

**A SAVARIA
TÖRTÉNELMI KARNEVÁL
2011. ÉVI
HATÁSVIZSGÁLATA**

Készítette:

Limex Kft.

Közreműködő szakértők:

Hutflesz Mihály

Hutflesz Lilla

Készült: 2012. március hó

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	3
2. A megkérdezettek demográfiai háttere	5
3. A feltett kérdések kielemezése.....	8
4. Marketingkommunikáció	8
5. Vonzerőelemzés	10
6. Látogatói csoportok.....	22
7. Turisztikai szolgáltatások igénybevétele.....	32
8. Fogyasztási szokások a Karneválon	35
9. Karneváli elégedettség	39
10. Vezetői összefoglaló és záró gondolatok	47
11. Mellékletek.....	50
1. sz. melléklet.....	50
2. sz. melléklet.....	52
3. sz. melléklet.....	52
4. sz. melléklet.....	54
5. sz. melléklet.....	56
6. sz. melléklet.....	63
7. sz. melléklet.....	64

1. Bevezetés

Jelen tanulmány a 12. alkalommal megrendezett Savaria Történelmi Karnevál vizsgálati eredményeit mutatja be. A rendezvény során összesen 521 fő személyes lekérdezésre került sor. Az adatgyűjtés a rendezvény időszakában, 2011. augusztus 26-28. között történt, helyszíni, véletlenszerű lekérdezéssel, kérdezőbiztosok közreműködésével. A válaszadók 0,4%-a pénteken (2011.08.26.), 48,6%-a szombaton (2011.08.27.), 47,6%-a vasárnap (2011.08.28.) került lekérdezésre.

Tömör összegzés

Marketingkommunikáció

- A megkérdezettek kicsivel több, mint a fele szombathelyi, ők azok, akik nem csak ismerik a rendezvényt, hanem sok esetben annak aktív szereplői is.
- A második legnagyobb csoportot a visszatérő vendégek képezik, ők a karneválturisták. A rendezvény számára ők a legfontosabb célcsoport, mivel fogyasztásukkal ők járulnak hozzá leginkább a helyi gazdaság fejlesztéséhez.
- A Karnevál legértékesebb kommunikációs csatornája az elégedett vendég által kifejtett pozitív szájreklám. Ebben továbbra is töretlen a Savaria Történelmi Karnevál.
- A rendezvény kapcsán érdemes továbbra is integrált marketingkommunikációt folytatni, vagyis különböző célcsoportokat különböző kommunikációs eszközökkel elérni.

Vonzerő

- A válaszadók 60%-a a **programokat** említette kiemelt vonzerőként. Ez a Karnevál jelene és jövője szempontjából mindenképpen pozitív és elég meggyőző eredmény.
- A második legfontosabb vonzerő az említések sorában a **szórakozás, pihenés és kikapcsolódás lehetősége** volt (39%).
- A harmadik legfontosabb vonzerőnek a Karnevál **atmoszféráját, különleges hangulatát** említették (39%) a megkérdezettek.

Látogatói csoportok

Három látogatói csoportot különítettünk el.

- **Elsőkarneválos:** azok a látogatók, akik a 2011-es eseményen voltak először karneválturisták.
- **Törzslátogató:** az eddigi 12 rendezvényből legalább 8-12 alkalommal itt voltak az eseményen.
- **Visszatérők:** azok a karneválturisták, akik már 2-7 alkalommal jártak a Karneválon.
- A megkérdezettek 45 %-a (237 fő) nem helyi lakos.

- A Karnevál látogatottságáról összességében megállapítható, hogy a rendezvénysorozat ismert és kedvelt a belföldi turisták körében.
- A látogatói szerkezetben a karneválturisták létszámának növekedése volt tapasztalható az elmúlt évhez képest.
- Földrajzilag Budapest és a dunántúli megyék jelentik az elsődleges küldő piacot.
- Továbbra sincs elmozdulás a külföldi vendégkör létszámában.
- A nem szombathelyiek 70%-a kifejezetten a Savaria Karnevál végett jött a városba.
- A Savaria Karnevál egy közösségi rendezvény, hiszen a látogatók nagy része családjával, barátaival, ismerőseivel, munkatársaival érkezett a Karneválra.
- A válaszadók átlagosan 7 alkalommal jártak a Karneválon.
- A Savaria Történelmi Karnevál látogatói potenciálja a fővárosban és a vidéki nagyvárosokban van.
- A válaszadók átlagosan 2 napon vesznek részt a Savaria Karnevál programjain.

Turisztikai szolgáltatások igénybevétele

- A megkérdezettek 56%-a töltött el vendégéjszakát a településen. A válaszadók átlagosan 2 vendégéjszakát töltöttek itt.

Fogyasztási szokások

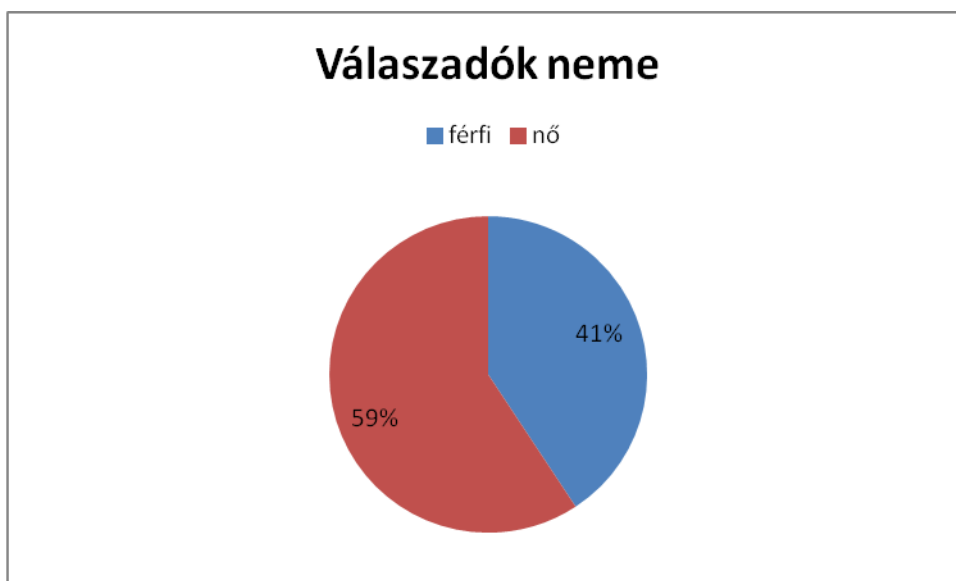
- A válaszadók átlagosan a vendéglátásra költötték a legtöbbet (~ 4000 Ft-ot), míg a Karneválon kívüli egyéb programokra a legkevesebbet (~ 300 Ft-ot).
- A válaszadók háromnegyede ételre és italra költött, míg a megkérdezettek fele valamilyen ajándékot vitt haza.

Karneváli elégedettség

- A turistákban a Karneválról kialakult kép (imázs) rendkívül pozitív töltetű.
- A Savaria Történelmi Karnevál büszke lehet arra, hogy a karneválturisták rendre pozitív ítéletet alkotnak a rendezvénysorozatról. A Karnevál magas színvonalú, jól szervezett programja magas fokú elégedettséget hoz évről évre.
- A Karnevál városmarketingben játszott szerepe nyilvánvaló.

2. A megkérdezettek demográfiai háttere

A válaszadók 59%-a férfi, 41%-a nő.

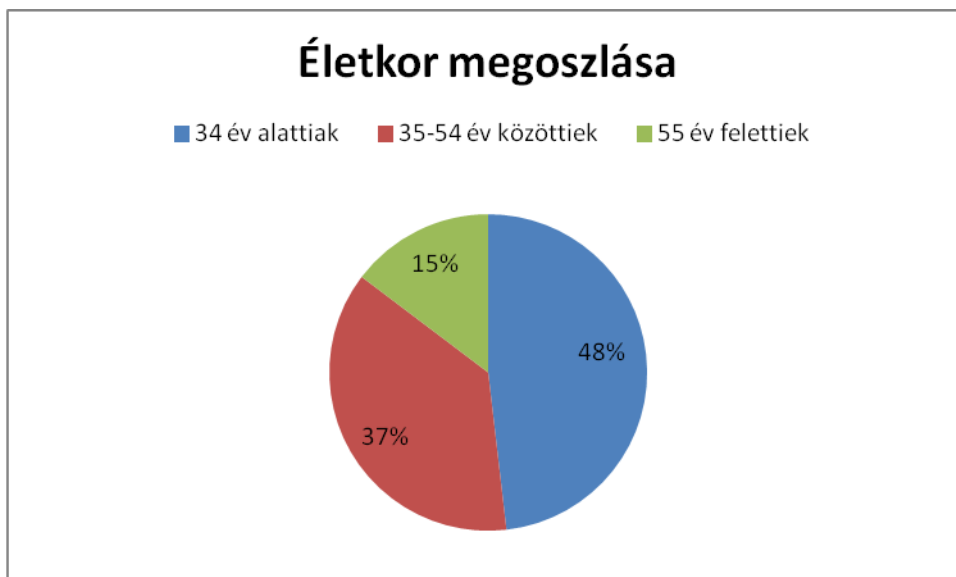


A legmagasabb iskolai végzettség (felsőfokú) adja a válaszadók 52%-át. A megkérdezettek 42%-a középfokú, 6%-a alacsony fokú iskolai végzettséggel rendelkezik.



Az életkor szerinti csoportosítás (egészségesen) vegyes képet mutat. A Karnevál családi rendezvényként pozícionálta magát, és ennek eredménye tükröződik vissza a látogatók korszerkezetében. Ezt nem csak a 2011-es felmérés, hanem a korábbi évek vizsgálati eredményei is visszaigazolják.

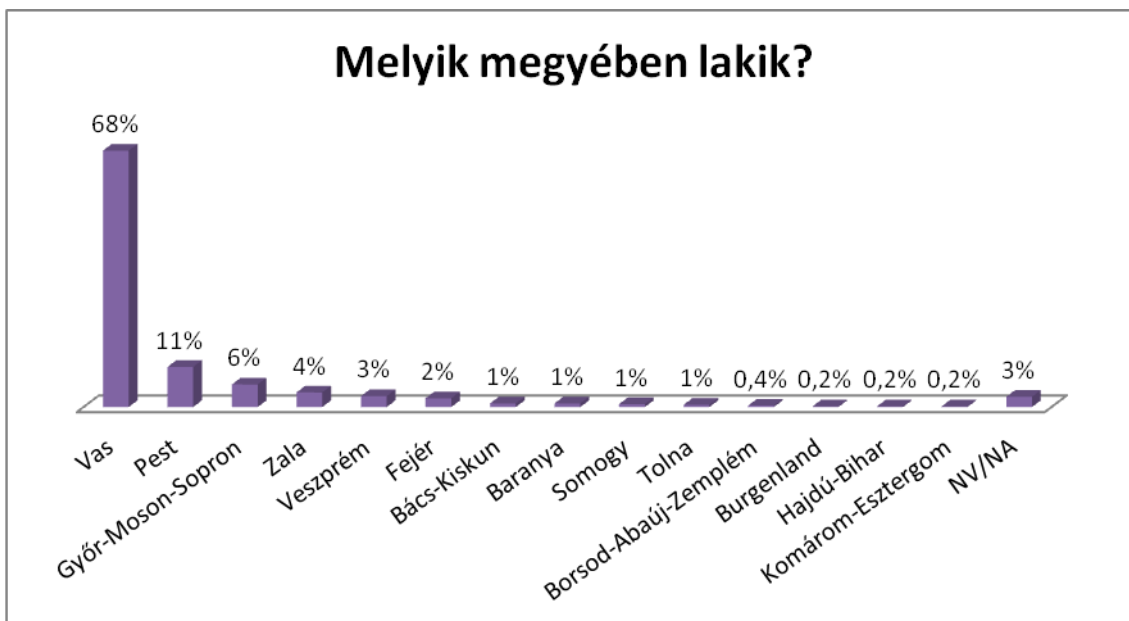
Életkor		
Kategóriák	Válaszadók (fő)	%
34 év alattiak	250	48%
35-54 év közöttiek	192	37%
55 év felettiak	75	15%
Összesen	517	100%



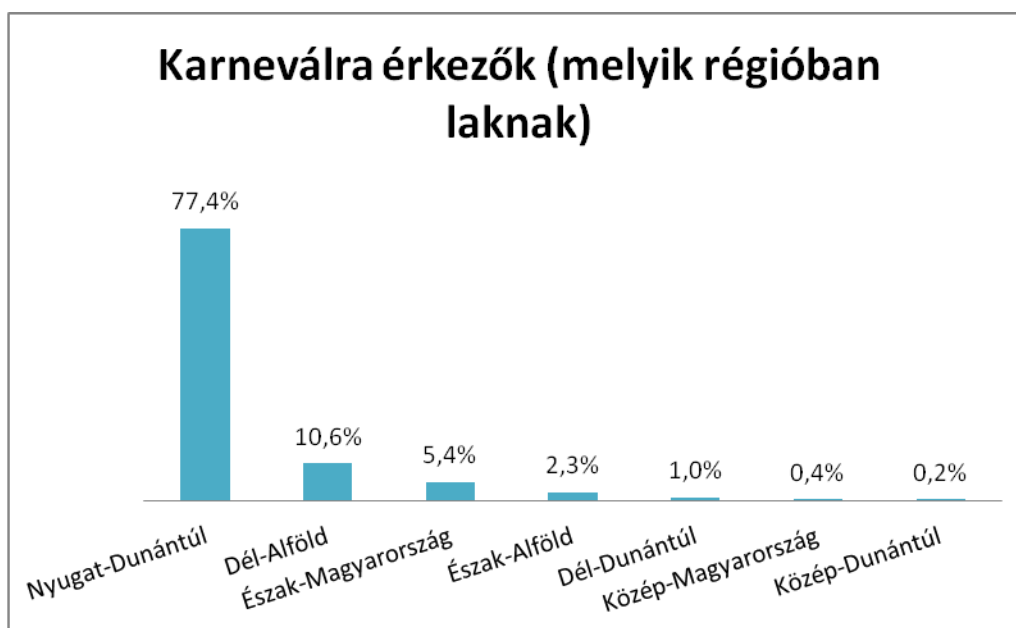
A válaszadók átlagéletkora 37 év. A megkérdezettek között a legfiatalabb 12, a legidősebb 84 éves volt. A Mellékletben részletesen megtalálható a válaszadók életkor szerinti megoszlása.¹

Az alábbi diagramokon láthatók a válaszadók lakóhely szerinti megoszlása.

¹ Ld.: 1. sz. melléklet



A fenti ábrán látható, hogy Vas megye után Pest megyében, és a Nyugat-dunántúli régióban élők érkeztek a Karneválra.





Ahogy a fenti oszlopdiagram is mutatja, a megkérdezettek döntő többsége megyeszékhelyről érkezett.

3. A feltett kérdések kiemlézése

Összesen 521 fő lekérdezésére került sor. A kérdések nagy részénél ezt az 521 főt tekintjük majd 100%-nak. Ahol eltérés van, az adott kérdésnél jelzésre kerül. Az NV/NA minden esetben a nem válaszolók arányát jelzi. Az N az érvényes minta elemszámot mutatja. Az adatok rögzítése számítógépes program segítségével történt (SPSS).

4. Marketingkommunikáció

1. kérdés: Honnan értesült a rendezvényről, fesztiválról?

A megkérdezettek több válaszlehetőséget is megjelölhettek. Ahogy a diagramon látható, a megkérdezettek kicsivel több, mint fele helybeli, aki ismeri a rendezvényt. A turisztikai esemény ismertsége az ő esetükben 100%-os. Ők azok, akik egész évben nyomon követhetik a helyi híradásokból a történéseket, a felkészülést. Sok esetben ők aktív résztvevői is a rendezvény formálásának, karaktere alakításának.

