky nepripravovali bolo **2,1%** spomedzi opýtaných.



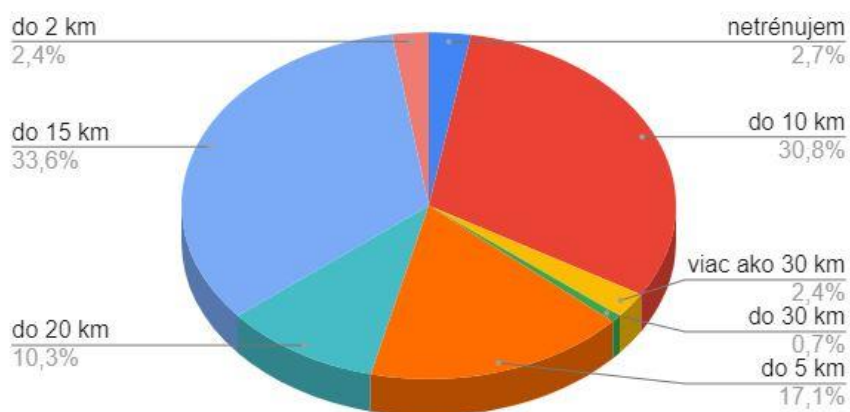
Obrázok 9. Dĺžka obdobia bežeckej prípravy respondentov Košického Maratónu

V nadväznosti na prípravu sme sa respondentov pýtali, koľkokrát do týždňa absolvujú bežecký tréning. **1 krát do týždňa** beháva **5,8%** respondentov, **2 krát do týždňa** uviedlo **34,9%**. Najpočetnejšia skupina **45,9%** dotazovaných uviedla, že absolvujú bežecký tréning **3 krát do týždňa**. **4 krát do týždňa** beháva **8,9%** a **5 krát do týždňa** absolvuje tréning **1,7%**. Spomedzi všetkých dotazovaných aktívnych účastníkov neuviedol ani jeden možnosť **viac ako 5 krát do týždňa**, no našli sa aj takí účastníci, ktorí bežecký tréning **nemajú 2,7%**.



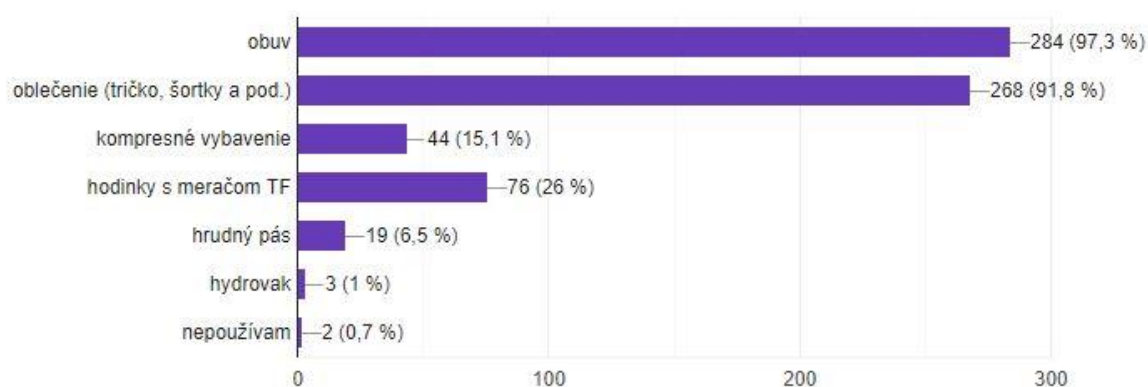
Obrázok 10. Počet bežeckých tréningov v jednom týždni respondentov Košického maratónu

V súvislosti s počtom tréningov v jednom týždni nás zaujímala aj vzdialenosť, koľko kilometrov dotazovaný účastník v jednom tréningu nabehá. Autor si je vedomí, že každý tréning môže obsahovať inú dištanciu, ktorú by mal respondent odbehnúť, preto sme sa pýtali na najčastejšiu behávanú vzdialenosť. Vzdialenosť **do 2 kilometrov** behávalo **2,4%** bežcov, trať **do 5 kilometrov** najčastejšie behávalo **17,1%** bežcov. Dištanciu **do 10 kilometrov** behávalo **30,8%** opýtaných. Najviac **33,6%** respondentov realizovalo bežecké tréningy na úsekoch **do 15 kilometrov** a trať dlhú **do 20 kilometrov** zvolilo v tréningoch **10,3%** bežcov. Iba **0,7%** bežcov uviedlo, že v tréningoch beháva **do 30 kilometrov** ale až **2,4%** respondentov volilo v tréningoch trať **dlhšiu ako je 30 kilometrov**. V predchádzajúcej otázke uviedli respondenti, že nerealizujú bežecké tréningy a tým pádom v tejto otázke zaškrtilo taktiež **2,7%** respondentov odpoveď **netrénujem**.



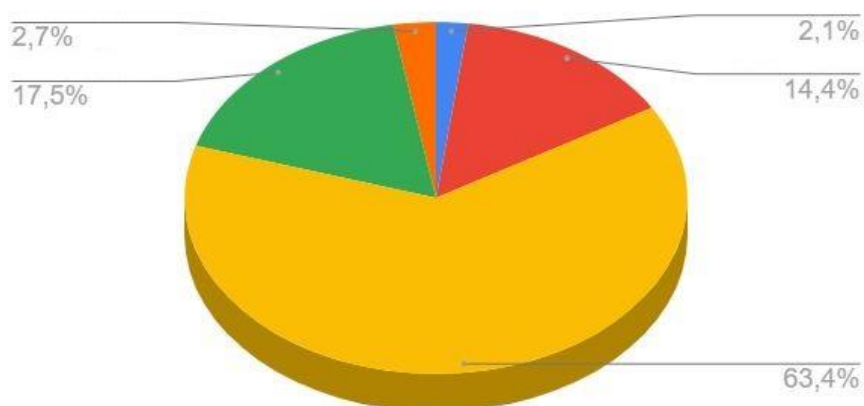
Obrázok 11. Najčastejšia odbehnutá vzdialenosť v tréningu respondentov Košického maratónu

Nasledujúca otázka sa vzťahovala k používaniu špeciálnej športovej výstroje určenej pre bežcov. Respondenti si mohli vybrať aj viacero možností. Z celkového počtu 292 opýtaných účastníkov využívalo špeciálnu **obuv** pri maratónskom behu **97,3%** respondentov, špeciálne **športové oblečenie** **91,8%**, **hodinky s meračom tepovej frekvencie** **26%**, **kompresné vybavenie** **15,1%**, **hrudný pás** **6,5%** a **1%** spomedzi opýtaných účastníkov využívalo **hydrovak**. Dvaja respondenti uviedli, že nepoužívajú pri behu žiadnu z uvedených častí vybavenia čo predstavovalo **0,7%**.



