

OBSAH

ÚVOD	7
1. ORGANIZOVANÉ PODUJATIA V CESTOVNOM RUCHU ... 10	
1.1. Organizované podujatia ako súčasť ponuky cieľového miesta cestovného ruchu	10
1.1.1. Taxonómia organizovaných podujatí v cestovnom ruchu ..	14
1.1.2. Produkt organizovaných podujatí v cestovnom ruchu a jeho komercializácia	31
1.2. Dopyt návštevníkov po organizovaných podujatiach v cestovnom ruchu	40
1.2.1. Faktory dopytu	43
1.2.2. Hodnotenie dopytu	50
Zhrnutie	55
2. DOPYT PO ORGANIZOVANÝCH PODUJATIACH NA SLOVENSKU58	
2.1. Agregátny dopyt obyvateľov Slovenska po organizovaných podujatiach v cestovnom ruchu	60
2.1.1. Frekvencia účasti na organizovaných podujatiach	60
2.1.2. Účasť na organizovaných podujatiach ako dominantný motív návštevy cieľového miesta	65
2.1.3. Faktory výberu organizovaných podujatí	67
2.1.4. Cena vstupenky na organizované podujatia	69
2.1.5. Motív účasti na organizovaných podujatiach	72
2.1.6. Plánovanie účasti na organizovaných podujatiach	75
2.1.7. Zdroj informácií o organizovaných podujatiach	80
2.1.8. Služby využívané v mieste konania organizovaných podujatí	83
2.1.9. Cieľové skupiny návštevníkov organizovaných podujatí	87
2.2. Uspokojený dopyt obyvateľov Slovenska po vybraných organizovaných podujatiach	92
2.2.1. Festival Bažant Pohoda	93
2.2.2. Festival humoru a satiry Kremnické gagy	97
Zhrnutie	102

3. TVORBA PONUKY ORGANIZOVANÝCH PODUJATÍ NA SLOVENSKU	105
3.1. Konceptný prístup ku koordinácii ponuky organizovaných podujatí	105
3.2. Riadenie produktu organizovaných podujatí a jeho komercializácia	118
3.2.1. Marketingový prieskum ako východisko plánovania organizovaného podujatia	119
3.2.2. Definovanie cieľov organizovaného podujatia a určenie zdrojov na ich dosiahnutie	123
3.2.3. Tvorba produktu organizovaného podujatia	129
3.2.4. Komercializácia organizovaného podujatia	137
Zhrnutie	140
ZÁVER	142
SUMMARY	147
ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV	149
PRÍLOHY	165