A kutatás szempontjából sokkal izgalmasabb a második legnagyobb csoport: „visszatérő vendége vagyok a fesztiválnak, ismerem”. Ők azok, akik elégedettek a rendezvénnyel és az évek során folyamatosan ellátogatnak Szombathely történelmi eseményére. Ők a karneválturisták. A rendezvény számára a legfontosabb célcsoport, mivel fogyasztásukkal ők járulnak hozzá leginkább a helyi gazdaság fejlesztéséhez és – elégedettségük esetén – a szájreklámon keresztül pozitív szószólói a Savaria Történelmi Karneválnak. Ilyen módon természetesen a városmarketingben játszott szerepük is kiemelkedő. A Karnevált látogatók közel fele (40%) ilyen vendég, ami 7%-os növekedést (33%) jelent az előző évhez képest. Ez a növekedés mindenképpen hibahatáron felüli elmozdulást jelent.

A harmadik helyen lévő mértékadó csoport (22%) személyes ismerőstől, rokontól, barától tájékozik a rendezvényről. 2010-hez viszonyítva 1,3%-kal csökkent ezen csoport részaránya, azonban ez hibahatáron belüli változás.

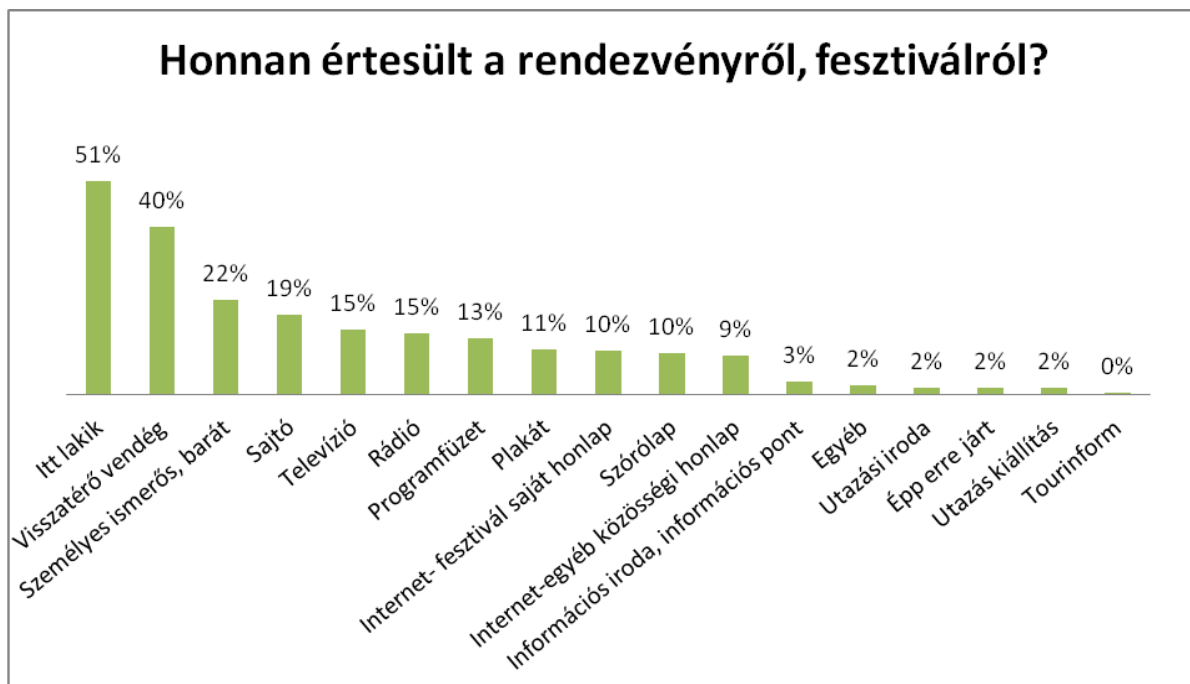
Ezt követően jönnek a klasszikus tömegkommunikációs eszközök: nyomtatott sajtó (19%), televízió (15%), rádió (15%). Összességében a megkérdezettek 49%-a jelölte ezeket a kommunikációs csatornákat.

A rendezvénygazda saját kommunikációs kiadványai képeznek egy újabb csoportot. A programfüzet, plakát, szórólap összességében 34%-os találatot kapott a megkérdezettek részéről. Ez az érték az elmúlt évhez képest csökkenést mutat, de ez összefügghet az ilyen típusú kiadványok megjelenési számának csökkenésével is. (Következésképpen kevesebb emberhez juthattak el ezek az anyagok, így az azt olvasók mintába való bekerülésének esélye is csökkent.) Az internet továbbra is mértékadó: saját honlap 10%, egyéb közösségi honlap 9%.

Továbbra sincs áttörés az utazási iroda, Tourinform Iroda vonatkozásában. Egy-két százalékos említés történt velük kapcsolatosan.

Összességében megállapítható, hogy a rendezvény kapcsán érdemes továbbra is integrált marketingkommunikációt folytatni. Mindegyik esetben más-más elemre érdemes helyezni a hangsúlyt, és más-más kommunikációs eszközt kell bevonni. Ugyanakkor tekintetbe kell venni, hogy a Karnevál legértékesebb kommunikációs csatornája az elégedett vendég által kifejtett pozitív szájreklám. Ez a 2002 óta folyó karneváli felmérések mindegyikében visszaköszönő jelenség. Ez a rendezvénytermék magas színvonalával és a rendezés kiváló minőségével függ össze. Tekintettel arra, hogy a Karnevál látogatottsága, és azon belül ezen karneválturisták száma magas, érdemes volna ezt az elégedett vendégkört a városmarketing számára is felfedezni és kiaknázni. A Karneválnak – és rajta keresztül a városnak – ez egy plusz hozzáadott értéke lehet a későbbiekben.

Az alábbi diagram részletesen is bemutatja a megkérdezettek által megjelölt választásokat.



5. Vonzerőelemzés

2. kérdés: *Mi vonzotta a rendezvényre, fesztiválra?*

A válaszadóknak ennél a kérdésnél 14 féle szempontból kellett kiválasztaniuk azt a hármat, amely a rendezvényre vonzotta. Ezt a hármat is rangsorolniuk kellett 1., 2. és 3. helyre. Az alábbi táblázatokban láthatók az eredmények.

Az alábbi (1. legfontosabb vonzerő) táblázat az első ranghelyre leadott „szavazatokat” és százalékokat mutatja. Látható, hogy a „reklámok” kivételével minden szempont kapott legalább egy jelölést. A kutatás szempontjából természetesen az első csoport a meghatározó. Az első említések között a **programokat** (35%) mondták a legtöbben. Ez a Karnevál számára mindenképpen pozitív és elég meggyőző eredmény. Szignifikáns eltérés van a programok és az azt követő fesztivál jellege, atmoszférája, stb. között. Az alábbi táblázat számszakilag és százalékosan is megmutatja az egyes válaszokat.

1. legfontosabb vonzerő		
szempontok	fő	%
programok	182	35%
fesztivál jellege	80	15%
atmoszféra, különleges hangulat	50	10%
közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal	49	9%
közös családi együttlétre ad lehetőséget	44	8%
szórakozás, pihenés, kikapcsolódás lehetősége	34	7%

egyéb	19	4%
a rendezvény által kínált életforma	18	3%
művészekkel való találkozás	17	3%
környék természeti és kulturális látnivalói	11	2%
ismerősök ajánlásai	11	2%
kedvező jegyárak	6	1%
a rendezvény környékén található szálláshelyek, vendéglátóhelyek	1	0%
reklámok	0	0%

A második legfontosabb vonzerő az említések sorában a **szórakozás, pihenés** volt (86 fő – 17%). Itt további 2. vonzerőként említették az atmoszférát, valamint a közös kikapcsolódás lehetőségét a családdal és a barátokkal. Érdekes, hogy itt nincs éles elkülönülés az első és az azt követő szempontokra adott válaszok számában.

2. legfontosabb vonzerő		
szempontok	fő	%
szórakozás, pihenés, kikapcsolódás lehetősége	86	17%
atmoszféra, különleges hangulat	82	16%
közös családi együttlétre ad lehetőséget	66	13%
közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal	64	12%
programok	59	11%
fesztivál jellege	56	11%
művészekkel való találkozás	31	6%
környék természeti és kulturális látnivalói	15	3%
a rendezvény környékén található szálláshelyek, vendéglátóhelyek	12	2%
a rendezvény által kínált életforma	11	2%
kedvező jegyárak	9	2%
ismerősök ajánlásai	8	2%
egyéb	7	1%
reklámok	5	1%

A harmadik legfontosabb vonzerőnek a **szórakozás, pihenés, kikapcsolódás lehetőségét** említették a megkérdezettek. Itt is megfigyelhető az élboly egyfajta kiegyensúlyozottsága.

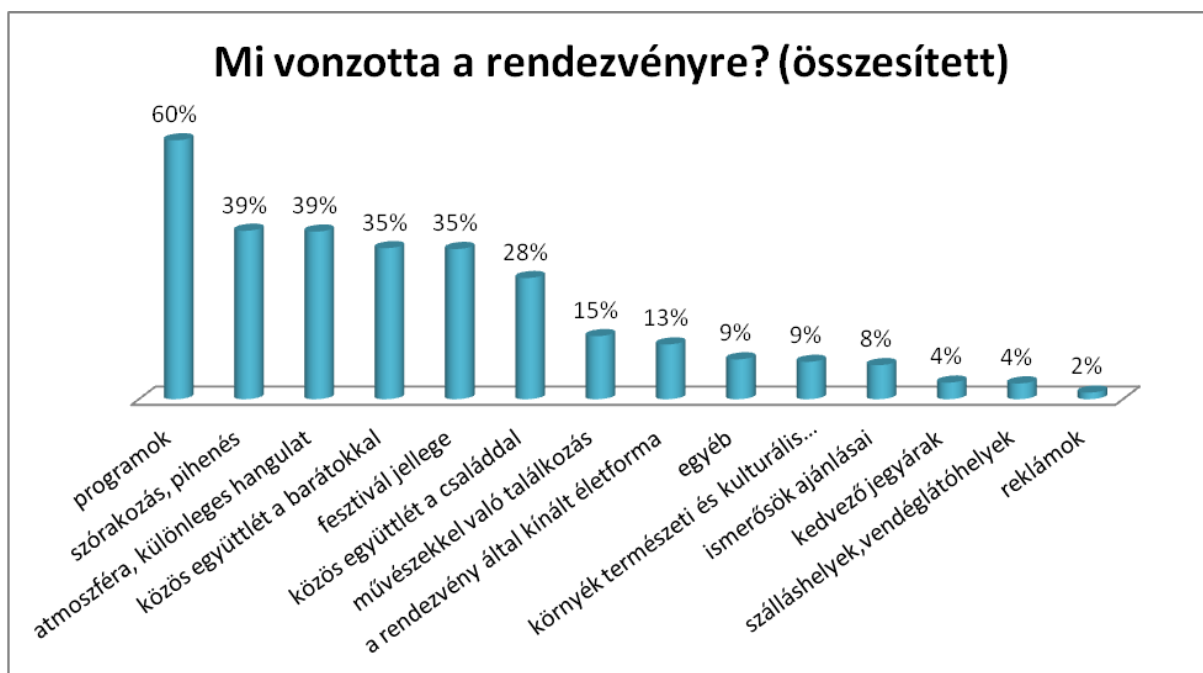
3. legfontosabb vonzerő		
szempontok	fő	%
szórakozás, pihenés, kikapcsolódás lehetősége	83	16%
programok	71	14%
atmoszféra, különleges hangulat	70	13%
közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal	69	13%
fesztivál jellege	45	9%

a rendezvény által kínált életforma	37	7%
közös családi együttlétre ad lehetőséget	36	7%
művészekkel való találkozás	28	5%
ismerősök ajánlásai	22	4%
egyéb	22	4%
környék természeti és kulturális látnivalói	19	4%
a rendezvény környékén található szálláshelyek, vendéglátóhelyek	6	1%
kedvező jegyárak	5	1%
reklámok	3	1%

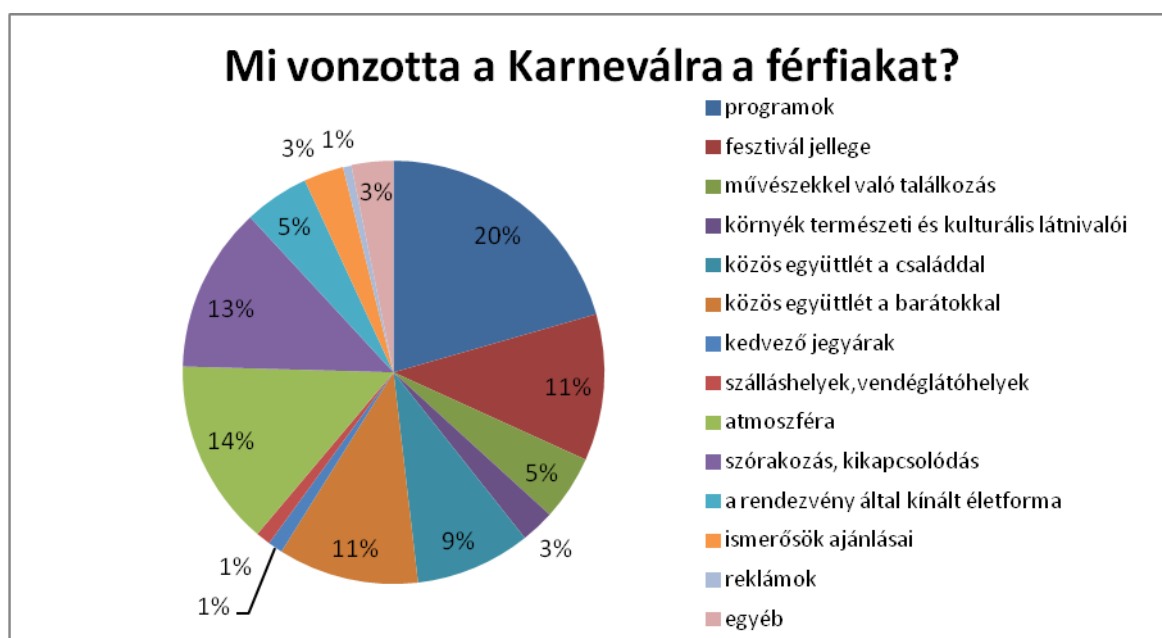
Az alábbi táblázatban a vonzerőkre adott voksok **összesített adatai** láthatók. Vagyis azt mutatja, hogy az 521 lekérdezett karneváli látogató válaszai miként oszlanak meg az ismert szempontok alapján, függetlenül attól, hogy 1., 2. vagy 3. ranghelyre sorolták be az egyes vonzerőket. Elmondható, hogy a válaszadók döntő többsége (60%) a programok miatt érkezett a Karneválra. A megkérdezettek körülbelül 30-40%-át a szórakozás, a pihenés, a rendezvény atmoszférája, valamint a családdal és a barátokkal való együttlét lehetősége vonzotta az eseményre. Az **első hat hely** jelenti a Karnevál legfontosabb megkülönböztető jegyeit, karakterét, vonzerejét. A vonzerő versenyképességi kategória. A Karnevál piacképességében, a versenytárs rendezvényektől való megkülönböztetésében ezeknek van kiemelkedő szerepe. Azt, hogy a 2011-es, sorrendben a 12. Karnevál alkalmával is ezeket látják a vendégek, mint a Karneválra jellemző kiemelkedő vonzerő, jól visszaigazolja a Karnevál beágyazottságát, pozícionálását. A 2002-től folyó véleményvizsgálatok ezt minden alkalommal egyértelműen jelenítették meg. A rendezvény vonzereje töretlen, amit az elsőkarneválosok és a törzslátogatók volumene és aránya is alátámaszt.