Obrázok 12. Typ používanej výstroje

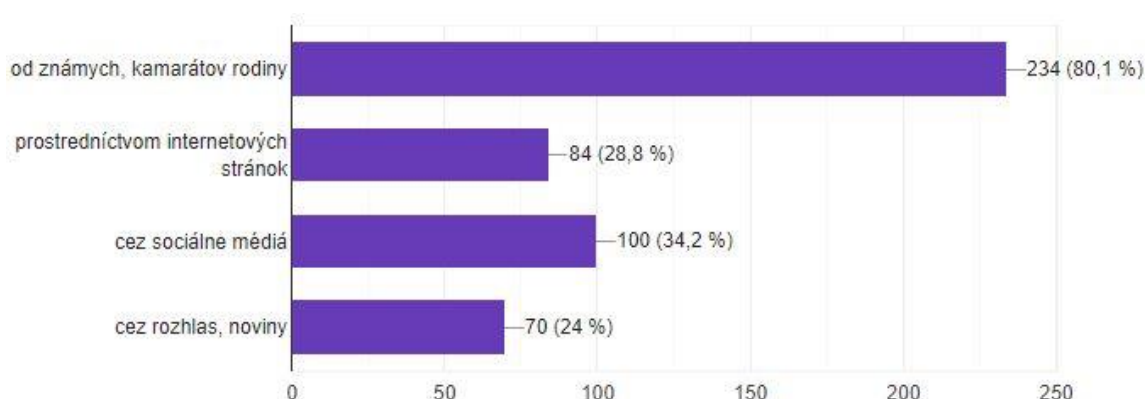
V súvislosti s prípravou na beh sme sa dotazovali účastníkov na ich zahriatie teda dĺžku rozcvičenia pred samotným maratónom. Rozcvičenie **do 5 minút** uviedlo **17,5%**. Najviac spomedzi opýtaných **63,4%** uviedlo, že ich rozcvičenie trvá **do 10 minút**. **Do 15 minút** sa rozcvičovalo **14,4%** a **viac ako 15 minút** uviedlo **2,1%** opýtaných účastníkov. Rozcvičovanie pred samotným behom **nerealizovalo 2,7%** respondentov.



Obrázok 13. Dĺžka realizovanej rozcvičky respondentov pred samotným maratónskym behom

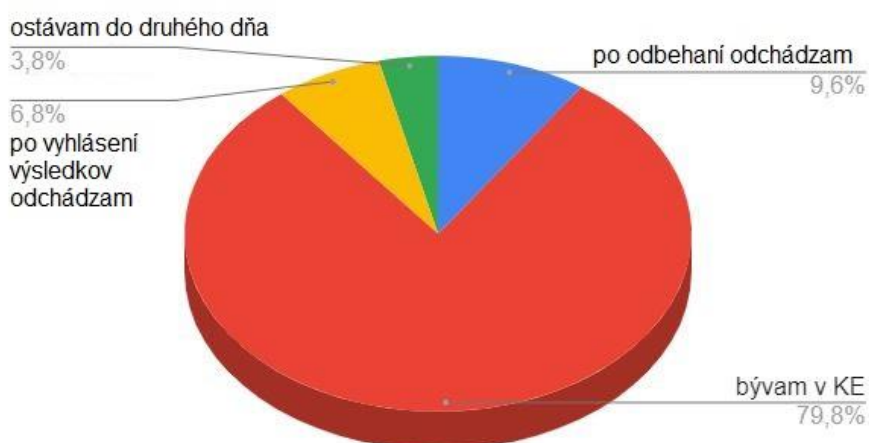
Úlohou nasledujúcej otázky bolo zistiť, akým spôsobom sa dotazovaní dozvedeli o Košickom Medzinárodnom maratóne mieru. V danej otázke mohli respondenti zvoliť aj viacero odpovedí, keďže autor považuje za reálnu aj možnosť, že respondenti boli informovaní o športovej akcii hneď z niekoľkých zdrojov. Možnosť **od známych, kamarátov alebo rodiny** vybralo najviac až **80,1%** spomedzi 292 respondentov. Druhou najčastejšie vybranou možnosťou bolo informovanie sa o udalosti prostredníctvom **sociálnych médií**

34,2%, možnosť cez **internetové stránky** uviedlo **28,8%** respondentov a cez rozhlas či noviny **24%**.



Obrázok 14. Zdroj informácií o Košickom Medzinárodnom maratóne mieru

Z odpovedí respondentov na otázku ako dlho zotrývajú v Košiciach po absolvovaní maratónu je možné vyčítať, že **79,8%** oslovených zo vzorky bežcov ostávajú v Košiciach, pretože je to ich trvalé miesto bydliska. Toto zistenie teda korešponduje s otázkou číslo 3, v ktorej **81,2%** dotazovaných pochádzalo z Košického kraja. Druhou najčastejšou odpoveďou bolo **po odbehaní odchádzam**. Táto odpoveď prevažovala u respondentov z okolitých miest či krajov a predstavovala **9,6%**. Respondenti, ktorí odchádzali z Košíc **po vyhlásení výsledkov** bolo **6,8%** a tých, ktorí ostávali **do ďalšieho dňa** bolo **3,8%**.

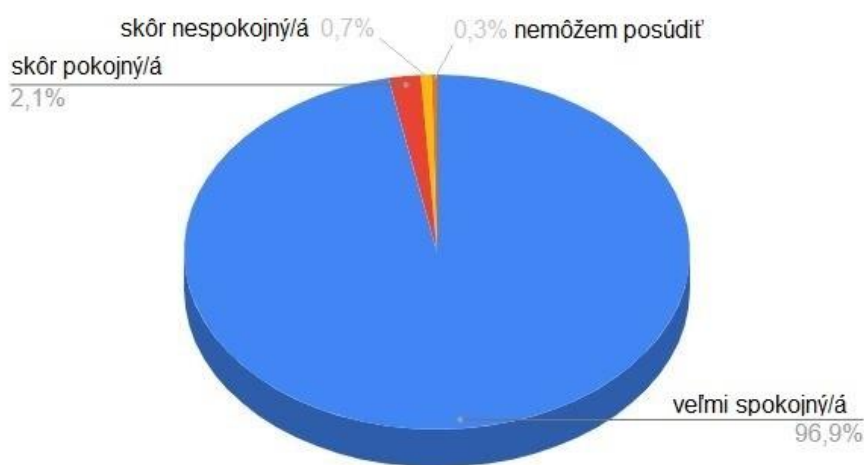


Obrázok 15. Dĺžka pobytu v Košiciach po preteku

6.3 Spokojnosť s bežeckým podujatím

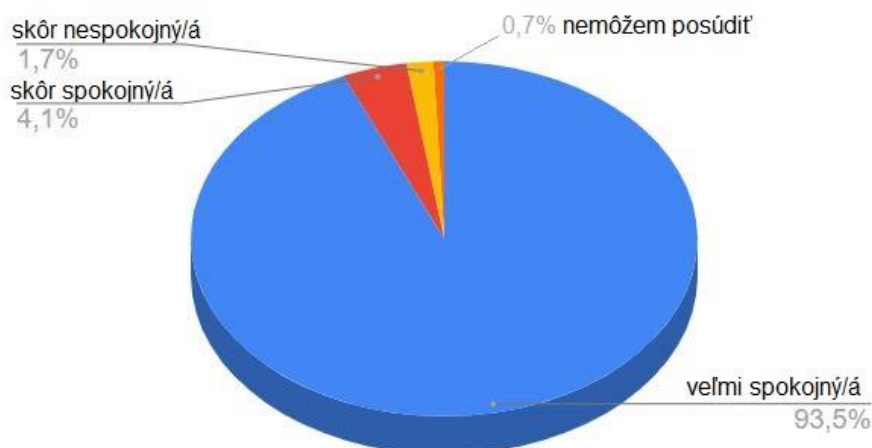
V ďalšej sérii otázok sme respondentov žiadali aby ohodnotili zázemie športovej akcie Medzinárodný maratón mieru v Košiciach. Mali vyjadriť svoju spokojnosť na stupnici veľmi spokojný/á, skôr spokojný/á, skôr nespokojný/á, veľmi nespokojný/á alebo nemôžem posúdiť.

Stanové mesto hodnotili respondenti veľmi kladne. Až **96,9%** bežcov bolo **veľmi spokojných**. **Skôr spokojných** bolo **2,1%**. Nespokojnosť bola veľmi nízka, iba **0,7%** bežcov zvolilo možnosť **skôr nespokojný/á** a žiaden spomedzi respondentov nezvolil možnosť **veľmi nespokojný/á**. Ohodnotiť stanové mesto nedokázalo **0,3%**.



