

АПСТРАКТ

Културните манифестации се организираат со цел задоволување на одредени културни потреби на потрошувачите (посетителите).

Трудот преставува акционо истражување спроведено во функција на докажување на поврзаноста на маркетингот кај културните манифестации во Република Македонија со зголемување на бројот на посетители кај истите. Примената на иновативен маркетинг микс преку креирање на квалитетни настани, по прифатлива цена, дистрибуирани во вистинско време и место, промовирани на соодветен начин овозможува зголемување на бројот на посетители и зајакнување на брендот на манифестацијата во општеството.

Трудот е потенцира поврзаноста на иновативните маркетинг пакети насочени кон бизнис заедницата со зголемување на финансиските средства на истата и нејзин развој на подолг временски рок.

Третирани се применетите маркетинг концепти кај позначајните културни манифестации во Р.Македонија како Фестивалот Охридско лето, Струшките вечери на поезија и Скопско културно лето. Секако маркетинг концепциите ги компарираме со комплементарни европски манифестации и нудиме конкретни решениа од аспект на примената на маркетинг миксот. Трудот нуди конкретни предлог - решенија за начинот на примена на современата маркетинг концепција кај нашите културни манифестации и нивниот однос кон компаниите од бизнис секторот. Влијанието на културните манифестации во развојот на туризмот е силно и зависи од туроператорите во која мерка ќе ги искористат во намерата да привлечат повеќе странски туристи.

Клучни зборови: културни манифестации, маркетинг микс, производ, цена, промоција, дистрибуција, брендирање, туризам

ABSTRAKT

Cultural events are organized to meet the specific cultural needs of consumers (visitors).

This paper presents an action research conducted for the purpose of proving relationship marketing in the cultural events in the Republic of Macedonia with the increasing number of visitors among them. Application of innovative marketing mix by creating quality events at a reasonable price, distributed at the right time and place, allows appropriately promoted an increase in the number of visitors and strengthen the brand manifestation in society.

This paper is emphasized connection innovative marketing packages aimed at the business community by increasing the funds of the same and its development in a long time.

Treated applied marketing concepts among the most important cultural events in the Republic of Macedonia: Ohrid Summer Festival, the Struga Poetry Evenings and Skopje Cultural Summer. Of course, marketing concepts compare with some European events and offer concrete solutions from the point of view of the application of the marketing mix. This paper offers concrete solutions proposals for how the application of modern marketing concept in our cultural events and their relation to companies from the business sector. The impact of cultural events in the development of tourism is heavily dependent on tour operators which measure you take with the intention to attract more foreign tourists.

Keywords: cultural events, marketing mix, product, price, promotion, distribution, branding, tourism