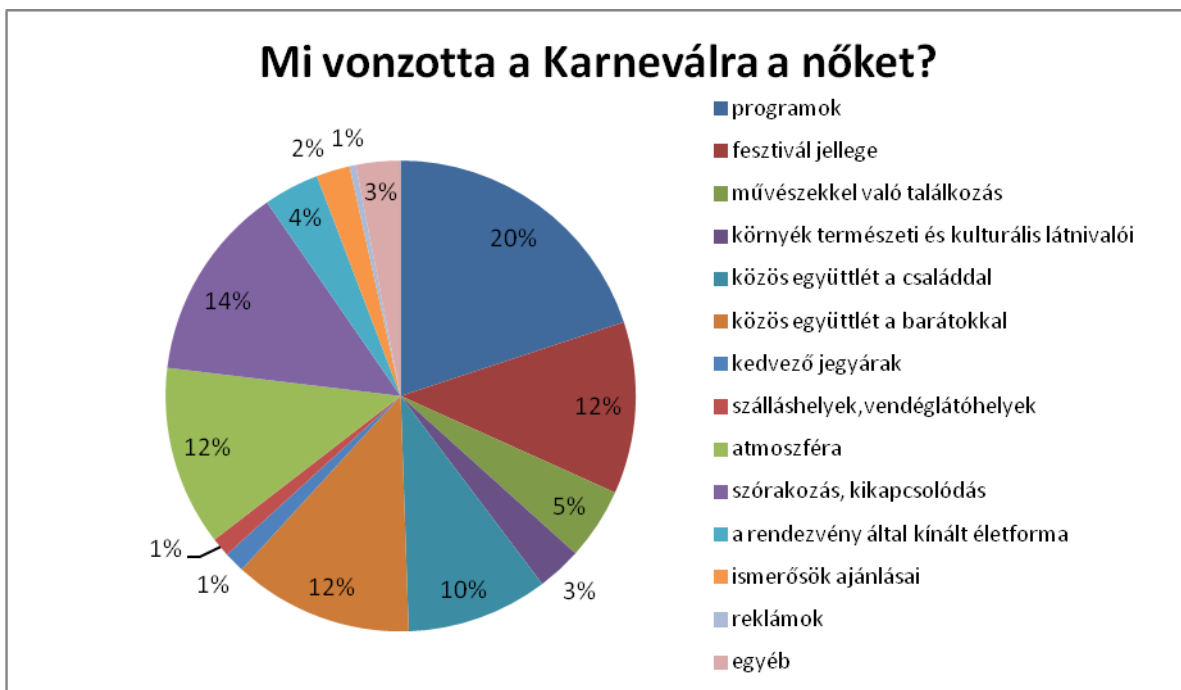
Összesített táblázat		
szempontok	fő	%
programok	312	60%
szórakozás, pihenés, kikapcsolódás lehetősége	203	39%
atmoszféra, különleges hangulat	202	39%
közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal	182	35%
fesztivál jellege	181	35%
közös családi együttlétre ad lehetőséget	146	28%
művészekkel való találkozás	76	15%
a rendezvény által kínált életforma	66	13%
egyéb	48	9%
környék természeti és kulturális látnivalói	45	9%
ismerősök ajánlásai	41	8%
kedvező jegyárak	20	4%
a rendezvény környékén található szálláshelyek, vendéglátóhelyek	19	4%
reklámok	8	2%

A fenti táblázatot diagram formájában is bemutatjuk.

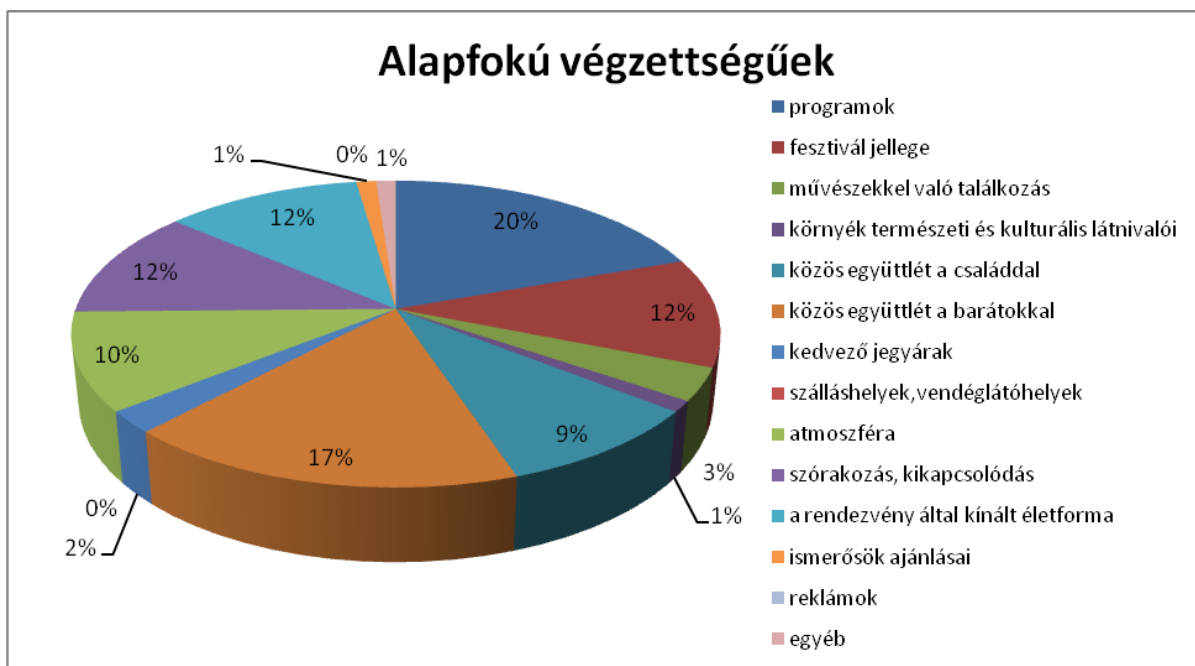


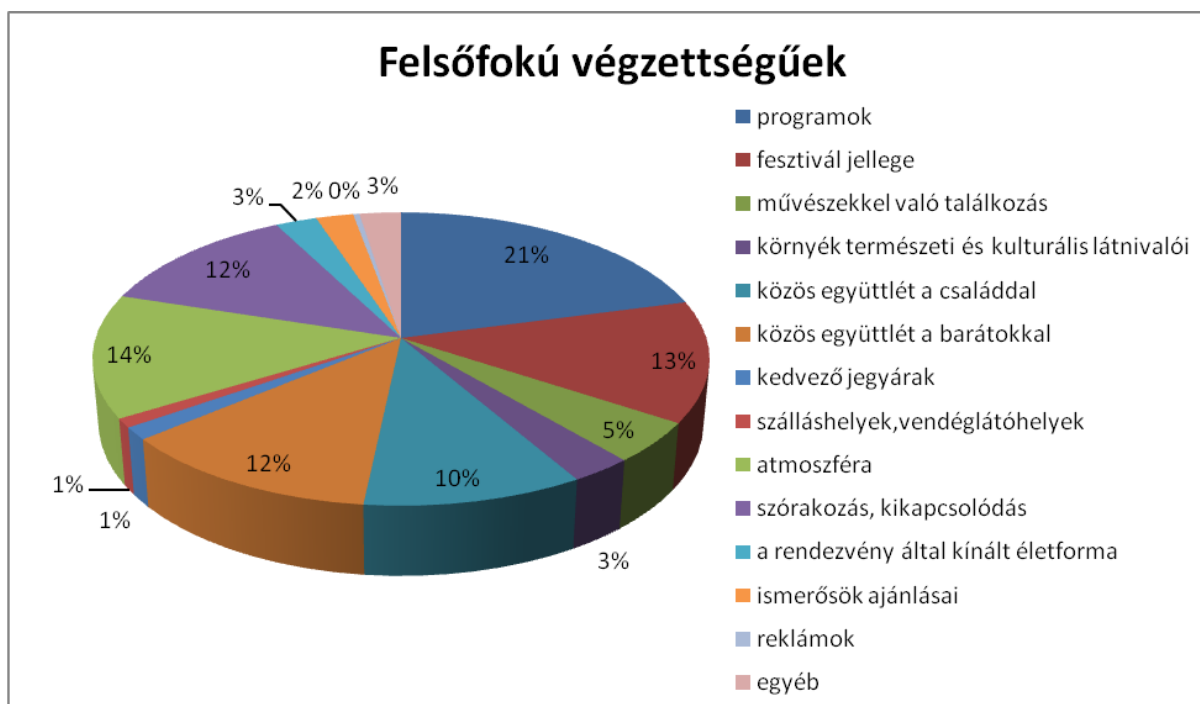
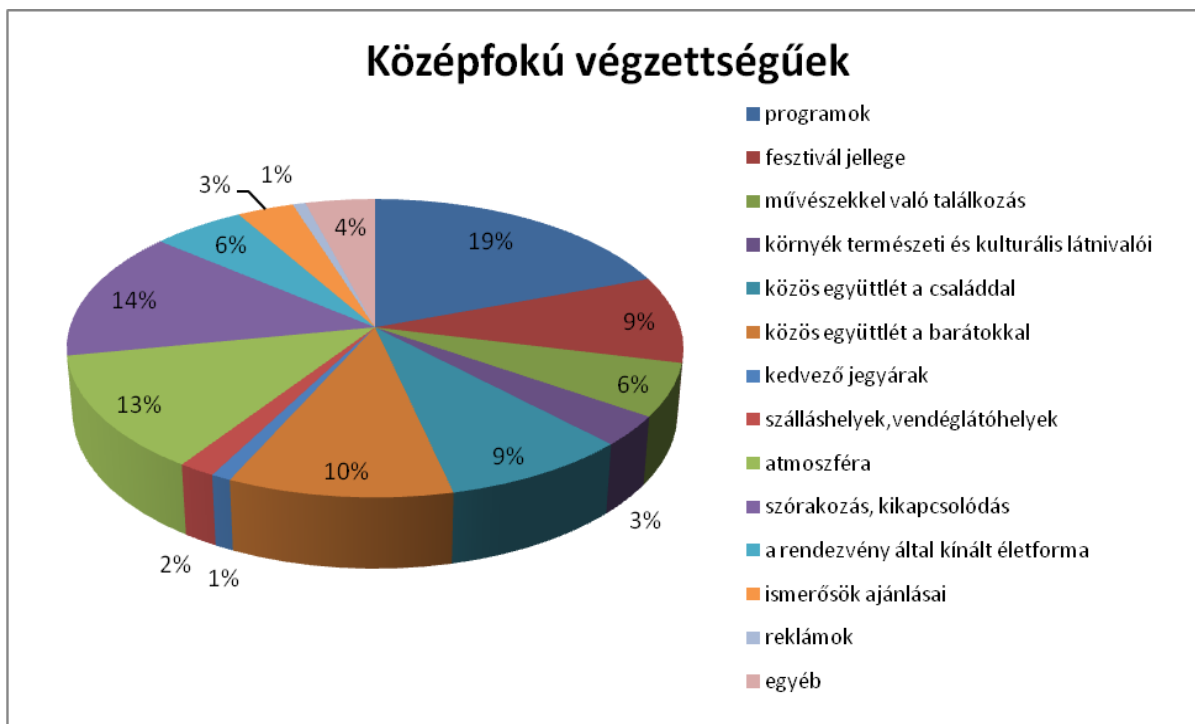
A vonzerő elemzése során érdemes azt is megvizsgálni, hogy miként alakul ez a választás az egyes látogatói csoportok esetében. A következő diagramokon az egyes látogatói csoportok vonzerő preferenciáit láthatjuk.



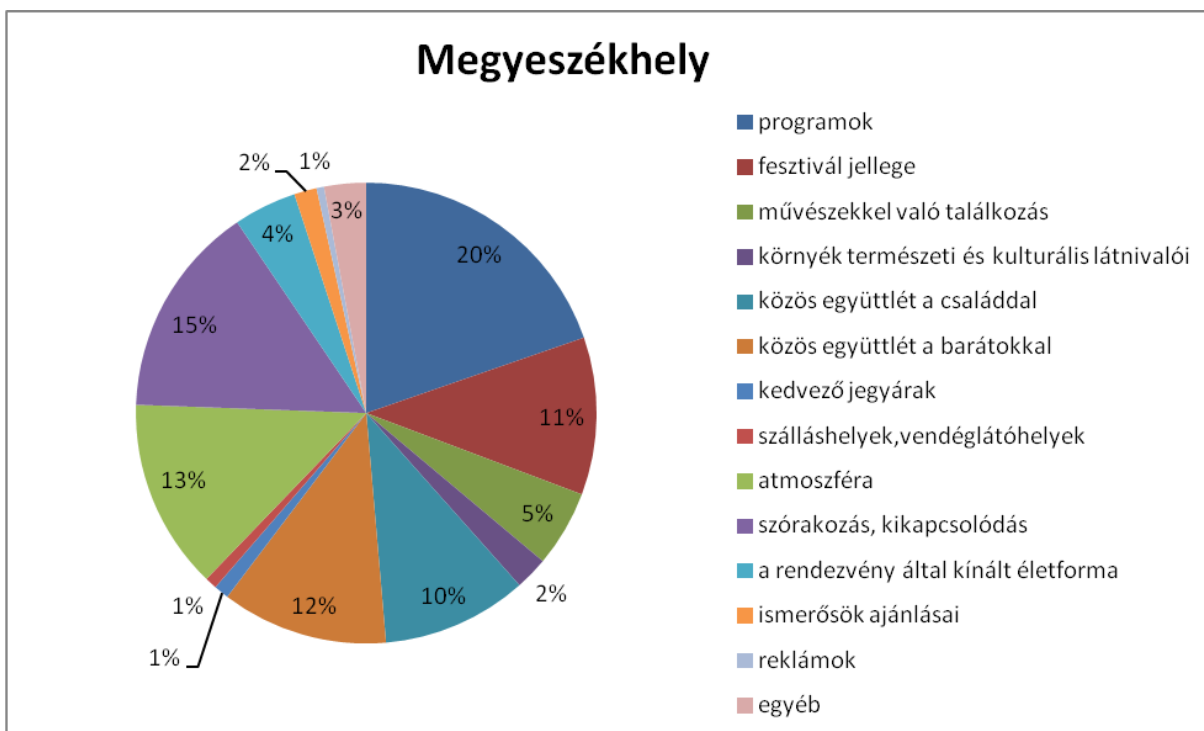
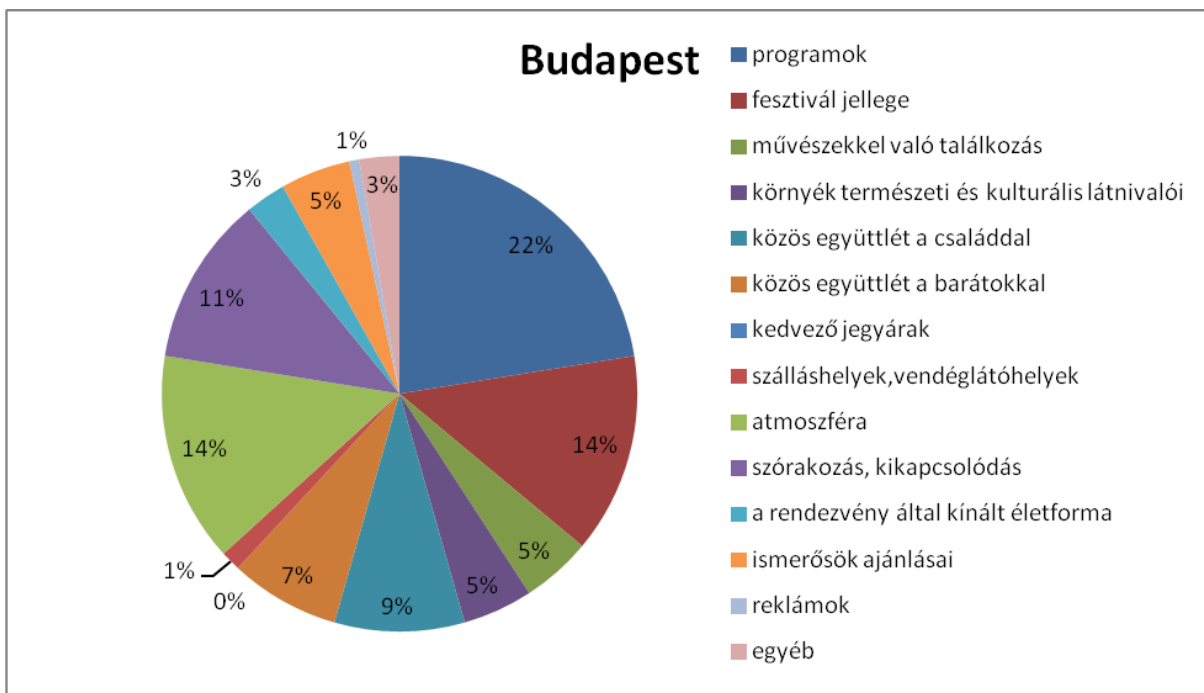