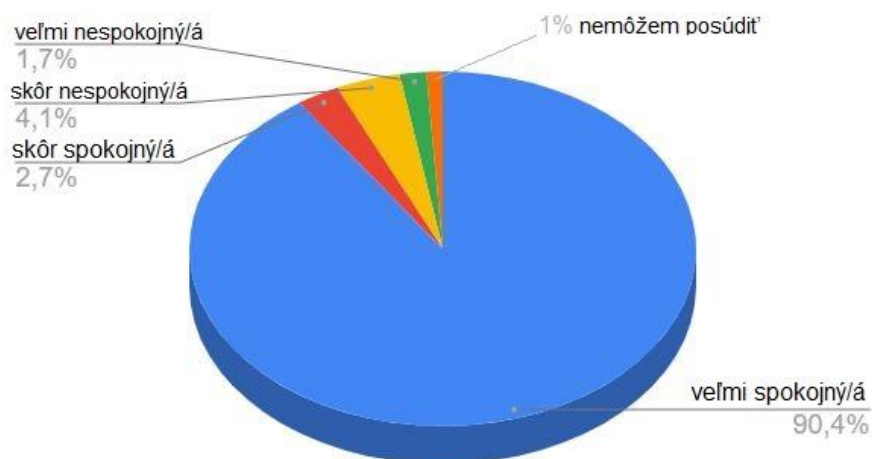
Obrázok 16. Spokojnosť so stanovým mestom

Občerstvenie mali možnosť respondenti ohodnotiť v ďalšej otázke. Spokojnosť oslovených bežcov bola **93,5%** **veľmi spokojný/á**, **skôr spokojných** s občerstvením počas podujatia bolo **4,1%**, **skôr nespokojných** **1,7%**. Spomedzi všetkých oslovených bežcov nebol ani jeden z nich **veľmi nespokojný** s občerstvením, no **0,7%** to **nedokázalo ohodnotiť**.



Obrázok 17. Spokojnosť so službami občerstvenia

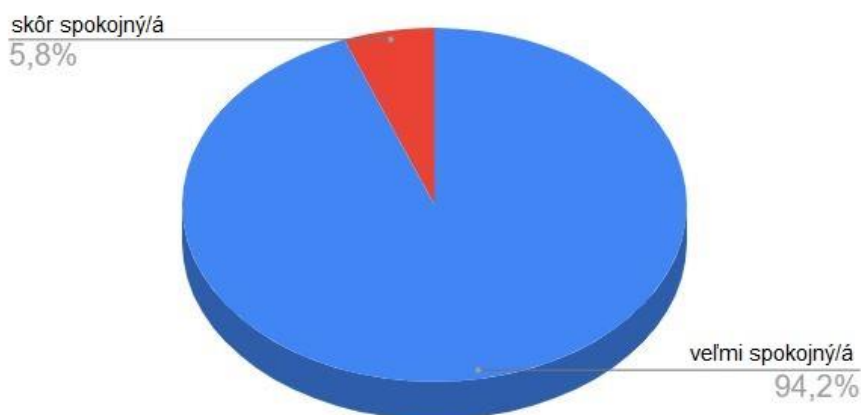
V ďalšej otázke sme žiadali respondentov aby ohodnotili sociálne zariadenia. **Veľmi spokojných** so zabezpečením sociálnych zariadení bolo **90,4%**, **skôr spokojných** bolo **2,7%** dotazovaných. So sociálnym zariadením uviedlo možnosť **skôr nespokojný/á** **4,1%** opýtaných a **veľmi nespokojných** bolo **1,7%**. **1%** spomedzi všetkých opýtaných to **nevedelo posúdiť**.



Obrázok 18. Spokojnosť so sociálnymi zariadeniami

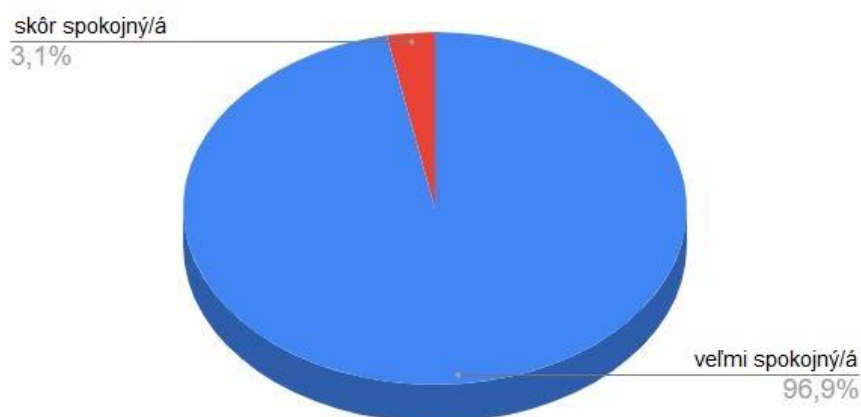
V nasledujúcej sérii otázok sme sa dotazovaných bežcov pýtali na ďalšie aspekty, ktoré sa tiež mohli podieľať na kvalite bežeckej akcie. Svoju spokojnosť s týmito aspektmi mali možnosť bežci vyjadriť na základe zvolenia jednej možnosti zo škály totožnej z predchádzajúcej série otázok. Prvým z týchto aspektov bola atraktivita trate. **Veľmi**

spokojný/á s atraktivitou trate bolo až **94,2%** bežcov a **skôr spokojný/á** uviedlo zvyšných **5,8%** respondentov. Ďalšie možnosti zvolené respondentmi neboli.



Obrázok 19. Spokojnosť s atraktivitou trate

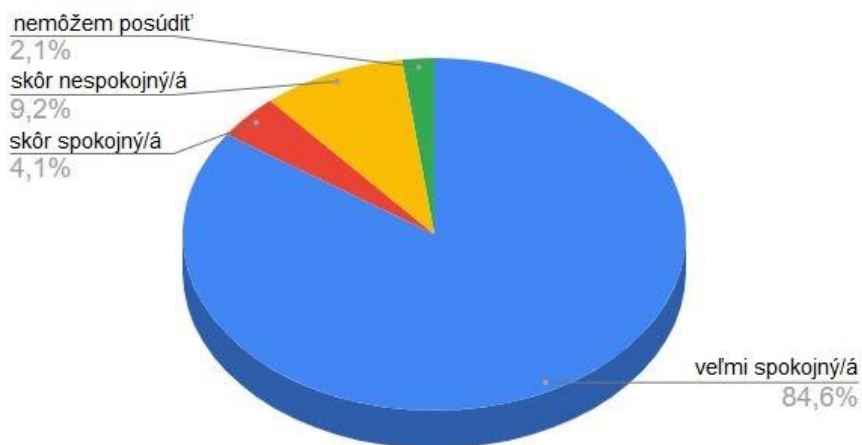
V ďalšej otázke mali respondenti možnosť ohodnotiť značenie trate. So značením trate bolo **veľmi spokojných 96,9%** oslovených bežcov a **skôr spokojných** boli **3,1%**. Ako v predchádzajúcej otázke ani v tejto neboli respondentmi vybrané zvyšné možnosti.



