

OBSAH

Úvod	6
------------	---

PRVÁ ČASŤ - CESTOVNÝ RUCH V REGIONÁLNEJ EKONÓMII

1. REGIONÁLNA EKONÓMIA A POLITIKA	9
1.1. Podstata a obsah regionálnej ekonómie	9
1.2. Región ako objekt regionálnej ekonómie a politiky	10
1.2.1. Región ako administratívno-správna jednotka	10
1.2.2. Región cestovného ruchu a regionalizácia	12
1.3. Regionálny rozvoj a regionálne disparity	15
1.4. Regionálna politika a podpora regionálneho rozvoja	16
1.5. Regionálna politika a politika súdržnosti Európskej únie	19
1.6. Podpora a rozvoj vidieka s dôrazom na cestovný ruch	22
2. KOMPETENCIE ÚZEMNEJ SAMOSPRÁVY V ROZVOJI ÚZEMIA	24
2.1. Princípy činnosti a orgány územnej samosprávy	24
2.1.1. Orgány a kompetencie obce (mesta)	25
2.1.2. Orgány a kompetencie samosprávneho kraja	27
2.2. Majetok a hospodárenie územnej samosprávy	28
2.2.1. Majetok územnej samosprávy	28
2.2.2. Rozpočtové hospodárenie územnej samosprávy	29
2.3. Podpora regionálneho rozvoja v kompetencii územnej samosprávy	31
2.4. Kompetencie územnej samosprávy v cestovnom ruchu	32
Prípadová štúdia: Európska charta miestnej samosprávy	35
3. CESTOVNÝ RUCH V REGIONÁLNO M ROZVOJI	40
3.1. Podstata sektora cestovného ruchu v regióne	40
3.2. Vplyv cestovného ruchu na ekonomiku regiónu	43
3.2.1. Potenciál cestovného ruchu v regióne a jeho špecializácia	44
3.2.2. Lokalizácia zariadení a aktivít cestovného ruchu	45
3.2.3. Vplyv cestovného ruchu na regionálny rozvoj	48
3.3. Klaster ako nástroj podpory regionálnej politiky	51

DRUHÁ ČASŤ - CIELOVÉ MIESTO CESTOVNÉHO RUCHU

4. PODSTATA A OSOBITOSTI MANAŽMENTU CIELOVÉHO MIESTA	54
4.1. Podstata cieľového miesta a jeho klasifikácia	54
4.2. Cieľové miesto ako systém	58
4.3. Osobitosti manažmentu cieľového miesta	60
4.4. Koordinácia záujmov v cieľovom mieste	65
5. MANAŽÉRSKA ORGANIZÁCIA V CIELOVOM MIESTE	68
5.1. Vývoj kooperácie v cieľovom mieste	68
5.2. Kooperácia ako základný predpoklad vzniku manažérskej organizácie	69
5.3. Princípy organizačného usporiadania cestovného ruchu v cieľovom mieste	70
5.4. Oblastná organizácia cestovného ruchu	73
5.5. Krajská organizácia cestovného ruchu	76
5.6. Manažér cestovného ruchu v cieľovom mieste	77
Prípadová štúdia: Činnosť manažérskej organizácie v Davose	78
6. TURISTICKÁ INFORMAČNÁ KANCELÁRIA	79
6.1. Úlohy turistickej informačnej kancelárie a jej činnosť	79
6.2. Vnútoraná organizácia a právna forma turistickej informačnej kancelárie	80
6.3. Zamestnanci turistickej informačnej kancelárie	81
6.4. Poskytovanie informácií o cieľovom mieste	83
6.5. Financovanie turistickej informačnej kancelárie	84
6.6. Asociácia informačných centier Slovenska	86
Prípadová štúdia: Turistická informačná kancelária mesta a teritória Belfort	87