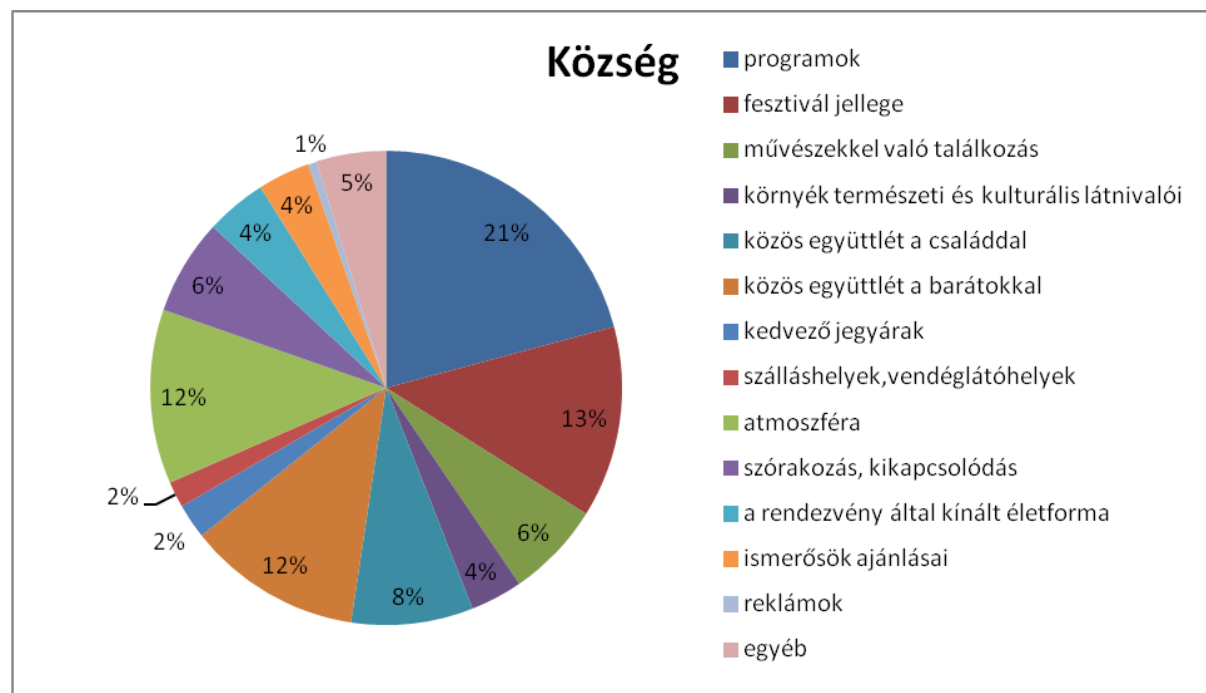
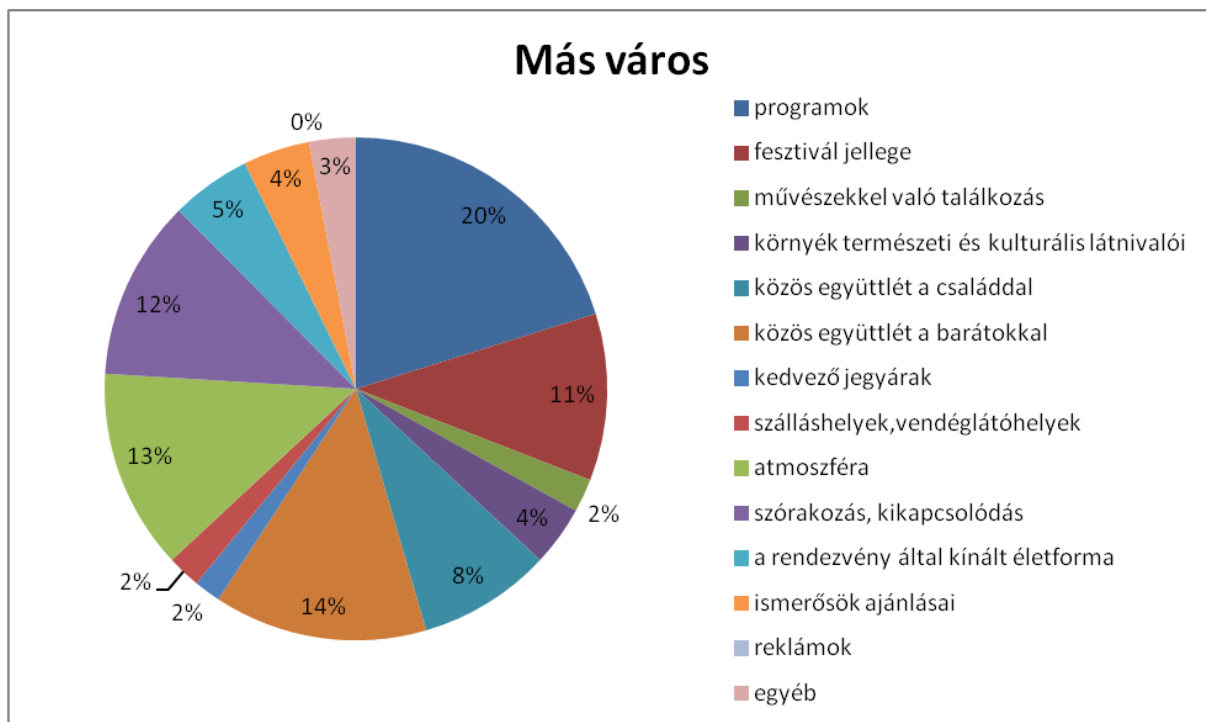
A következő 3 diagramon az iskolai végzettség szerinti csoportok eredményei láthatóak.





A lakóhely szerinti eredményeket láthatjuk a következő ábrákon.

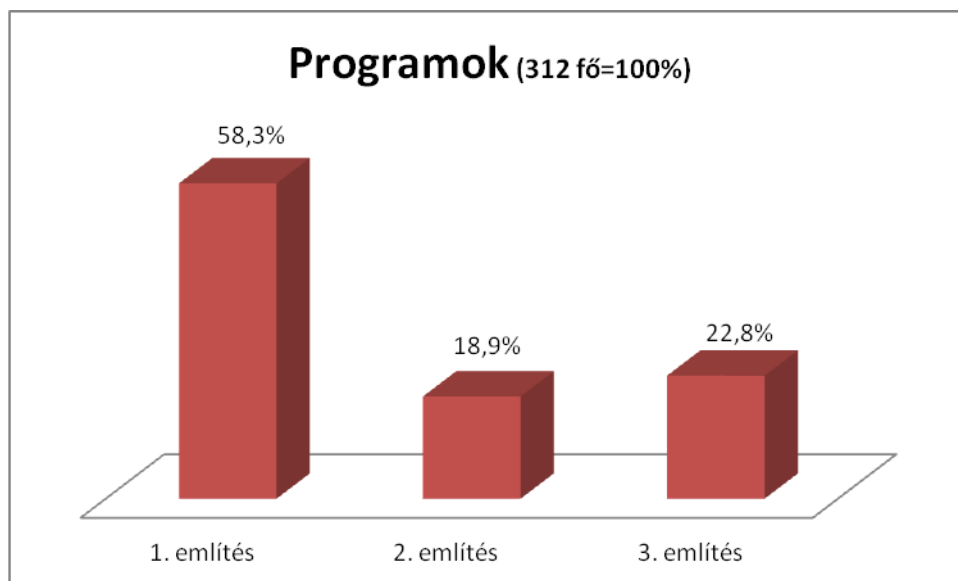




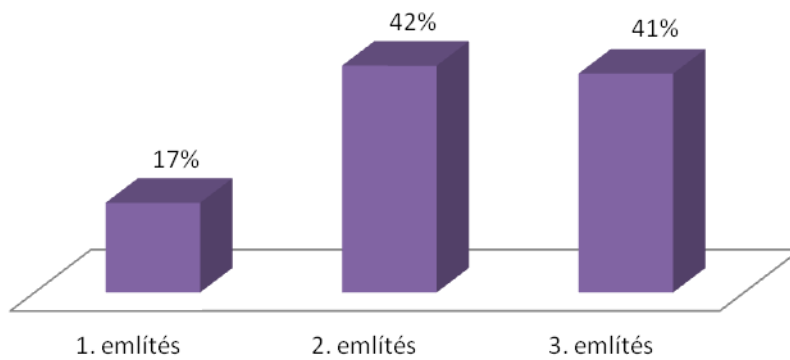
Az egyéb (9%) válaszok az alábbi táblázatban láthatók. Ezek nagy része is besorolható lenne a további 13 kategória valamelyikébe, különösen erősítve a programok, a szórakozás, a kikapcsolódás választási lehetőségeket.

Egyéb vonzeró	Említés (db)
gyerekprogramok	12
felvonulás	10
borutca	5
vásár	4
bor	1
érdeklődés a város iránt	1
fáklyás felvonulás	1
kiállítás	1
kiállítók	1
kíváncsiság	1
korábbi évek élménye	1
megközelítés	1
sör	1
sör, bor, pálinka, töki pompos	1
színház	1
történelmi témapark programjai	1

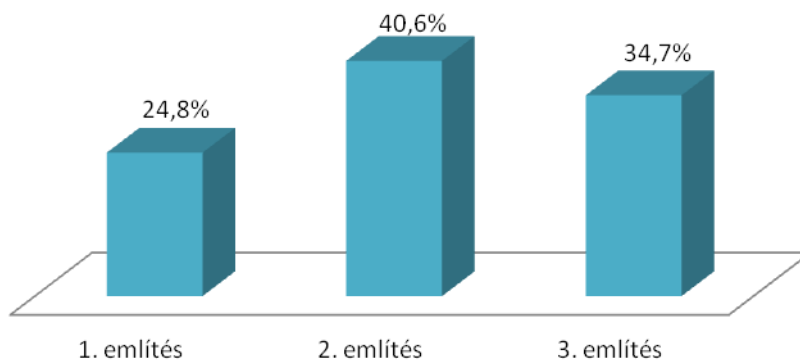
A vonzeróelemzés egy másik összefüggésére hívja fel a figyelmet az alábbi diagramsor. A vonzerólista **összesített táblázatának** első hat helyén lévő választásokat mutatják egyenként ebben a sorrendben a diagramok. Mindezt oly módon, hogy az első oszlop az 1. ranghelyen történő említés nagyságát, a második oszlop a 2., a harmadik oszlop pedig a 3. helyen történt említés mértékét mutatja meg. Zárójelben látható az egyes válaszok összesített száma. A „programok”-ra összesen 312 szavazat érkezett az 521 megkérdezettől. Közülük közel 60% első helyen, 19% második helyen, 23 % pedig 3. helyen említette ezt a vonzerót.



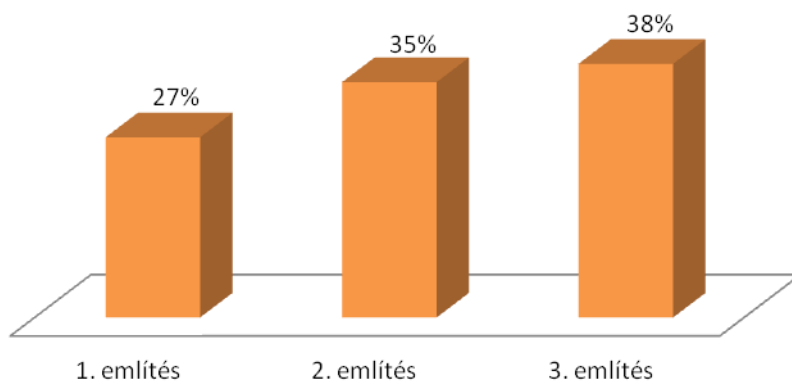
**Szórakozás, pihenés, kikapcsolódás
lehetősége (203 fő=100%)**



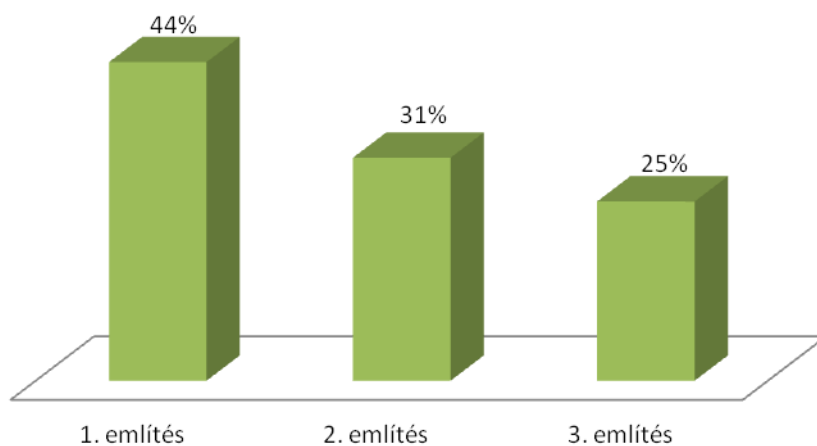
**Atmoszféra, különleges hangulat
(202 fő=100%)**

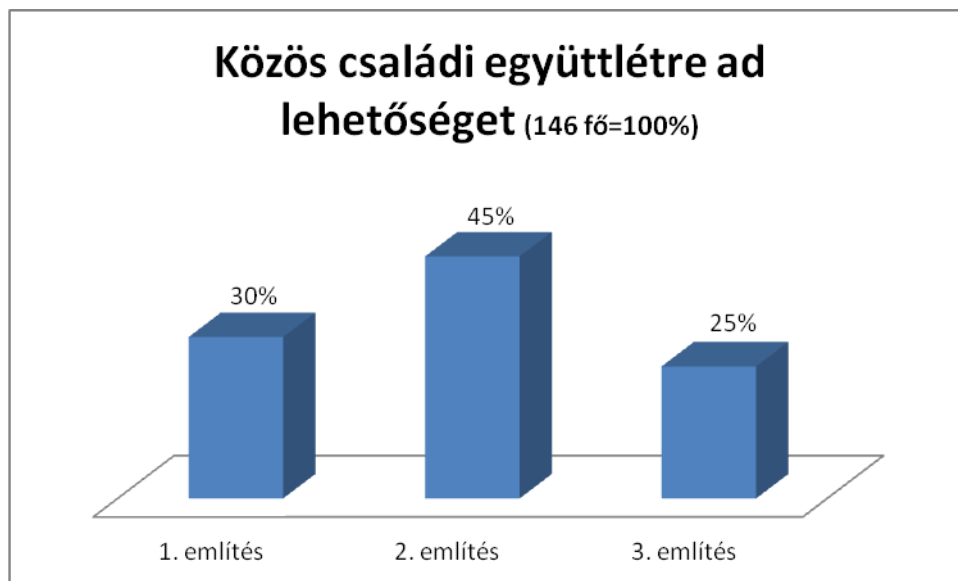


Közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal (182 fő=100%)