Obrázok 20. Spokojnosť so značením bežeckej trate

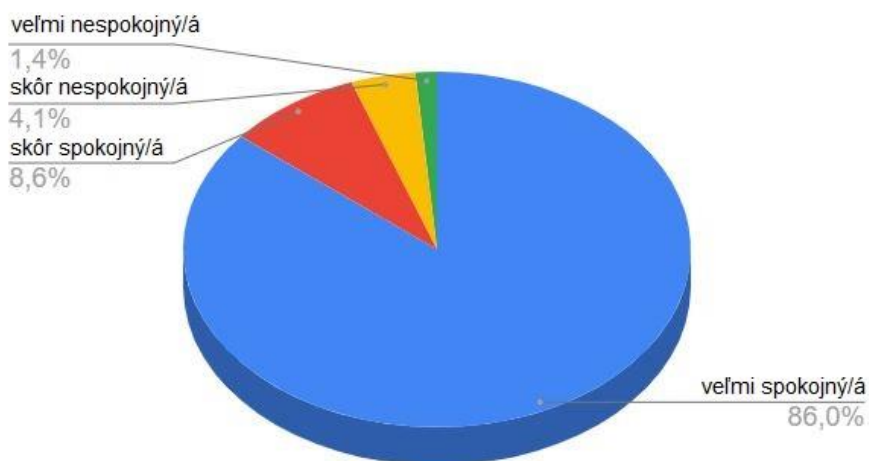
Atmosféru okolo bežeckej trate mali možnosť respondenti ohodnotiť v nasledujúcej otázke. **Veľmi spokojných** s atmosférou bolo **84,6%** respondentov, **skôr spokojní** boli **4,1%**. Respondentov, ktorým sa atmosféra až tak nepozdávala a uviedli možnosť **skôr nespokojný/á** bolo **9,2%**. Možnosť veľmi nespokojný/á nebola opýtanými účastníkmi

zvolená ani v jednom prípade, no našlo sa pár opýtaných bežcov **2,1%**, ktorí atmosféru okolo trate ohodnotiť nevedeli a preto zvolili možnosť **nemôžem posúdiť**.



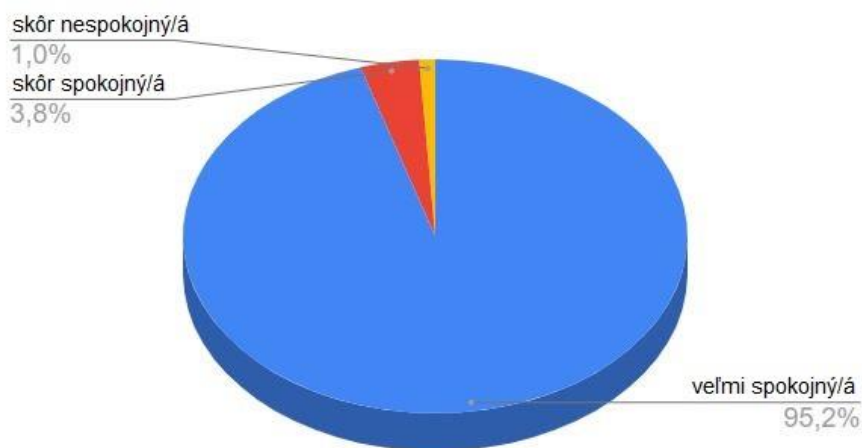
Obrázok 21. Spokojnosť bežcov s atmosférou okolo trate

Zabezpečenie bezpečnosti bežcov ale aj divákovi mali možnosť respondenti ohodnotiť v nasledujúcej otázke. **Veľmi spokojných** so zabezpečením bezpečnosti bolo **86%** bežcov, **skôr spokojných 8,6%**, **skôr nespokojných** bolo **4,1%** a možnosť **veľmi nespokojný/á** uviedlo **1,4%** opýtaných aktívnych účastníkov Košického maratónu. Túto otázku dokázal ohodnotiť každý spomedzi oslovených bežcov.



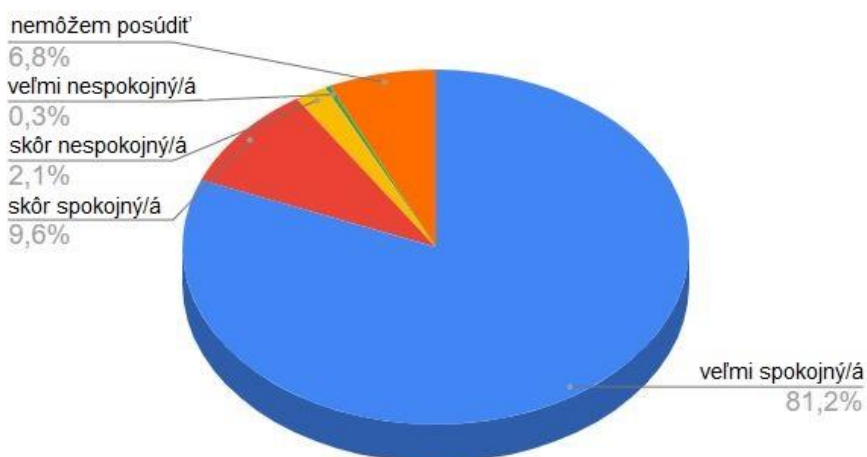
Obrázok 22. Spokojnosť so zabezpečením bezpečnosti bežcov a divákov

V nasledujúcej otázke ankety nás zaujímala spokojnosť respondentov s dostupnosťou aktuálnych výsledkov. S dostupnosťou výsledkov bolo **veľmi spokojných 95,2%** bežcov a **skôr spokojných 3,8%** opýtaných. Možnosť **skôr nespokojný/á** vybralo **1%** respondentov a ďalšie možnosti neboli opýtanými účastníkmi zvolené.



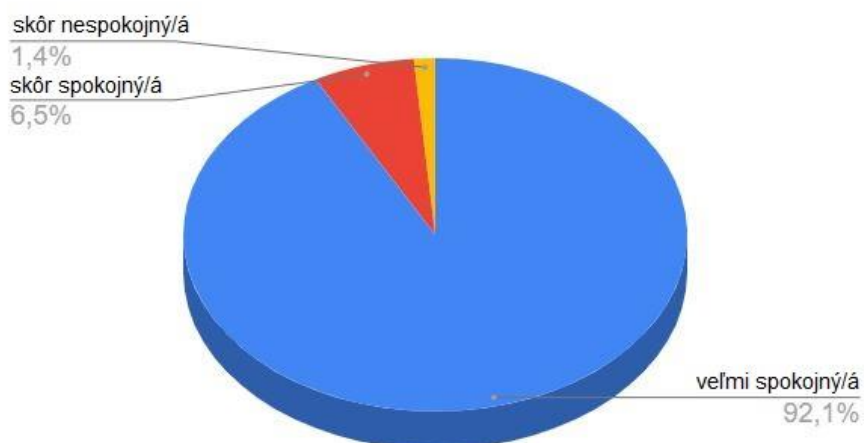
Obrázok 23. Spokojnosť respondentov s dostupnosťou aktuálnych výsledkov

V ďalšej otázke mali možnosť respondenti vyjadriť svoju spokojnosť s komunikáciou s usporiadateľmi. **Veľmi spokojných** s komunikáciou bolo **81,2%** opýtaných. **9,6%** respondentov uviedlo, že boli **skôr spokojní**, **2,1%** bolo **skôr nespokojných** a **0,3%** bolo **veľmi nespokojných**. Komunikáciu s organizátormi **nevedelo ohodnotiť 6,8%** opýtaných účastníkov.



Obrázok 24. Spokojnosť respondentov v komunikácii s usporiadateľmi

Sprievodný program bežeckého podujatia Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach mali možnosť respondenti ohodnotiť v nasledujúcej otázke. So sprievodným programom bolo **veľmi spokojných 92,1%** opýtaných bežcov, **skôr spokojných 6,5%** účastníkov. Možnosť **skôr nespokojný/á** zvolilo **1,4%** respondentov a ďalšie spomedzi možností neboli vybrané ani jedným z opýtaných.



Obrázok 25. Spokojnosť respondentov so sprievodným programom

V poslednej anketovej otázke sme sa oslovených účastníkov bežeckého podujatia pýtali, ako by z hľadiska celkovej organizácia ohodnotili športovú akciu Košický Medzinárodný maratón mieru. Na **profesionálnej úrovni** túto akciu hodnotilo **99,0%** respondentov a zvyšné **1,0%** ju označilo za **poloprofesionálnu**. Zvyšné možnosti neboli oslovenými účastníkmi zvolené.