7. PLÁNOVANIE CESTOVNÉHO RUCHU V CIEĽOVOM MIESTE	89
7.1. Situačná analýza cestovného ruchu v cieľovom mieste	89
7.2. Vízia, poslanie a ciele cieľového miesta	94
7.3. Systém plánovania a tvorba plánov cestovného ruchu v cieľovom mieste	96
7.4. Stratégie rozvoja cieľového miesta	98
Prípadová štúdia: Stratégia rozvoja cestovného ruchu nemeckého regiónu Ostholstein a dánskeho regiónu Sjaelland	101
8. FINANCOVANIE CESTOVNÉHO RUCHU V CIEĽOVOM MIESTE	103
8.1. Financovanie manažérskej organizácie v cieľovom mieste	103
8.2. Finančné hospodárenie manažérskej organizácie v cieľovom mieste	107
8.3. Investičná podpora rozvoja cestovného ruchu v cieľovom mieste	109
Prípadová štúdia: Dotácia na podporu cestovného ruchu pre vybranú oblastnú organizáciu cestovného ruchu	113
9. ŽIVOTNÝ CYKLUS CIEĽOVÉHO MIESTA	115
9.1. Teória životného cyklu strediska cestovného ruchu	115
9.2. Využitie modelu životného cyklu strediska v praxi cestovného ruchu	119
9.3. Klady a nedostatky modelu životného cyklu strediska	124
9.4. Budúcnosť teórie životného cyklu strediska	125
Prípadová štúdia: Životný cyklus tradičného a umele vytvoreného strediska cestovného ruchu	126
10. KONKURENCIESCHOPNOSŤ CIEĽOVÉHO MIESTA	130
10.1. Východiská konkurencieschopnosti cieľového miesta	130
10.2. Modely konkurencieschopnosti cieľového miesta	133
10.2.1. Konceptný model konkurencieschopnosti cieľového miesta	134
10.2.2. Integrovaný model konkurencieschopnosti cieľového miesta	139
TRETIA ČASŤ - ORGANIZOVANIE PODUJATÍ V CIEĽOVOM MIESTE	
11. ORGANIZOVANÉ PODUJATIA V CIEĽOVOM MIESTE	144
11.1. Organizované podujatia ako atraktivita cieľového miesta	144
11.2. Klasifikácia organizovaných podujatí	147
11.3. Subjekty zainteresované na organizovaných podujatiach v cieľovom mieste	153
Prípadová štúdia: Vybrané kultúrne podujatia ako atraktivita mestského strediska Kremnica	156
12. MANAŽMENT ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA V CIEĽOVOM MIESTE	158
12.1. Plánovanie organizovaného podujatia v cieľovom mieste	158
12.1.1. Marketingový prieskum- situačná analýza	158
12.1.2. Ciele organizovaného podujatia	160
12.1.3. Stratégia podujatia	162
12.1.4. Plán organizovaného podujatia	163
12.2. Organizačné a personálne zabezpečenie podujatia	164
12.3. Finančné zabezpečenie podujatia	167
12.4. Časový harmonogram úloh na zabezpečenie podujatia	171
12.5. Vyhodnotenie účinkov podujatia	172
Prípadová štúdia: Finančné zabezpečenie vedeckej konferencie	173
Prípadová štúdia: Determinovanie práv a obchodných výhod pre sponzorov folklórneho festivalu	174
13. PRODUKT ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA A JEHO KOMERCIALIZÁCIA	176
13.1. Podstata produktu podujatia a jeho tvorba	176
13.2. Výber cieľových skupín návštevníkov a umiestnenie podujatia na trhu	180
13.3. Distribúcia produktu, vstupenky	181
13.4. Marketingová komunikácia podujatia	183
13.5. Tvorba pozitívneho imidžu podujatia a cieľového miesta	184
Prípadová štúdia: Nočná prehliadka hradu ako podujatie regionálneho významu	186
14. LOGISTICKÉ ZABEZPEČENIE ORGANIZOVANÉHO PODUJATIA	188

14.1. Miesto konania podujatia	188
14.2. Materiálne a technické podmienky podujatia	191
14.3. Zabezpečenie podujatia	193
14.4. Riadenie rizík podujatia	196
14.5. Ukončenie podujatia	199
Prípadová štúdia: Doprava - významný prvok logistiky otváracieho ceremoniálu OH v Pekingu	200
ZOZNAM LITERÁRNYCH ODKAZOV	202
DESTINATION MANAGEMENT	214
CONTENT	216