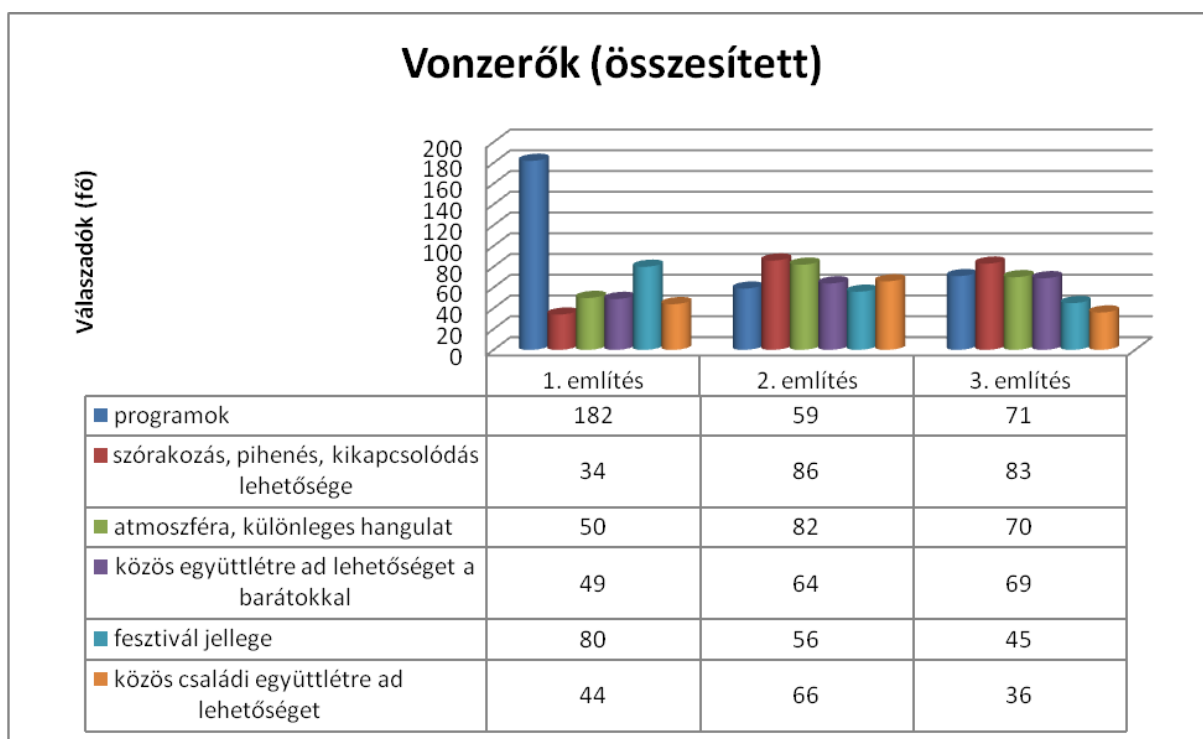


Fesztivál jellege (181 fő=100%)

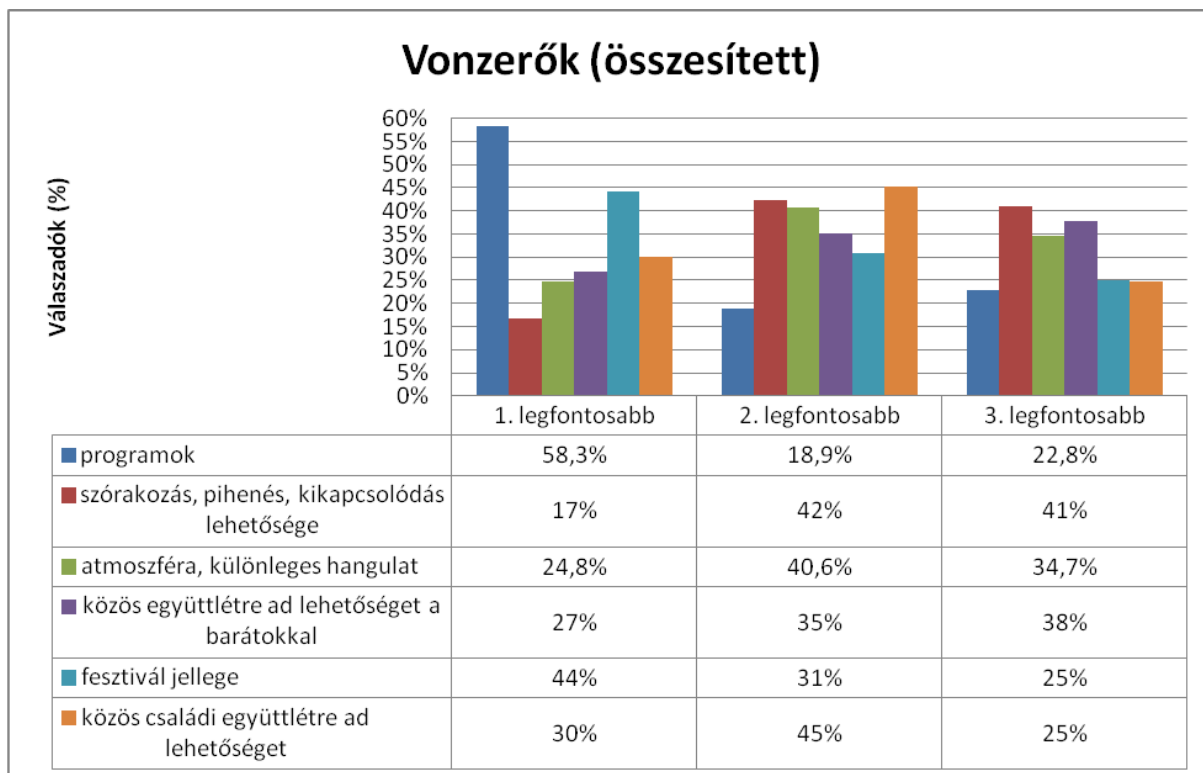




Az alábbi két diagram összesítve ábrázolja a 6 releváns vonzerő és a látogatók motivációs összefüggéseit.²



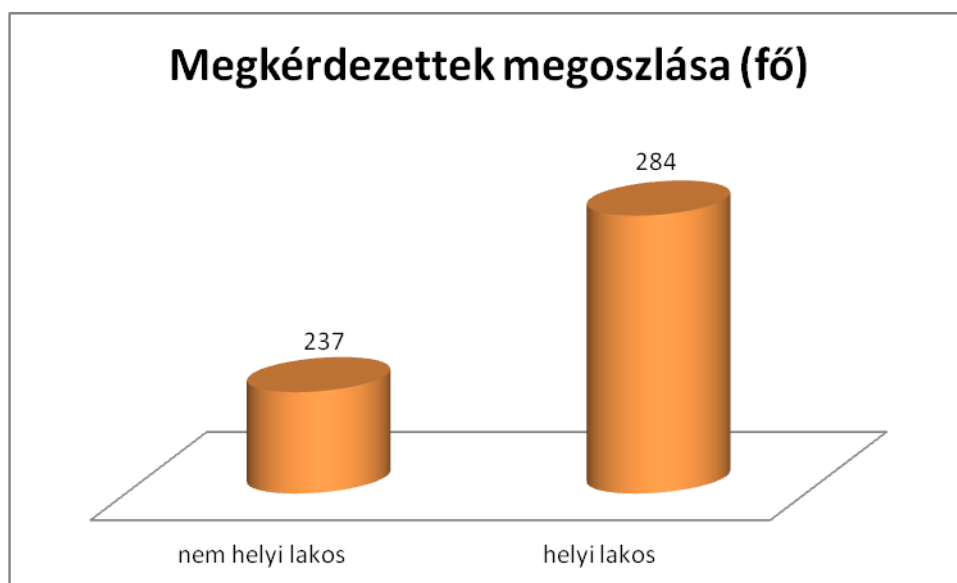
² A teljes mintára vetített összefüggéseket a 2. sz. mellékletben közöljük.

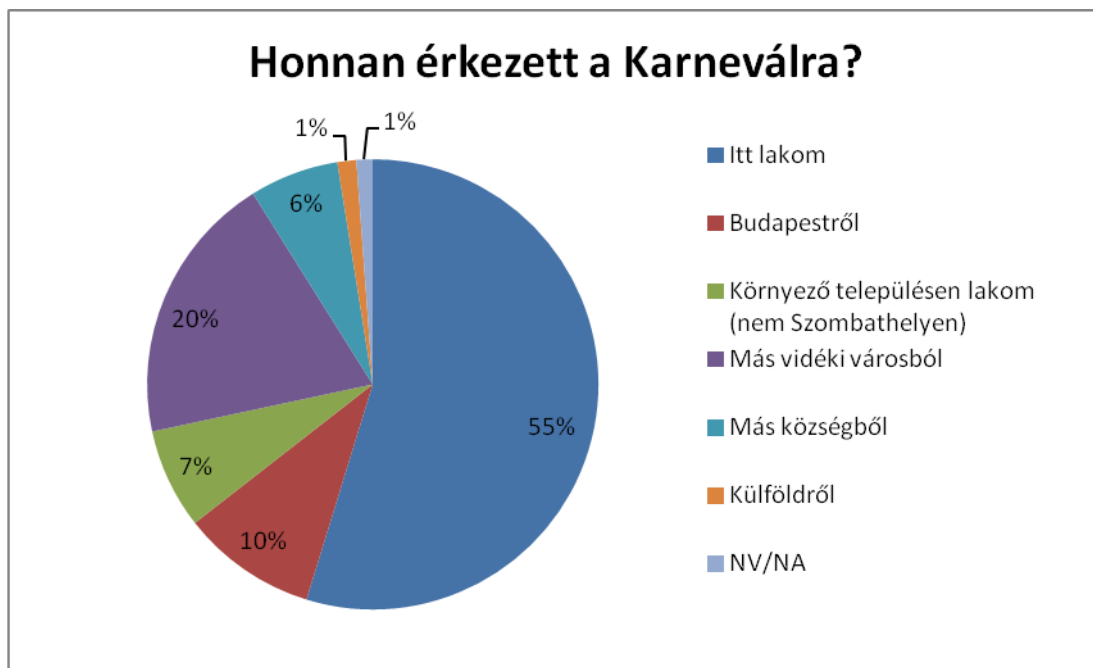


6. Látogatói csoportok

3. kérdés: Honnan érkezett a fesztiválra/rendezvényre?

A rendezvény látogatócsoportjai jó betekintést engednek a küldő piacok meghatározásához. A megkérdezettek 45 %-a (237 fő) nem helyi lakos.





Ahogy a fenti kördiagramon látható, a válaszadók 55%-a szombathelyi lakos, míg további 7% városkörnyéki volt. A megkérdezettek 10%-a Budapestről érkezett. A válaszadók ötöde más városból, míg 6%-uk más községből érkezett. A Mellékletben megtalálható, hogy mely városokból és községekből érkeztek az idelátogatók.³

A megkérdezettek közül 7 fő érkezett külföldről.

Ország	Válaszadók száma (fő)
Ausztria	3
Szlovákia	2
Németország	1
Szerbia	1

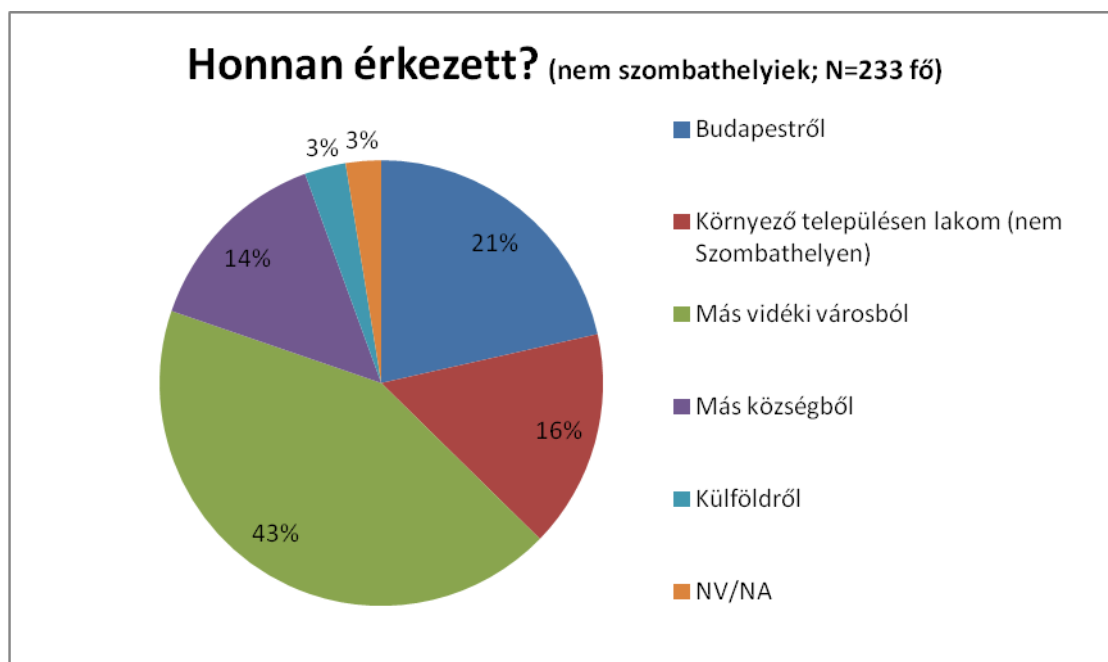
A Karnevál látogatottságáról összességében megállapítható, hogy a rendezvénysorozat ismert és kedvelt a belföldi turisták körében. A város – ezekben a napokban – minden évben „megtelik” az idelátogató vendégekkel. Az elmúlt évhez képest a látogatói szerkezetben a karneválturisták létszámának növekedése tapasztalható. A szombathelyiek részaránya 2010-ben 67%, 2011-ben 55%. Földrajzilag Budapest és a dunántúli megyék jelentik az elsődleges küldő piacot. Különösen figyelemre méltó Budapest (5%-ról 10%-ra), illetve más vidéki városokból érkezők bővülése (17%-ról 20%-ra) a két év összevetésében. Továbbra sincs elmozdulás a külföldi vendégkör létszámában. Bár a Karnevál versenyképes rendezvény a nemzetközi piacon, azonban ismertté tételéhez jelentős marketingaktivitásra volna szükség. Ennek kiaknázásában a helyi vállalkozások (különösen a szálláshely szolgáltatók volnának érdekeltek). Jó kezdeményezés e vonatkozásban is az Iseum bevonása. A Varázsfuvola – mint

³ Ld.: 3. sz. melléklet

rendezvényelem – érezhetően vonzotta a külföldi vendégeket a Karneválra. A nem helyi látogatói célcsoportban markánsan jelen van az a kör, akit a Karnevál törzsközönségének nevezhetünk. Ők azok, akik – mint a kulturális turizmus szereplői – rendszeresen erre az időszakra tervezik nyár végi kikapcsolódásukat, feltöltődésüket.