7 DISKUSIA

Z výsledkov empirického šetrenie vyplývalo, že prevládajúca väčšina oslovených aktívnych účastníkov Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach, pochádzala zo Slovenska. Vzhľadom ku faktu, že výskumný súbor tvorilo iba **292 (2,0%)** z celkového počtu účastníkov. V skutočnosti oproti vzorku bola účasť zahraničných bežcov omnoho väčšia. Aj napriek výsledkom, ktoré poukazujú, že prevažné zastúpenie bežcov zo slovenských krajov je z Košického kraja **81,2%** môžeme povedať, že Košický maratón je celoslovensky ale samozrejme aj celosvetovo známi a účastnia sa ho v hojnom počte aj bežci z iných krajov Slovenska ba aj celého sveta.

Miernym sklamaním pre výskumníka bolo zistenie, že v kategórii do 18 rokov bolo iba **8,9%** bežcov. Za príčinu nízkej účasti účastníkov do 18 rokov môže hrať hlavnú rolu účasť bežcov v kategórii minimaratón, ktorá v dôsledku rozdielnej štartovacej doby nebol autorom diplomovej práce dotazovaná. Naopak pozitívnym prekvapením bola účasť vo vekovej kategórii 31 – 50 rokov až **42,1%** oslovených. Dôvodom účasti tejto vekovej kategórie môže byť, primeraný dostatok voľného času, adekvátne finančné zabezpečenie či pozitívny vzťah k pohybovej aktivite podchytený už v detstve.

Pri volení typu bežca podľa výkonnosti bol hlavným činiteľom subjektívny pocit bežca. Za rekreačného bežca sa spomedzi všetkých oslovených účastníkov označilo až **73,3%** a za vrcholového bežca **1,7%** čo tvorí $\frac{3}{4}$ spomedzi oslovených bežcov. Z čoho vieme usúdiť, že prevažná väčšina účastníkov vedie športovo aktívny život a vykonáva pohybovú aktivitu niekoľkokrát do týždňa.

Zaujímavú situáciu vieme pozorovať v premiérovej účasti na tomto bežeckom podujatí kde až **13,7%** opýtaných uviedlo, že sa zúčastnilo Košického maratónu po prvý krát. Keďže sa jednalo celkovo už o 96. ročník je veľmi uspokojivé pozorovať, že aj po toľkých rokoch Košický Medzinárodný maratón mieru stále nabera na popularite a stále viac a viac ľudí sa rozhodne zúčastniť tejto akcie. Ďalším pozitívnym zistením môže byť, že viac ako polovica oslovených bežcov je tomuto Košickému maratónu verná a každoročne sa k tomuto podujatiu vracia.

Žiadnym prekvapením nebolo, že v rámci dlhodobej bežeckej prípravy na Košický maratón až **70,9%** opýtaných vo všetkých troch kategóriách (maratón, polmaratón, štafeta) uviedlo, že bežecky trénujú pol roka a viac. Z tohto zistenia vieme usúdiť, že aj napriek uponáhľanej spoločnosti a populácii, ktorá preferuje sedavý spôsob života po absolvovaní

pracovnej doby, si ľudia vedia nájsť čas na pohybovú aktivitu, prekročiť prah komfortnej zóny a ísť si zabehať. V nadväznosti na danú tému až **45,9%** opýtaných účastníkov realizuje bežecký tréning v jednom týždni 3 krát a **10,6%** dokonca viac ako 3 krát. V kategórii maratón je pochopiteľné, že príprava sa nezaobíde bez nabehaných kilometrov, preto všetci spomedzi opýtaných prespondentov uviedli, že trénujú aspoň 3 krát do týždňa s nabehanými vzdialenosťami 30 kilometrov a viac. V kategórii polmaratón, opýtaní respondenti najčastejšie uvádzali možnosť tréningu aspoň 2 krát do týždňa **96,2%** s tým, že až **94,1%** polmaratónských respondentov trénovalo v rozmedzí od 10 kilometrov do 20 kilometrov v jednej tréningovej jednotke. V kategórii bežeckej štafety to bolo ale premenlivé. Keďže sa jednalo o relatívne kratší úsek oproti ostatným dvom kategóriám aj samotná príprava bola u respondentov povolnejšia. Iba **81,9%** spomedzi respondentov uviedlo, že sa bežeckej príprave venujú 2 a viac krát do týždňa. Respondenti bežiaci v tejto kategórii najčastejšie behávali vzdialenosti od 5 kilometrov do 10 kilometrov **71,3%**. Typ tréningu a samotná dišancia, ktorú má bežec v jednej tréningovej jednotke absolvovať sa pochopiteľne v rámci obdobia obmieňa. Záleží od toho čo chce bežec dosiahnuť, v čom sa chce zlepšiť a kam sa chce posunúť. Z výsledkov môžeme vyčítať, že bežci, ktorý uviedli vzdialenosti **15 kilometrov a viac 47%** sa v posledných mesiacoch pripravovali prevažne na odbehnutie polmaratónu či dokonca maratónu. So samotným behaním úzko súvisí aj bežecké vybavenie, ktoré napomáha k optimalizácii výkonu bežca. Najviac spomedzi opýtaných uviedlo, že pri behaní využívajú špeciálnu bežeckú obuv a oblečenie.

Košický Medzinárodný maratón mieru je známi po celom Slovensku ba aj v celom svete, ale účastníci sa mohli dozvedieť o tejto športovej udalosti z rôznych strán. Väčšina z dotazovaných sa o tejto športovej akcii dozvedela prostredníctvom známych, rodinných príslušníkov ale kamarátov **80,1%**. Je zrejmé, že najväčšiu váhu pri informovanosti o tejto udalosti má priama komunikácia teda rozhovor, pri ktorom informácie prúdia priamo od aktívnych alebo aj pasívnych účastníkov minulých ročníkov. Nie je žiadnym prekvapením, že drvivá väčšina opýtaných účastníkov je o tomto podujatí vo väčšej miere informovaná, pretože sa s týmto podujatím každoročne v uliciach mesta stretáva a ostáva po odbehnutí akcie aj naďalej v meste, keďže až **79,8%** spomedzi dotazovaných uviedlo, že v meste Košice bývajú.

Aj napriek menším odchýlkam všetky aspekty počnúc stanovým mestom a končiac sprievodným programom boli hodnotené veľmi dobre. Do popredia ale môžeme pretlačiť aspekt bezpečnosti bežcov a divákov, kde iba **86,0%** opýtaných účastníkov bolo so zabezpečením spokojných. Nespokojnými účastníkmi boli prevažne z Košického kraja

a bežali v kategórii polmaratón. Dôvodom môže byť to, že trať nebola na všetkých miestach dostatočne vybavená dočasným oplotením a to z dôvodu sprístupnenia prechodu divákov či okoloidúcich na druhú stranu trate. V týchto miestach bola pravdepodobnosť zavádzania prechádzajúcich ľudí cez trať bežcom vyššia. Ďalším aspektom, ktorý vyčnieval bola komunikácia s usporiadateľmi. Iba **81,2%** opýtaných účastníkov bolo spokojných s komunikáciou s usporiadateľmi. Skupinu nespokojných účastníkov tvorili prevažne bežci z Prešovského a Košického kraja v kategóriách polmaratón a štafeta, ktorí sa zúčastnili tohto bežeckého podujatia po druhé. Je zrejmé, že vysoká účasť bežcov sa značne podpísala na tomto hodnotení a to tak, že nie každý bežec mal možnosť byť vypočutý organizátorom. Keďže sa jednalo o 96. ročník tak väčšina aspektov spokojnosti bola vo veľkej miere z roka na rok zlepšovaná a teda môžeme povedať, že postupom času sa na zdokonaľovaní úrovne podujatia tvrdo pracovalo. Preto teraz až **99,0%** spomedzi opýtaných označuje Medzinárodný maratón mieru organizačne zvládnutý na profesionálnej úrovni. Je dôležité podotknúť, že táto akcia je na medzinárodnej úrovni a v značnej miere sa podieľa na cestovnom ruchu Košického kraja a samotnom podporovaní image mesta.

