



MARKETING CESTOVNÉHO RUCHU

Definícia marketingu cestovného ruchu

O TEJTO TÉME:

“Marketing cestovného ruchu je súbor aktivít a stratégií, ktorých cieľom je prilákať turistov do konkrétnej destinácie (krajina, región, mesto), ubytovacieho alebo stravovacieho zariadenia, či atrakcie (hrady, zámky, prírodné parky). Podľa miesta realizácie poznáme domáci a zahraničný cestovný ruch. Podľa dĺžky účasti rozlišujeme krátkodobý a dlhodobý cestovný ruch. Forma cestovného ruchu predstavuje jeho účel.”

ČO SA DOZVIEŠ:

- čo je cestovný ruch a aké znaky mu prisudzujeme
- aké druhy a formy cestovného ruchu poznáme
- ako vysvetľujeme marketing cestovného ruchu

👉 Definícia cestovného ruchu

👉 Znaky cestovného ruchu

DEFINÍCIA CESTOVNÉHO RUCHU

Cestovný ruch predstavuje aktivity spojené s dočasnou zmenou miesta pobytu účastníka, väčšinou vo voľnom čase, za účelom regenerácie duševných a fyzických síl.

Cestovný ruch možno definovať ako dočasnú zmenu, t. j. cestovanie a prebývanie mimo miesta trvalého pobytu, spravidla vo voľnom čase, a to za účelom rekreácie, rozvoja poznania a spojenia medzi ľuďmi.

Za cestovný ruch sa nepovažuje migrácia (sťahovanie) a cesta do práce.

ZNAKY CESTOVNÉHO RUCHU

Na základe uvedených definícií môžeme identifikovať hlavné znaky cestovného ruchu:

- opustenie miesta trvalého bydliska vymedzeného katastrom obce,
- dočasný charakter (pobyt trvá najmenej 3 dni, najviac 6 mesiacov),
- aktivity sa vykonávajú prevažne vo voľnom čase,
- výkon aktivít nemá charakter pravidelnej práce pre zamestnávateľa,
- účelom cesty nie je vykonávanie zárobkovej činnosti.

DRUHY A FORMY CESTOVNÉHO RUCHU

Podľa miesta realizácie poznáme domáci a zahraničný cestovný ruch. Domáci cestovný ruch je realizovaný domácimi účastníkmi vo vlastnej krajine. Zahraničný cestovný ruch môže byť aktívny (príjazdový, tzn. realizujú ho zahraniční účastníci v domácej krajine) a pasívny (výjazdový, ktorý realizujú domáci účastníci, keď vycestujú do druhého štátu). Súčasťou aktívneho cestovného ruchu je aj tranzitný cestovný ruch, ktorý sa spája s prejazdom krajiny, je časovo obmedzený a nie je spojený s ubytovaním.

Podľa dĺžky účasti rozlišujeme krátkodobý a dlhodobý cestovný ruch. Pri krátkodobom cestovnom ruchu ide o pobyt s najviac dvomi prenocovaniami. Dlhodobý cestovný ruch predpokladá pobyt dlhší ako tri dni, najviac však pol roka.

Forma cestovného ruchu predstavuje jeho účel. Medzi základné formy cestovného ruchu patrí:

- rekreačný cestovný ruch,
- kultúrno-poznávací cestovný ruch,
- kúpeľný cestovný ruch,
- kongresový cestovný ruch,
- náboženský cestovný ruch,
- športovo-turistický, atď.

MARKETING CESTOVNÉHO RUCHU

Marketing cestovného ruchu je súbor marketingových aktivít, ktoré propagujú regióny, destinácie alebo konkrétne turistické atrakcie s cieľom prilákať turistov a podporiť ich záujem.

Marketing cestovného ruchu je súbor aktivít a stratégií, ktorých cieľom je prilákať turistov do konkrétnej destinácie (krajina, región, mesto), ubytovacieho alebo stravovacieho zariadenia, či atrakcie (hrady, zámky, prírodné parky).

Marketing cestovného ruchu je súbor procesov zameraných na vytváranie a poskytovanie hodnoty vybraným cieľovým skupinám zákazníkov a na rozvíjanie vzťahov s nimi na miestnej, regionálnej, národnej a medzinárodnej úrovni takým spôsobom, aby z nich mal prospech podnik i cieľové miesto.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?

<https://archiv.fmk.sk/obchod/?detail=24867>

<https://www.martinus.sk/940915-marketing-podnikov-cestovneho-ruchu/kniha>