A Savaria Történelmi Karnevált felkeresők közül ez a megyén kívüli karneválturisták a figyelemreméltó csoport. Ők azok, akik rendre keresnek fel hasonló fesztiválrendezvényeket. Az intellektuális igények és a könnyed kikapcsolódás, szórakozás motiválja ezt a csoportot. Költekezők. Lekötik a város és a térség szolgáltatási kapacitásait (szállás, vendéglátás). Tudatosan tervezik utazásaikat, tehát információs igényeik vannak, aminek kielégítését jó időzítéssel szükséges megoldani. Gazdasági és hírverő szerepük miatt hosszabb távon ők a Karnevál és a város kiemelt célcsoportja.

Egy nagyrendezvényről mindig sokat elárul, hogy látogatói csoportja honnét szerveződik. Amennyiben a nem szombathelyi megkérdezettek (45%) részarányát 100%-nak vesszük, jól kiütközik, hogy mely térségekből érkeznek a rendezvény karneválturistái.



A Savaria Történelmi Karnevál ez ügyben évek óta megállapodott. Jelentős áttörés nem történt. Igaz, erre elsősorban a külföldiek megjelenésével volna leginkább lehetősége. A rendezvény a belföldi turisták körében ismert, látogatott, kedvelt program. Az elégedettség szintjére pedig mindig jól rávilágítanak, és hiteles visszacsatolást adnak a karneváli kutatások.⁴

⁴ Az első karneváli kutatásra 2002-ben, a 3. rendezvény alkalmával került sor.

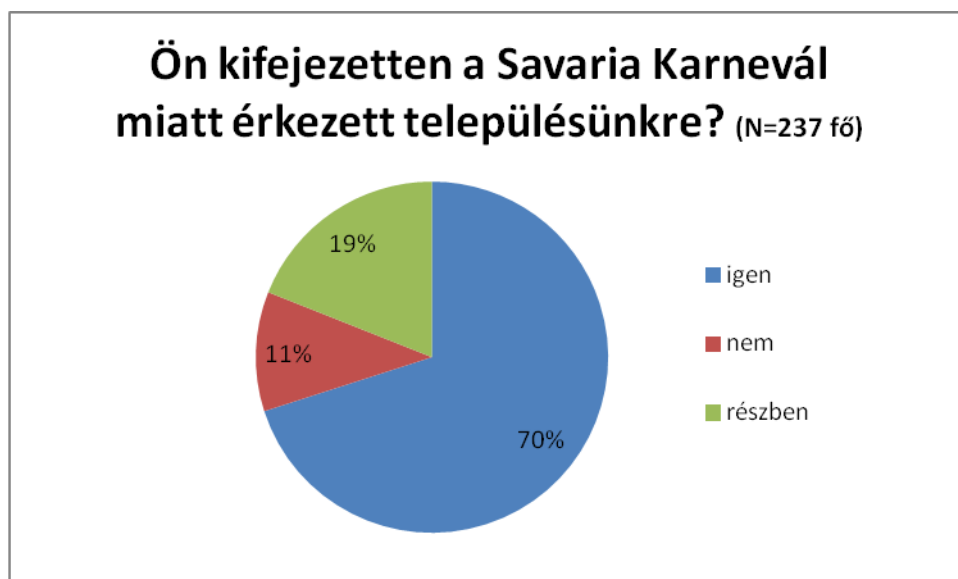
3.a. kérdés: Hány km-re lakik innen?

A megkérdezettek átlagosan 139,3 km-re laknak Szombathelytől. A legkisebb távolság 4,5 km, a legnagyobb 500 km volt. A Mellékletben megtalálható az összefoglaló táblázat az előforduló kilométereiről.⁵

4. kérdés: Ön kifejezetten a rendezvény/fesztivál miatt érkezett településünkre?

Erre a kérdésre csak azok a válaszadók válaszoltak, akik nem helyben laknak (237 fő). Jelen esetben ezt a 237 főt tekintjük majd 100%-nak, és az eredményeket is ennek megfelelően mutatjuk be.

Örömteli, hogy a megkérdezettek (nem szombathelyiek) 70%-a kifejezetten a Savaria Karnevál végett jött a városba. Hasonló nagyságrendet mért a 2009-es (77%) és a 2010-es (66%) kutatás is⁶.



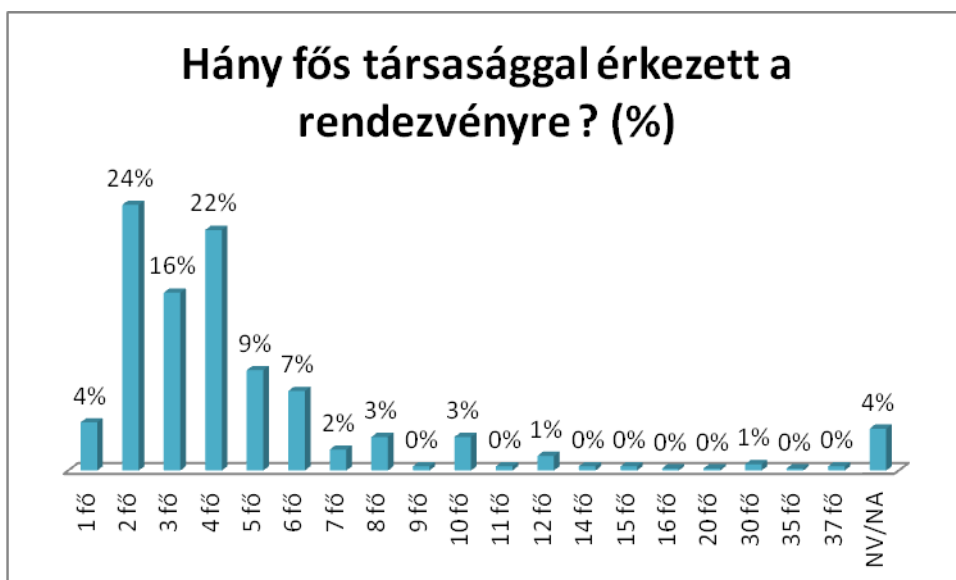
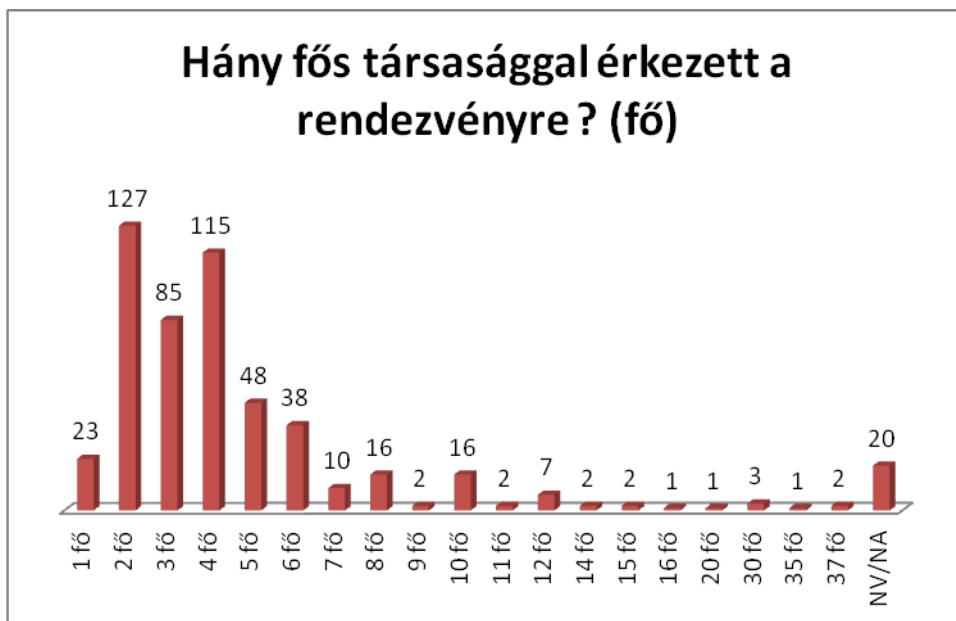
A következőkben bemutatjuk, hogy a karneválturisták kikkel együtt érkeznek a rendezvényre.

9. kérdés: Hány fős társasággal érkezett a rendezvényre (magát is beleértve)?

A válaszadók átlagosan 4-5 fővel érkeztek a Karneválra, a minimum érték 2, a maximum 37 fő volt.

⁵ Ld.: 4. sz. melléklet

⁶ Forrás: Véleménykutatás a Savaria Történelmi Karnevál résztvevői körében, Proximo Marketing, 2009, 2010



Ahogy az a fenti diagramokon is látszik, a megkérdezettek közel negyede (24%) másodmagával érkezett a Karneválra. A diagram jól mutatja, hogy a Karnevál – csakúgy, mint eddig –, kifejezetten „társas” rendezvény.

9.a. kérdés: Ha nem egyedül érkezett, akkor ki az/kik azok, akikkel jött?

Ennél a kérdésnél egy válaszadó több választ is megjelölhetett. Az alábbi eredmények azt tükrözik, hogy a Savaria Karnevál egy közösségi rendezvény, hiszen a látogatók nagy része családjával, barátaival, ismerőseivel, munkatársaival érkezett a Karneválra.



11. kérdés: Ön hányadik alkalommal vesz részt ezen a rendezvényen/fesztiválon?

Az alábbi táblázatokban összefoglalva láthatók a kapott eredmények. A válaszadók átlagosan 7 alkalommal jártak a Karneválon. A legtöbben 12 alkalommal voltak a rendezvényen, vagyis minden eddigi eseményen itt voltak - leszámítva azt a 3 válaszadót, akik emlékeik szerint már 13-szor voltak a Savaria Történelmi Karneválon ☺.

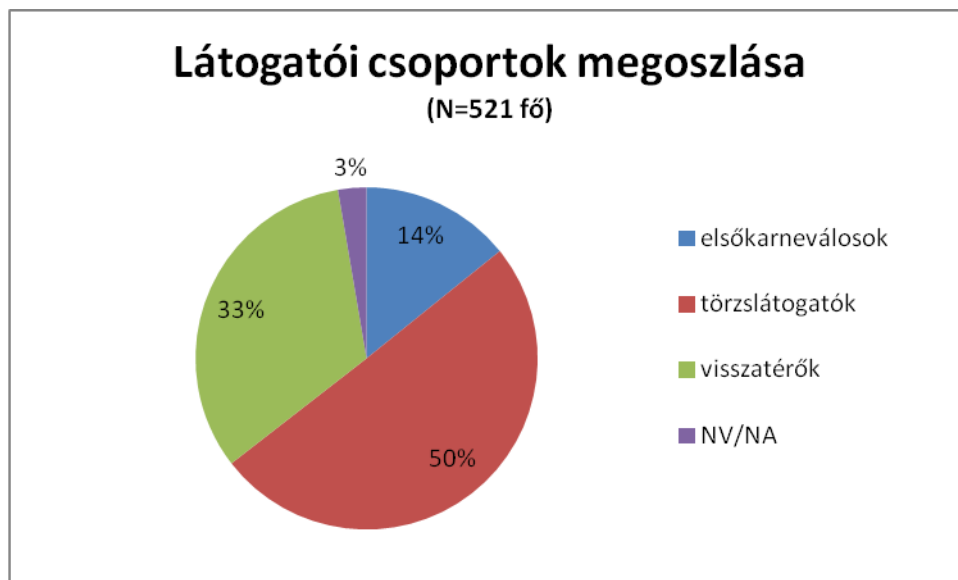
Érvényes minta elemszám (fő)	507
Hiányzó elemszám (fő)	14
Átlag (alkalom)	7,40
Módusz (leggyakoribb érték)	12
Szórás (alkalom)	4,34
Minimum (alkalom)	1
Maximum (alkalom)	13

A szórás az átlagtól való átlagos eltérést mutatja, vagyis, hogy a mintaelemek mennyiben térnek el az átlagos értéktől, hogyan helyezkednek el a körül. Ebben az esetben ez azt jelenti, hogy a válaszadók rendkívül heterogén csoportot alkotnak a karneváli részvételt illetően, hiszen vannak, akik 1 alkalommal, és vannak, akik 12 alkalommal voltak itt. A csoport akkor lenne homogén, ha ez az érték ennél kisebb volna. Ekkor a statisztikai átlag értéke jobban leképezné a valóságot. Ez a karneváli részvételt leíró 7-es átlag statisztikailag most nagyon óvatosan kezelendő.

Az alábbi táblázatban a szombathelyiek és a nem szombathelyiek összevetése látható. A szombathelyiek esetében az átlagos részvétel 10 esemény. A nem szombathelyiek esetében 4. Jellemző a leggyakoribb érték is, ami az egyik esetében 12. A szombathelyi csoport tagjai közül a legtöbben mind a 12 alkalommal részt vettek a Karneválon. A nem szombathelyieknél a legtöbben 1 alkalommal voltak a rendezvényen.

	Szombathelyiek	Nem szombathelyiek
Érvényes minta elemszám (fő)	274	221
Átlag (alkalom)	10	4
Módusz (leggyakoribb érték)	12	1

Hányadik alkalommal vesz részt a rendezvényen?	
Alkalom	Válaszadók száma (fő)
1	74
2	33
3	37
4	23
5	29
6	27
7	22
8	26
9	9
10	26
11	17
12	181
13	3
Összesen	507
Hiányzó elemszám (fő)	14
Összesen	521



Az egyes kategóriák magyarázata. Annak függvényében, hogy a rendezvényt hányszor látogatták a vendégek, az alábbi csoportok felállítására került sor.

Elsőkarneválos: azok a látogatók, akik a 2011-es eseményen voltak először karneválturisták.

Törzslátogató: az eddigi 12 rendezvényből 8-12 alkalommal itt voltak az eseményen.

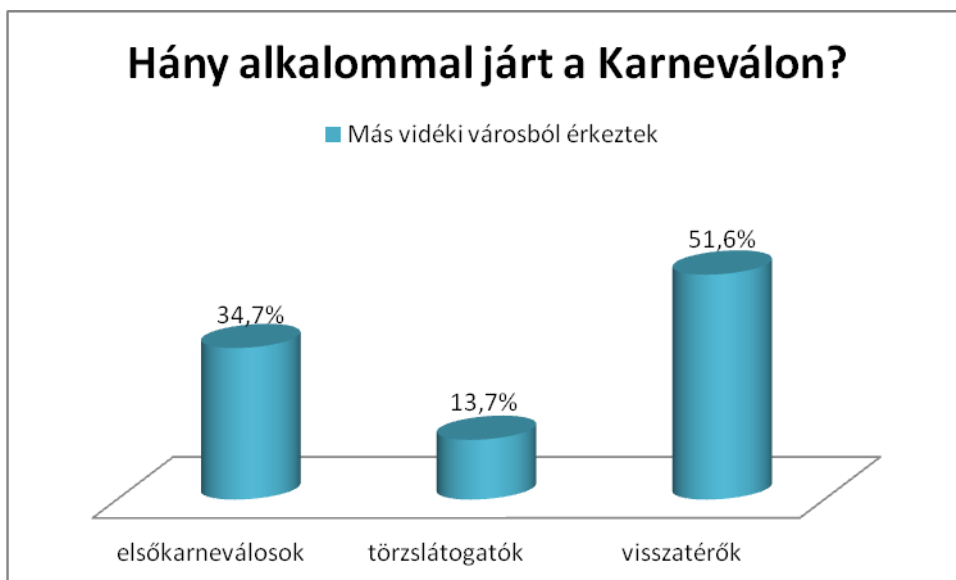
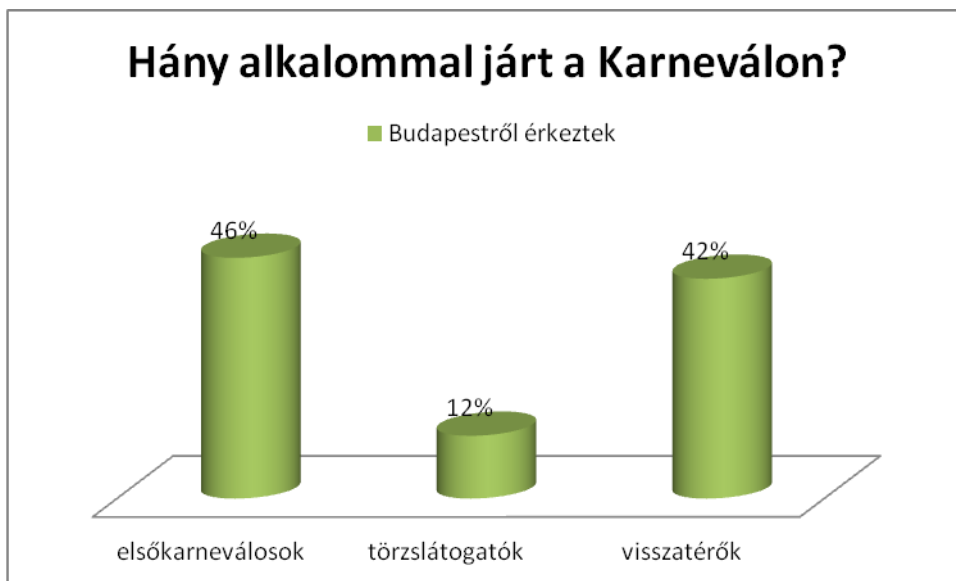
Visszatérők: azok a karneválturisták, akik már 2-7 alkalommal jártak a Karneválon.