Chcel by som ale podotknúť, že osobný zber bol do značnej miery komplikovaný a to preto lebo bol realizovaný v priestoroch cieľa a zázemia bežeckej akcie.

7.1 Limity práce

Uvedomujem si, že sa v tejto diplomovej práci vyskytli určité limity výskumu. Ako jeden z nich autor uvádza zloženie vzorky respondentov. Pre spoľahlivejšie výsledky od aktívnych účastníkov bežeckého podujatia, by bolo vhodné zozbierať väčšie množstvo údajov od bežcov, ktorí sa zúčastnili polmaratónu alebo maratónu.

Ďalším z limitov je samozrejme aj fakt, že otázky alebo odpovede v ankete boli zle formulované. Príkladom môže byť otázka so začleňovaním bežcov z hľadiska výkonnosti. V tejto otázke je potrebné vysvetliť, aký je rozdiel medzi príležitostným, rekreačným a vrcholovým bežcom. Ďalej v otázke, kde sme zisťovali najčastejšie odbehnutú vzdialenosť v tréningovej jednotke bežcov, bolo potrebné zdôrazniť, že sa jedná o obdobie posledných mesiacov pred bežeckou akciou.

8 ZÁVERY

Z výsledkov z výskumného šetrenia bol zistený profil aktívneho účastníka bežeckého podujatia Košického Medzinárodného maratónu mieru, čo je možné zosumarizovať v tejto kapitole. Ďalej bola zistená bežecká príprava respondentov na samotné podujatie.

Profil vzorky respondentov (aktívnych účastníkov) vybraných z troch hlavných kategórii Košického Medzinárodného maratónu mieru je nasledovný:

- Jednalo sa o muža (66,8%);
- Vo veku medzi 31 až 51 rokov (42,1%);
- Pochádzal zo Slovenska (97,6%), konkrétne z Košického kraja (81,2%);
- Bol rekreačným typom bežca (98,3%);

Jeho bežecká príprava na športové podujatie:

- Zúčastnil sa tohto bežeckého podujatia do 5 krát (46,6%);
- Bol prihlásený v kategórii polmaratón (64,4%);
- Na toto športové podujatie sa bežcky pripravoval v časovom období do pol roka (35,6%);
- Najčastejšie trénoval 3 krát do týždňa (46,9%);
- V jednej tréningovej jednotke najčastejšie behával vzdialenosti do 15 kilometrov (33,6%);
- Ako špeciálnu výstroj na behanie najčastejšie využíval obuv (97,3%) a oblečenie (91,8%);
- Jeho rozcvičenie pred bežekým podujatím trvalo do 10 minút (63,4%);
- O podujatí sa dozvedel prostredníctvom svojich známych, kamarátov či rodiny (80,1%);
- Po odbehnutí maratónu zostáva dlhodobo v Košiciach pretože tu má trvalý pobyt (79,8%);

Jeho spokojnosť s bežekým podujatím:

- Veľmi spokojný bol so stanovým mestom (96,9%);
- S občerstvením bol veľmi spokojný (93,5%);
- So sociálnym zariadením bol veľmi spokojný (90,4%);
- S atraktivitou trate bol veľmi spokojný (94,2%);
- So značením trate bol veľmi spokojný (96,9%);
- Veľmi spokojný bol s atmosférou okolo trate (84,6%);

- So zabezpečením bezpečnosti bežcov ale aj divákov bol veľmi spokojný (86%);
- Veľmi spokojný bol s dostupnosťou aktuálnych výsledkov (95,2%);
- S komunikáciou s usporiadateľmi bol veľmi spokojný (81,2%);
- So sprievodným programom bol veľmi spokojný (92,1%);
- Celkovo hodnotil bežecké podujatie na profesionálnej úrovni (99%).

Predložením týchto 3 čiastkových skupín cieľa, predpokladám, že bol splnený cieľ diplomovej práce a zozbierané výsledky môžu ďalej poslúžiť k rozvoju poznatkov o profile účastníka a zlepšeniu ďalších ročníkov Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach.

Bolo by veľmi pozoruhodné pokračovať v ďalších výskumných šetreniach s nadväzujúcou tematikou na danú prácu s tým, že by mi bolo umožnené spolupracovať s organizátormi bežeckého podujatia a pridať do každého štartovacieho balíčka hypertextový odkaz na on-line anketu s cieľom získať obsiahlejší výskumný súbor.

9 SÚHRN

Témou tejto diplomovej práce je Košický maratón ako možnosť športového eventu. Prvou z čiastkových cieľov bolo zistiť profil aktívneho účastníka Košického Medzinárodného maratónu mieru, ktorý vypovedá o jeho sociodemografickom charaktere bežca. Nasledujúcim čiastkovým cieľom bola zistená miera bežeckej tréningovej prípravy na toto športové podujatie. Ďalším čiastkovým cieľom bolo zistenie miery spokojnosti aktívnych účastníkov s daným bežeckým podujatím. Výsledky z týchto čiastkových cieľov majú napovedať, aký typ bežca má prevažne záujem o toto športové podujatie a môžu taktiež poslúžiť ako spätná väzba pre samotných organizátorov podujatia.

Teoretická časť tejto diplomovej práce obsahuje spracované kľúčové slová ako cestovný ruch, účastník cestovného ruchu, športový cestovný ruch, event tourism, športové eventy či stručná príprava a tréning maratónskeho bežca. Kapitola „Literárna rešerše“ obsahuje zahraničné výskumy aj s výsledkami s tematikou podobnej tejto práci.

Praktická časť obsahuje situačnú analýzu Medzinárodného maratónu mieru v Košiciach, ktorá obsahuje stručnú históriu, súčasnú situáciu a bežecké kategórie tejto športovej akcie. Výskum bol realizovaný formou dotazovania na základe ankety. Výskumnú vzorku tvorilo 292 respondentov. Na základe výsledkov z anketového šetrenia je v závere práce zostavený profil aktívneho účastníka Košického maratónu, jeho úroveň bežeckej tréningovej prípravy a miera spokojnosti s bežeckým podujatím.

10 SUMMARY

The theme of this thesis is the Košice Peace Marathon as a possibility of a sport event. One of the partial targets was to find out a profile of an active participant of the International Peace Marathon in Košice which shows runner's sociodemographic character. Following partial target found out the level of running training preparation for this event. Next partial target was to find out the participants' level of satisfaction with the running event. The results of these partial targets predict what types of runners are mostly interested in this sport event and can also provide a feedback for the event organizers themselves.

The theoretical part of this thesis contains key words such as tourism, event tourism, sports events, marathon runner's brief preparation and training. Chapter "Literature research" contains foreign research with the results of similar theme found in this thesis.

The practical part of this thesis contains situational analysis of the International Peace Marathon in Košice which contains brief history, current situation and running categories of this sport event. The research was realized through answering based on inquiry. 292 respondents formed the research sample. Based on the results of inquiry in the final part of the thesis there is a profile of an active participant of the International Peace Marathon in Košice, his level of running training preparation and his satisfaction rate of the running event.