CONTENT

INTRODUCTION	6
FIRST PART– TOURISM IN REGIONAL ECONOMY	
1. REGIONAL ECONOMY AND POLICY	9
1.1. Nature and content of regional economy	9
1.2. Region as an object of regional economy and policy	10
1.2.1. Region as an administrative unit	10
1.2.2. Tourism region and regionalization	12
1.3. Regional development and regional disparity	15
1.4. Regional policy and regional development support	16
1.5. Regional policy and European Union cohesion policy	19
1.6. Rural support and development in terms of tourism	22
2. COMPETENCE OF LOCAL SELF-GOVERNMENT IN REGION´S DEVELOPMENT	24
2.1. Function principles and local self-government bodies	24
2.1.1. Bodies and competence of municipality	25
2.1.2. Bodies and competence of self-governing region	27
2.2. Property and financial management of local self-government	28
2.2.1. Property of local self-government	28
2.2.2. Local self-government budget management	29
2.3. Regional development support in competence of local self-government	31
2.4. Competence of local self-government in tourism	32
Case study: European charter of local self-governance	35
3. TOURISM IN REGIONAL DEVELOPMENT	40
3.1. Nature of tourism sector in a region	40
3.2. Tourism influence on regional economics	43
3.2.1. Tourism potential in a region and its specialization	44
3.2.2. Localization of tourism facilities and activities	45
3.2.3. Influence of tourism on regional development	48
3.3. Cluster as an instrument of regional policy support	51
SECOND PART – TOURISM DESTINATION	
4. NATURE AND PARTICULARITIES OF TOURISM DESTINATION MANAGEMENT	54
4.1. Nature of tourism destination and its classification	54
4.2. Tourism destination as a system	58
4.3. Particularities of tourism destination management	60
4.4. Coordination of interests in tourism destination	65
5. DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION	68
5.1. Cooperation development in tourism destination	68
5.2. Cooperation as a basic assumption of destination management organization establishment	69
5.3. Principles of tourism destination organizational structure	70
5.4. Local tourism organization	73
5.5. Regional tourism organization	76
5.6. Tourism destination manager	77
Case study: Activities of management organization in Davos	78
6. TOURIST INFORMATION OFFICE	79
6.1. Tasks and activities of tourist information office	79
6.2. Organizational structure and legal form of tourist information office	80
6.3. Tourist information office employees	81
6.4. Providing information on tourism destination	83
6.5. Funding of tourist information office	84

6.6. Association of information centres of Slovakia	86
Case study: Tourist information office in Belfort town and its territory	87
7. TOURISM DESTINATION PLANNING	89
7.1. Situation analysis of tourism destination	89
7.2. Vision, mission and goals of tourism destination	94
7.3. Planning system and plan creation in tourism destination	96
7.4. Development strategies for tourism destination	98
Case study: Tourism development strategy for German region OstholsteIn and Danish region Sjaelland	101
8. TOURISM DESTINATION FUNDING	103
8.1. Funding of destination management organization	103
8.2. Financial management of destination management organization	107
8.3. Investment support of tourism destination development	109
Case study: Subsidy for tourism development of certain local tourism organization	113
9. TOURISM DESTINATION LIFE CYCLE	115
9.1. Tourist resort life cycle theory	115
9.2. Use of tourist resort life cycle model in tourism praxis	119
9.3. Positives and negatives of tourist resort life cycle model	124
9.4. Future of tourist resort life cycle theory	125
Case study: Life cycle of traditional and man-made tourism resort	126
10. TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS	130
10.1. Basis of tourism destination competitiveness	130
10.2. Models of tourism destination competitiveness	133
10.2.1. Conceptual model of tourism destination competitiveness	134
10.2.2. Integrated model of tourism destination competitiveness	139
THIRD PART – EVENT MANAGEMENT IN TOURISM DESTINATION	
11. TOURISM DESTINATION EVENTS	144
11.1. Events as tourism destination attraction	144
11.2. Events classification	147
11.3. Subjects involved in tourism destination event management	153
Case study: Cultural events as an attraction of urban resort Kremnica	156
12. TOURISM DESTINATION EVENT MANAGEMENT	158
12.1. Tourism destination event planning	158
12.1.1. Marketing research – situation analysis	159
12.1.2. Event goals	160
12.1.3. Event strategy	162
12.1.4. Event plan	163
12.2. Event administration and personnel service	164
12.3. Event financing	167
12.4. Event time management	171
12.5. Event results assessment	172
Case study: Scientific conference financing	173
Case study: Determination of rights and commercial benefits for folk festival sponsors	174
13. EVENT PRODUCT AND ITS COMMERCIALIZATION	176
13.1. Nature of event product and its creation	176
13.2. Segmentation and event positioning	180
13.3. Product distribution, tickets	181
13.4. Event promotion	183

13.5. Creating positive image of an event and tourism destination	184
Case study: Night exhibition of a castle as an event of regional importance	186
14. EVENT LOGISTICS	188
14.1. Event site	188
14.2. Event material and technical support	191
14.3. Event management	193
14.4. Event risk management	196
14.5. Closing of an event	199
Case study: Transport – important logistic element of Olympic Games opening ceremony in Pekin	200
BIBLIOGRAPHY	202
DESTINATION MANAGEMENT	214
CONTENT	216