A következő diagram összesítetten mutatja meg a csoportok részarányát. A további diagramok pedig az egyes releváns célcsoportok szerint bontva mutatja meg az összefüggéseket.

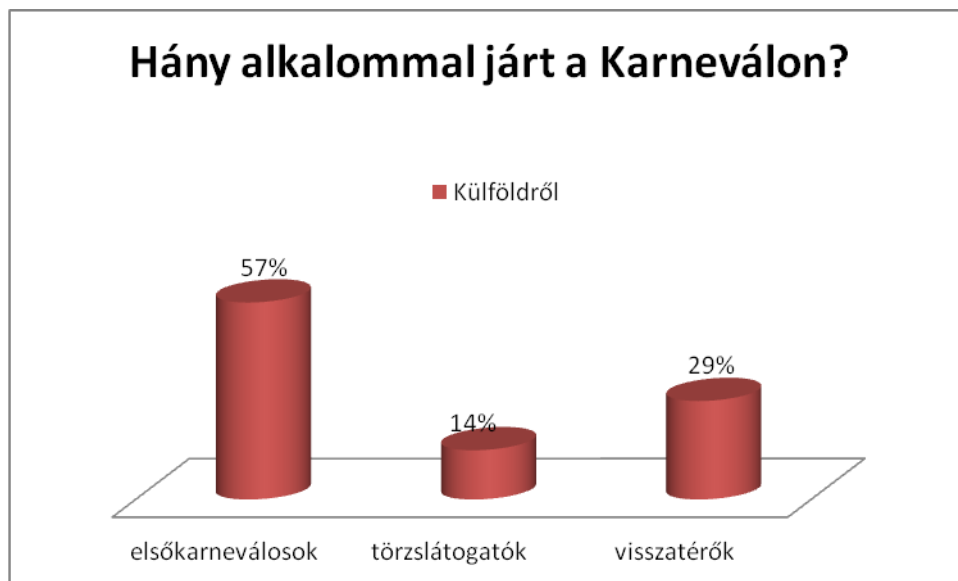
Mind az elsőkarneválosok, mind a törzslátogatók kínálnak marketinglehetőséget a rendezvény számára.



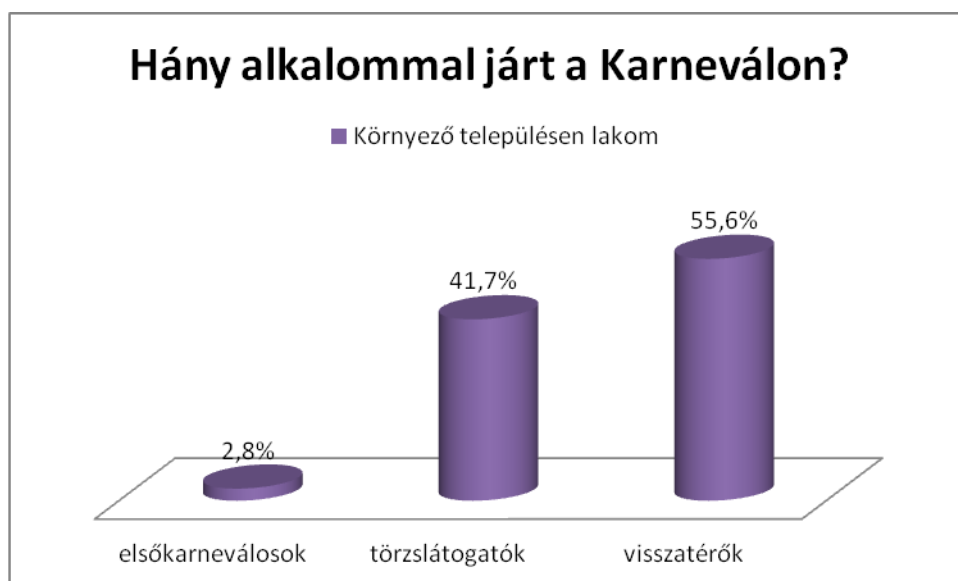
Az alábbi két diagram a budapesti és más vidéki városi karneválturisták részarányát mutatja meg. Jól látható, hogy hol van a Savaria Történelmi Karnevál látogatói potenciálja: a fővárosban és a vidéki nagyvárosokban. 46%, illetve 35% az elsőkarneválosok részaránya. Ha a törzslátogatók részaránya nem is túlzottan magas (12 és 14%), de a visszatérők 42 és 52%-ot tesznek ki.



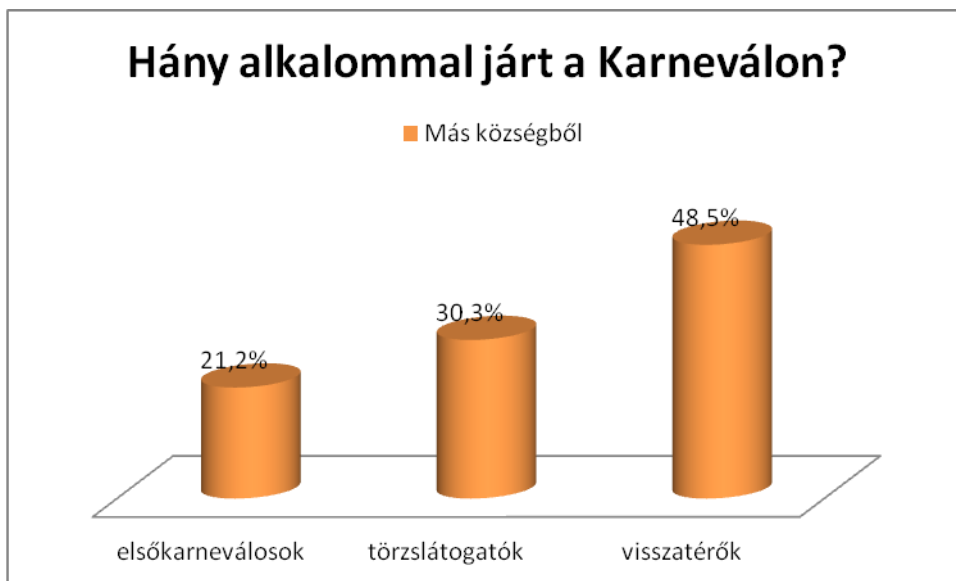
A külföldi elsőkarneválosok részaránya a legmagasabb (57%). Ez csak relatív erősség, mert abszolút számokban a külföldiek részvétele továbbra is gyenge, alig több, mint 1% az egész mintára vetítve.



Az alábbi ábrából az is nyilvánvaló, hogy a környező települések nem jelentenek növekedési potenciált. Éppen fordított a helyzet, mint Budapest vagy a más vidéki városok esetében. Elenyésző azok száma, akik még nem voltak Savaria legnagyobb ünnepén (elsőkarneválosok), illetve rendszeres visszatérőknek, törzslátogatóknak tekinthetők. Helyzetük e vonatkozásban hasonló, mint a szombathelyieké.



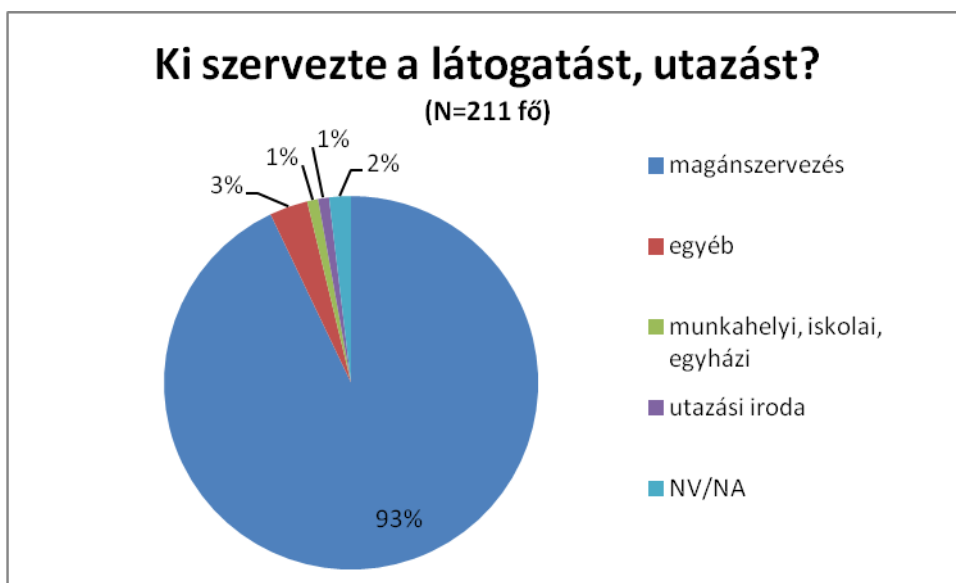
A más községből érkező látogatók esetében is van további növekedési potenciál.



7. Turisztikai szolgáltatások igénybevétele

5. kérdés: Ki szervezte a látogatást, utazást?

Erre a kérdésre azok a megkérdezettek válaszoltak, akik a 4. kérdésre (Ön kifejezetten a rendezvény/fesztivál miatt érkezett településünkre?) „igen” vagy „részben” választ adtak. Ők összesen 211 főt tesznek ki, vagyis a következőkben (5-8. kérdések) ezt a 211 főt tekintjük 100%-nak. Az alábbi ábrán látható, hogy a megkérdezettek 93%-a magánszervezésben érkezett a Karneválra. (A 2010-es adat 85% volt.) Az egyéb kategóriában egyesületi, illetve tűzoltósági szervezést említettek a válaszadók.



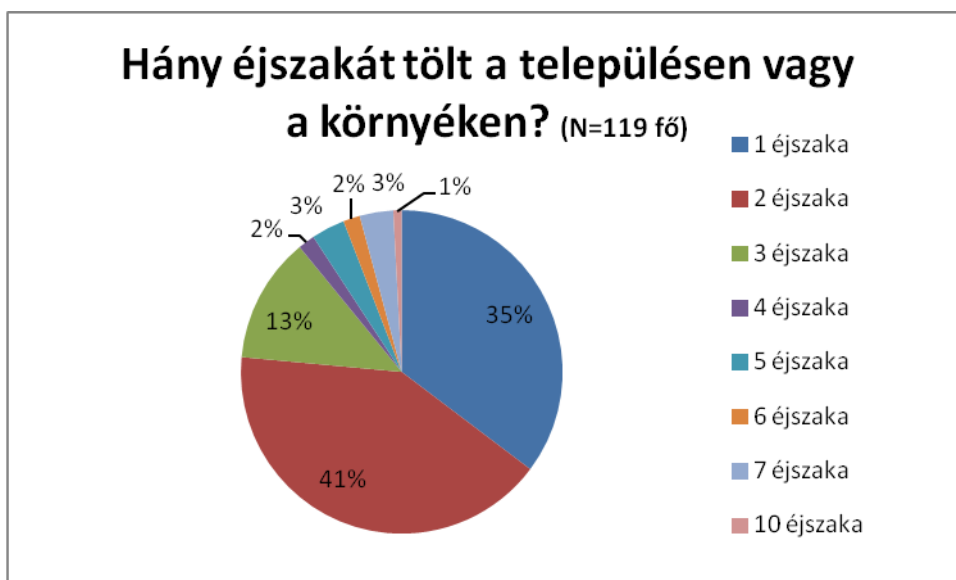
6.a. kérdés: Összesen hány napon vesz részt a fesztiválon/rendezvényen?

A válaszadók átlagosan 2 napon vesznek részt a Savaria Karnevál programjain. A minimálisan eltöltött napok száma 1, a maximum 4 nap volt a válaszadók körében. Az alábbi diagramon látható, hogy a megkérdezettek hány napot töltöttek a rendezvényen.



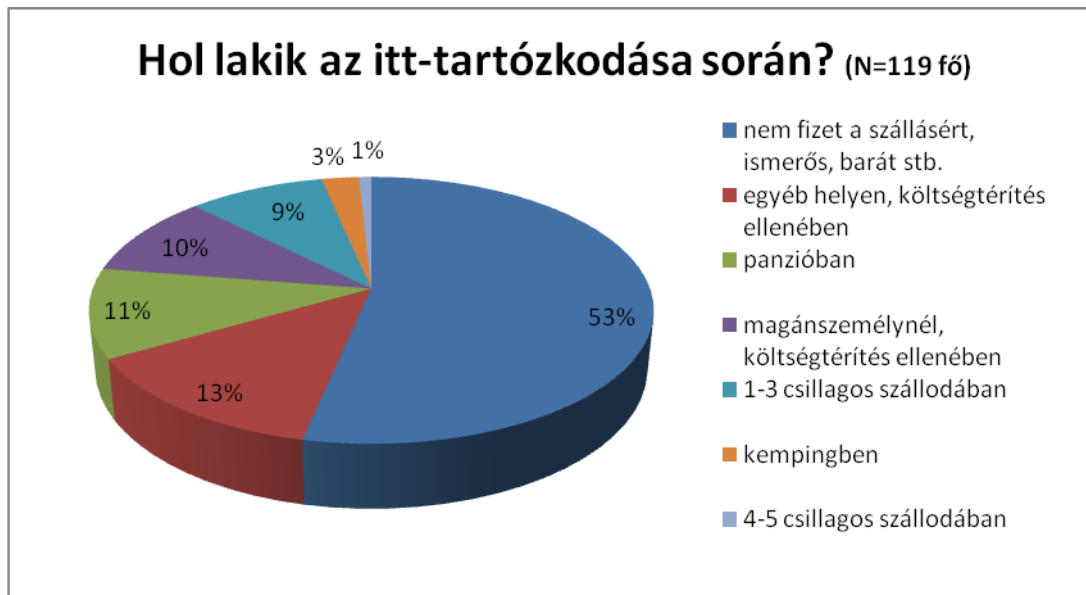
6.b. kérdés: Hány éjszakát tölt a településen vagy a környéken?

A megkérdezettek 56%-a (211 fő=100%) töltött el vendégéjszakát a településen. A válaszadók átlagosan 2 vendégéjszakát töltöttek itt. A minimálisan eltöltött éjszakák száma 1, a maximum 10 éjszaka volt a válaszadók körében. Az éjszakák számának megoszlása látható az alábbi ábrán (56%=119 fő; jelen ábra a 119 fő válaszáinak arányát mutatja).