11 REFERENČNÝ ZOZNAM

- Beh.sk, (2019). *Bežecké súťaže 2018*. Retrieved 9.9.2019 from the World Wide Web: <http://beh.sk/starsie-terminy/page/3/?hladat&kraj&liga&od=01.01.2018&do=31.12.2018>.
- Benson, R., & Conolly, D. (2012). *Trénink podle srdeční frekvence*. Praha: Grada.
- Beránek, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada.
- Chalip, L. (2001). *Sport and tourism: Capitalising on the linkage. The Business of Sport*. Oxford: Meyer and Meyer.
- De Knop, P., & Standeven, J. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Dorčáková, M. (2014). *Fenómén: Maratónska turistika*. Retrieved 10.9.2019 from the World Wide Web: <https://obehnisvet.sk/blog/fenomen-maratonska-turistika/>
- Ellis, Seth R; Mayer, Martin A. (1994). *Keeping the client satisfied*. Journal of Accountancy, New York.
- Fourny, D. (2003). *Encyklopedie sportu*. Praha: Fortuna Print.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Freyer, W. (2011). *Tourismus-Marketing*. München: Oldenbourg.
- Fukatsch, P. (2013). *Od Zabalu po Vahlensieckovú. Slávna história slávneho behu*. Retrieved 9.9.2019 from the World Wide Web: <https://www.behame.sk/index.php?src=ostatne%2fod%2dzabalu%2dpod%2dvahlensieckovu%2dslavna%2dhistoria%2dslavneho%2dbehu>
- Funk, D., Jordan, J., Ridinger, L., & Kaplanidou, K. (2011). *Capacity of Mass Participant Sport Events for the Development of Activity Commitment and Future Exercise Intention*. Leisure Sciences.
- Getz, D. (2008). *Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management*. Retrieved 6.1.2019 from the World Wide Web: https://www.academia.edu/2020851/Event_tourism_Definition_evolution_and_research.
- Gibson, H. (2006). *Sport tourism: concepts and theories*. New York, London: Routledge.
- Hesková, M. (2006). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Horner, S. & J. SWARBROOKE. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Indrová, J. (2009). *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica.
- Jurášková, O. & Horňák, P. (2012). *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada.
- Kampmiller, T. (2004). *Teória didaktiky a atletiky*. Bratislava: Fakulta telesnej výchovy a športu v Bratislave.

- Kaprál, V. & kol. (1987). *Medzinárodný Maratón mieru v Košiciach*. Košice: Východoslovenské vydavateľstvo.
- Karlíček, M. & Král, P. (2011). *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada.
- Koniar, B. & kol. (2014). *90 rokov v príbehoch, faktoch a číslach*. Košice: Progress Promotion.
- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2008). *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2014). *Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kujan, R. (2011). *Maratonská turistika*. Retrieved 10.9.2019 from the World Wide Web: <https://www.horydoly.cz/cykliste/maratonska-turistika.html>.
- Kujan, R. (2015). *Maratónská turistika: desítky kilometrů jako rekreace?!*. Retrieved 10.9.2019 from the World Wide Web: <https://www.sport.cz/ostatni/behani/odjinud/clanek/636969-maratonska-turistika-desitky-kilometru-jako-rekreace.html>
- Lattenberg, V. (2010). *Event, aneb Úspěšná akce krok za krokem: příručka pro organizátory*. Brno: Computer Press.
- Lauko, V. & kol. (2014): *Regionálne dimenzie Slovenska*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave.
- Malá, V. (2002). *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica.
- Malcom, D. (2008). *The Sage dictionary of sports studies*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Maratónsky klub Košice. (2015). *Maratónske pohľady*. Retrieved 11.9.2019 from the World Wide Web: https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/docs/maratonskepohlady/Maratonske_pohlady_2015.pdf
- Maratónsky klub Košice. (2015). *Tlačová správa - Košice 30. september 2015*. Retrieved 6.11.2019 from the World Wide Web https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/2015/10/TLacova_sprava_MMM_30.9.2015.pdf
- Maratónsky klub Košice. (2015). *Príbehy deviatich desaťročí*. Retrieved 17.9.2019 from the World Wide Web: <https://www.kosicemarathon.com/pribehy-deviatich-desatroci/>
- Maratónsky klub Košice. (2018). *Tlačová správa Košice, 02.10. 2018*. Retrieved 6.11.2019 from the World Wide Web https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/2018/09/MMM_TS_2.10.2018.pdf

- Maratónsky klub Košice. (2018). *Správa o činnosti maratónskeho klubu za rok 2018*. Retrieved 11.9.2019 from the World Wide Web: https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/docs/mk/Spr%C3%A1va_o_%C4%8Dinnosti_MKK.pdf
- Maratónsky klub Košice. (2019). *Výročná správa za rok 2018*. Retrieved 11.9.2019 from the World Wide Web: https://www.kosicemarathon.com/wp-content/uploads/docs/mk/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%A1_spr%C3%A1va_2018.pdf
- Mariot, P. (1983). *Geografia cestovného ruchu*. Bratislava: Veda.
- Masterman, G. (2009). *Strategic sports event management*. London: Butterworth – Heinemann.
- Murakami, H. (2010). *O čem mluvím, když mluvím o běhání*. Praha: Euromedia-Oden.
- Novotný, J. & et al. (2010). *Ekonomika sportu - vybrané kapitoly III*. Praha: Oeconomica.
- Novotný, J. (2011). *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer ČR.
- Pavlík, J. (2010). *Profil lázeňského turisty v Moravskoslezském kraji*. Diplomová práce, Univerzita Palackého, Fakulta tělesné kultury, Olomouc.
- Perič, T., & Dovalil J. (2010). *Sportovní trénink*. Praha: Grada.
- Petrů, Z. (2007). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS.
- Písařík, M., Liška, J. (1989) *Běhy na střední a dlouhé tratě II. Část*. Praha: ÚV ČSTV.
- Pišot, S. (2015). *Running and Serious Leisure Perspective*. Research in Physical Education Sport & Health.
- Poczta J. & Malchrowicz-Mosko E., (2018). *Turystyczny wymiar imprezy biegowej-przykład Poznania*, "Rynek-Społeczeństwo-Kultura" nr 3(29)/2018, s. 62-66, https://kwartalnikrsk.pl/Artykuły/RSK-3-2018/RSK-3-2018-Poczta_Malchrowicz-Mosko-Turystyczny-wymiar-imprezy-biegowej.pdf
- Preuss, H. & Solberg, H. A. (2006). *Attracting major sporting events: the role of local residents*. European Sport Management Quarterly.
- Ryglová, K. (2009). *Cestovní ruch. Soubor studijních materiálů*. Ostrava: Key publishing.
- Ryglová, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. (2011). *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.
- Schwartzhoffová, E. (2010). *Sportovní turismus. Tělesná kultura*.
- Sekot, A. (2003). *Sport a společnost*. Brno: Paido.

- Šimo, M. (2014). *Medzinárodný maratón mieru v Košiciach (Príbehy najstaršieho európskeho maratónu)*. Retrieved 17.9.2019 from the World Wide Web: <http://www.sportency.sk/encyclopedy/?q=content/medzin%C3%A1rodn%C3%BD-marat%C3%B3n-mieru-v-ko%C5%A1iciach-pr%C3%ADbehy-najstar%C5%A1ieho-eur%C3%B3pskeho-marat%C3%B3nu>.
- Šmiták, J. (2015). *Historie českého maratonu*. Retrieved 21.1.2019 from the World Wide Web: <https://www.svetbehu.cz/bezecke-kuriozity/20672-historie-ceskeho-maratonu/>.
- Vystoupil, J. (2006). *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Vystoupil, J. (2008). *Geografie cestovního ruchu*. In: Ekonomická a sociální geografie. Toušek a kol. (eds.). Brno: Aleš Čeněk.
- Vystoupil, J. & Šauer, M. (2006). *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita.
- Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde.

12 ZOZNAM OBRÁZKOV A TABULIEK

OBRÁZKY

Obrázok 1. Bežecký tréningový program pre prípravu na maratónsky beh.....	33
Obrázok 2. Mapa trate Košického Medzinárodného maratónu mieru	42
Obrázok 3. Vek respondentov	46
Obrázok 4. Krajina pôvodu respondentov.....	47
Obrázok 5. Zastúpenie slovenských účastníkov podľa kraja	47
Obrázok 6. Typ bežca podľa výkonnosti	48
Obrázok 7. Početnosť účasti na Košickom Medzinárodnom maratónu mieru.....	49
Obrázok 8. Zastúpenie respondentov v jednotlivých bežeckých kategóriách.....	49
Obrázok 9. Dĺžka obdobia bežeckej prípravy respondentov Košického Maratónu	50
Obrázok 10. Počet bežeckých tréningov v jednom týždni respondentov Košického maratónu.....	50
Obrázok 11. Najčastejšia odbehnutá vzdialenosť v tréningu respondentov Košického maratónu.....	51
Obrázok 12. Typ používanej výstroje	52
Obrázok 13. Dĺžka realizovanej rozcvičky respondentov pred samotným maratónskym behom	52
Obrázok 14. Zdroj informácií o Košickom Medzinárodnom maratónu mieru	53
Obrázok 15. Dĺžka pobytu v Košiciach po preteku	53
Obrázok 16. Spokojnosť so stanovým mestom.....	54
Obrázok 17. Spokojnosť so službami občerstvenia	55
Obrázok 18. Spokojnosť so sociálnymi zariadeniami.....	55
Obrázok 19. Spokojnosť s atraktivitou trate	56
Obrázok 20. Spokojnosť so značením trate.....	56
Obrázok 21. Spokojnosť bežcov s atmosférou okolo trate	57
Obrázok 22. Spokojnosť so zabezpečením bezpečnosti bežcov a divákov	57

Obrázok 23. Spokojnosť respondentov s dostupnosťou aktuálnych výsledkov.....	58
Obrázok 24. Spokojnosť respondentov v komunikácii s usporiadateľmi	58
Obrázok 25. Spokojnosť respondentov so sprievodným programom.....	59

TABUĽKY

Tabuľka 1. Delenie eventov podľa otvorenosti a platenia vstupných poplatkov	20
Tabuľka 2. Najväčšie maratóny za rok 2017.....	29
Tabuľka 3. Top bežecké preteky na území SR pre rok 2018	30
Tabuľka 4. Stav on-line registrácie Košického Medzinárodného maratón mieru 2018.....	43
Tabuľka 5. Zastúpenie bežcov Košického Medzinárodného maratónu mieru v roku 2018. ...	44

13 PRÍLOHA

Príloha 1. Anketný list

Anketa pre účastníkov Košického MMM

Vážený účastník Košického MMM. Táto anketa je Vám predložená za účelom zistenia profilu aktívneho účastníka športovej akcie Medzinárodný maratón mieru v Košiciach, zistenia úrovne bežeckej prípravy na toto podujatie a zároveň zistenia miery Vašej spokojnosti s touto športovou akciou. Celá anketa je dobrovoľná a anonymná. Táto anketa je súčasťou diplomovej práce a jej vyplnením dopomôžete ku zozbieraniu údajov.

Ďakujem.

T.R.

1.) Pohlavie

- ☐ muž
- ☐ žena

2.) Uveďte váš vek:

- ☐ do 18 rokov
- ☐ 19 – 30 rokov
- ☐ 31 – 50 rokov
- ☐ 51 – 70 rokov
- ☐ 71 a viac rokov

3.) Z akej krajiny pochádzate?

- ☐ Slovensko
- ☐ Česko
- ☐ Maďarsko
- ☐ Ukrajina
- ☐ Poľsko
- ☐ Nemecko
- ☐ Veľká Británia
- ☐ Americké štáty
- ☐ Africké štáty
- ☐ Ázijské štáty

4.) Z akého Slovenského kraja pochádzate?

- ☐ Košický
- ☐ Prešovský
- ☐ Banskobystrický

- ☐ Žilinský
- ☐ Nitrianský
- ☐ Trenčinský
- ☐ Trnavský
- ☐ Bratislavský

5.) Do akej kategórie športovca by ste sa zaradili?

- ☐ rekreačný bežec
- ☐ vrcholový bežec

6.) Koľký krát ste sa zúčastnili Košického MMM?

- ☐ prvý krát
- ☐ druhý krát
- ☐ do 5 krát
- ☐ do 10 krát
- ☐ viac ako 10 krát

7.) Boli ste prihlásený/á na:

- ☐ štafetu
- ☐ polmaratón
- ☐ celý maratón

8.) Aké dlhé obdobie ste venovali bežeckej príprave na Košický MMM?

- ☐ 1 mesiac
- ☐ 2 mesiace
- ☐ 3 mesiace
- ☐ pol roka
- ☐ celoročne
- ☐ netrénujem

9.) Koľkokrát do týždňa mávate bežecké tréningy?

- ☐ 1x do týždňa
- ☐ 2x do týždňa
- ☐ 3x do týždňa

- ☐ 4x do týždňa
- ☐ 5x do týždňa
- ☐ viac ako 5x do týždňa
- ☐ netrénujem

10.) Aké vzdialenosti behávate vo Vašich tréningoch?

- ☐ do 2 km
- ☐ do 5 km
- ☐ do 10 km
- ☐ do 15 km
- ☐ do 20 km
- ☐ do 30 km
- ☐ viac ako 30 km
- ☐ netrénujem

11.) Používate špeciálnu obuv/výstroj (meracie pomôcky) na behanie?

- ☐ obuv
- ☐ oblečenie (tričko, šortky a pod.)
- ☐ kompresné vybavenie
- ☐ hodinky s meračom TF
- ☐ hrudný pás
- ☐ hydrovak
- ☐ nepoužívam

12.) Ako dlho trvá Vaše rozcvičovanie pred samotným behom?

- ☐ do 5 min.
- ☐ do 10 min.
- ☐ do 15 min.
- ☐ viac ako 15 min.
- ☐ nerozcvičujem sa

13.) Ako ste sa dozvedeli o Košickom MMM?

- ☐ od známych, kamarátov, rodiny

- ☐ prostredníctvom internetových stránok
- ☐ cez sociálne médiá
- ☐ cez rozhlas, noviny

14.) Ako dlho sa zdržíte v Košiciach po športovej akcii?

- ☐ po odbehaní ihneď odchádzam
- ☐ po vyhlásení výsledkov odchádzam
- ☐ ostávam do druhého dňa
- ☐ bývam v KE

15.) Ohodnot'te zázemie športovej akcie Košický MMM

(1 = veľmi spokojný/á, 2 = skôr spokojný/á, 3 = skôr nespokojný/á, 4 = veľmi nespokojný/á, 5 = nemôžem posúdiť)

	1	2	3	4	5
Stanové mesto	☐	☐	☐	☐	☐
Občerstvenie	☐	☐	☐	☐	☐
Sociálne zariadenie	☐	☐	☐	☐	☐

16.) Ďalšie aspekty určujúce kvalitu športovej akcie

	1	2	3	4	5
Atraktivita trate	☐	☐	☐	☐	☐
Značenie trate	☐	☐	☐	☐	☐
Atmosféra okolo trate	☐	☐	☐	☐	☐
Zabezpečenie bezpečnosti bežcov/divákov	☐	☐	☐	☐	☐
Dostupnosť aktuálnych výsledkov	☐	☐	☐	☐	☐
Komunikácia s usporiadateľmi	☐	☐	☐	☐	☐
Sprievodný program	☐	☐	☐	☐	☐

17.) Z hľadiska celkovej organizácie je podľa Vás športová akcia Košický Medznárodný maratón mieru zvládnutá na úrovni:

- ☐ amatérskej
- ☐ poloprofesionálnej
- ☐ profesionálnej
- ☐ nemôžem posúdiť