7. kérdés: Hol lakik az itt-tartózkodása során?

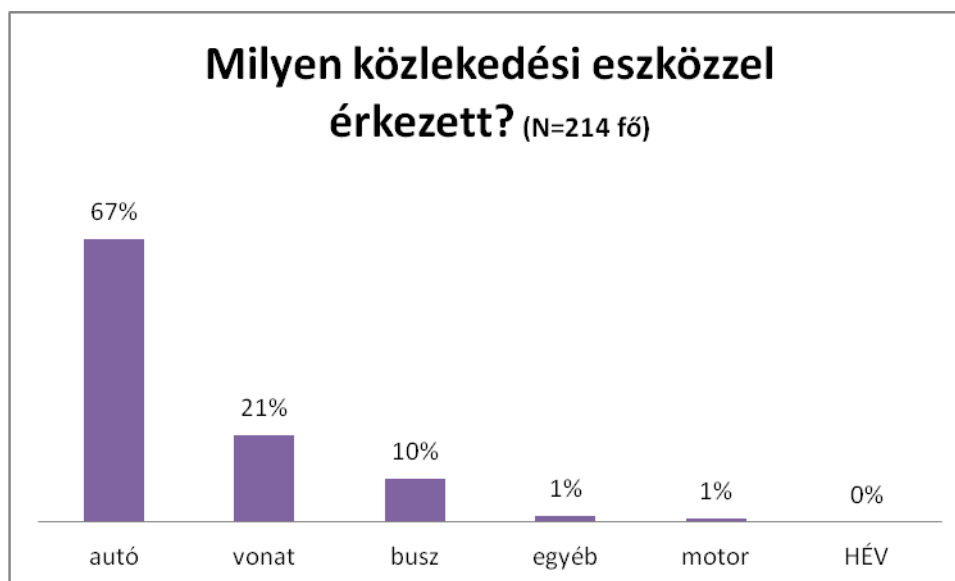
Ennél a kérdésnél szintén a fent említett 56%-ot tekintjük majd kiindulási pontnak, mivel ők azok, akik vendégéjszakát vesznek igénybe Szombathelyen vagy a környékén. Az alábbi diagram mutatja a válaszokat.



A karneválturisták több mint fele (53%) nem fizet az itt tartózkodásért, hiszen szállását ismerősnél, barátánál, rokonnál szervezi meg. 47% azonban fizet a vendégéjszakákért.

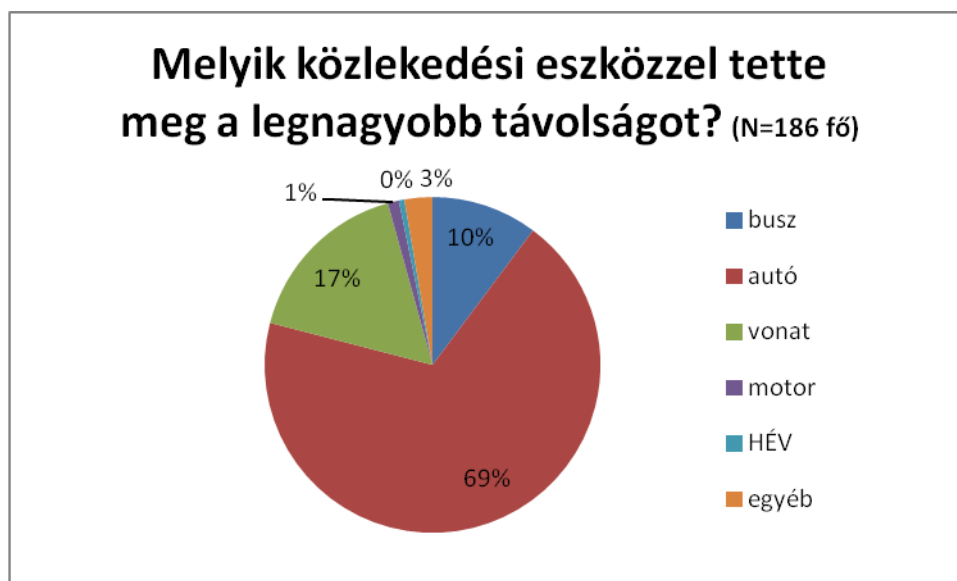
8.a. kérdés: Milyen közlekedési eszközzel érkezett?

Ahogy az oszlopdiagramon látható, a válaszadók döntő többsége autóval érkezett a Karneválra. Jellemző közlekedési eszköz még a vonat (21%), illetve a busz (10%).



8.b. kérdés: Melyik közlekedési eszközzel tette meg a legnagyobb távolságot?

Az alábbi diagramon látható, hogy döntő többségében autóval tették meg a legnagyobb távolságot a válaszadók.



8. Fogyasztási szokások a Karneválon

10. kérdés: Ön mekkora összeget költött vagy tervez elkölteni a rendezvényen?

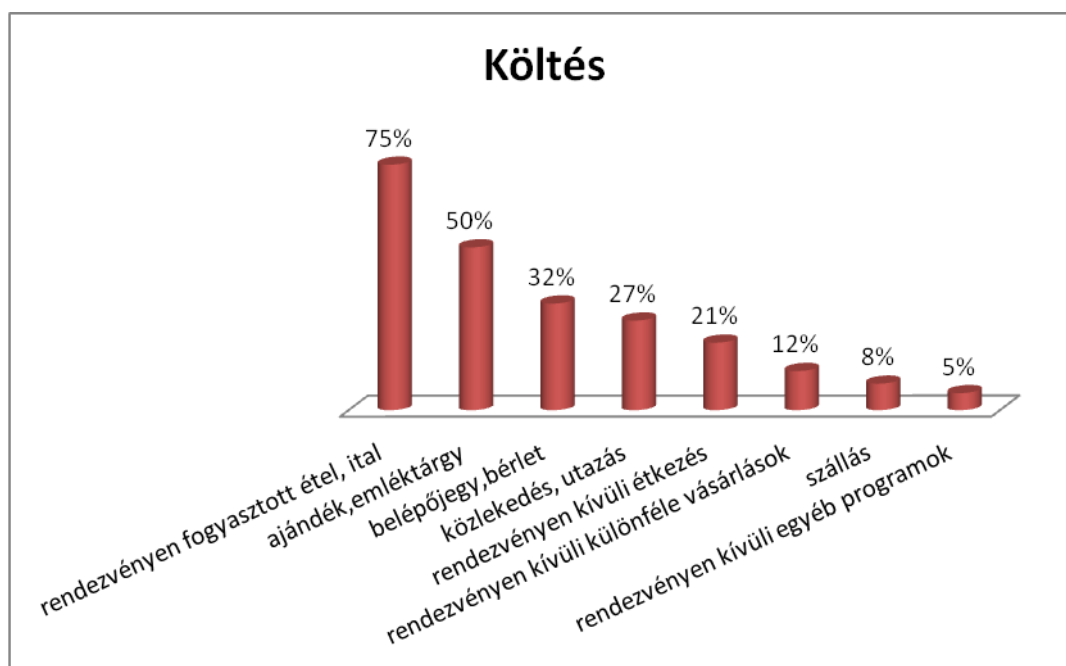
Az alábbi két táblázatban összesítve megtalálhatók az eredmények *egy főre vetítve*. Látható, hogy a válaszadók átlagosan a vendéglátásra költötték a legtöbbet (~ 4000 Ft-ot), míg a Karneválon kívüli egyéb programokra a legkevesebbet (~ 300 Ft-ot).

Kiadások	Átlag	Minimum érték	Maximum érték
rendezvényen fogyasztott étel, ital	3 821 Ft	200 Ft	30 000 Ft
ajándék, emléktárgy	2 199 Ft	390 Ft	17 000 Ft
rendezvényen kívüli étkezés	1 828 Ft	450 Ft	50 000 Ft
szállás	1 575 Ft	1 000 Ft	50 000 Ft
közlekedés, utazás	1 446 Ft	100 Ft	20 000 Ft
belépőjegy, bérlet	1 184 Ft	300 Ft	25 000 Ft
rendezvényen kívüli különféle vásárlások	748 Ft	500 Ft	30 000 Ft
rendezvényen kívüli egyéb programok	305 Ft	300 Ft	12 000 Ft

Az alábbi táblázatban az látható, hogy az egyes kiadási kategóriákban a válaszadók hány %-a költött pénzt. Látható, hogy a válaszadók háromnegyede ételre és italra költött, míg a megkérdezettek fele valamilyen ajándékot vitt haza.⁷

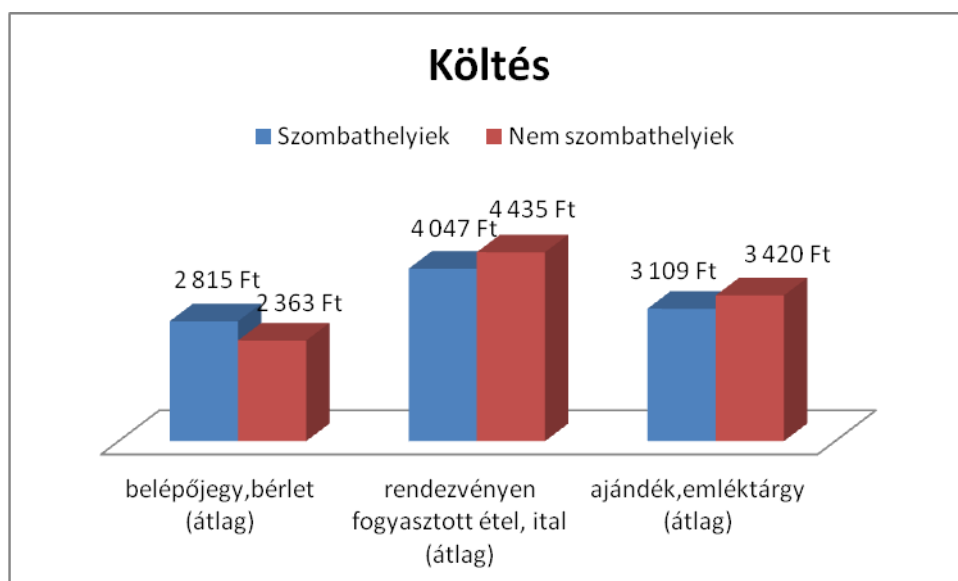
Kiadások	Költött (fő)	Költött (%)
rendezvényen fogyasztott étel, ital	389	75%
ajándék, emléktárgy	258	50%
belépőjegy, bérlet	169	32%
közlekedés, utazás	142	27%
rendezvényen kívüli étkezés	107	21%
rendezvényen kívüli különféle vásárlások	62	12%
szállás	42	8%
rendezvényen kívüli egyéb programok	27	5%

A fenti táblázatot diagramos formában is bemutatjuk.



A következőkben megvizsgáltuk, hogy a helyi és a nem helyi lakosok átlagosan mennyit költöttek belépőjegyre, vendéglátásra és ajándéokra. Ahogy az alábbi diagramon látható, a szombathelyiek átlagosan többet költöttek belépőjegyre, míg a nem helyi lakosok a vendéglátásra és az ajándéokra költöttek több pénzt.

⁷ Az 5. sz. mellékletben megtalálhatók az egyes kiadási kategóriákban elköltött összegek.



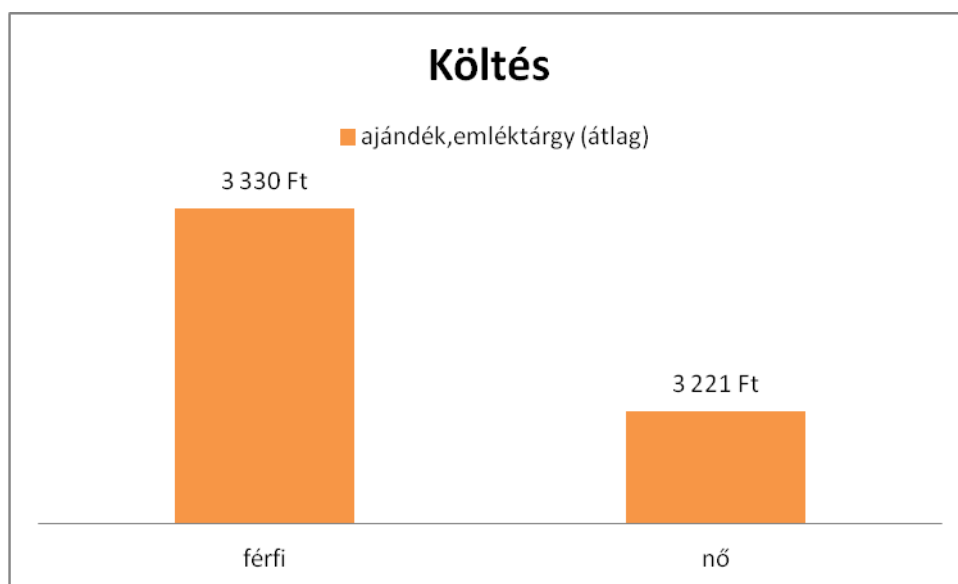
Az alábbi táblázatokban összefoglalva is megtalálhatók az adatok.

Belépőjegy, bérlet	Szombathelyiek	Nem szombathelyiek
Nem költött (fő)	157	93
Minimum	300 Ft	300 Ft
Maximum	11 000 Ft	25 000 Ft
Módusz (leggyakoribb érték)	2 000 Ft	1 600 Ft

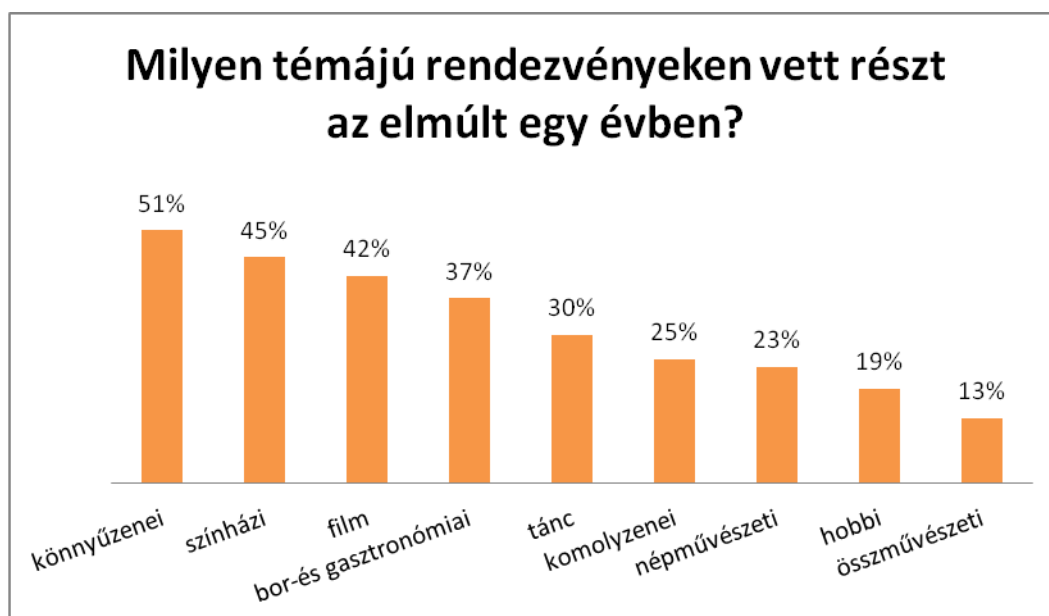
Rendezvényen fogyasztott étel, ital	Szombathelyiek	Nem szombathelyiek
Nem költött (fő)	28	10
Minimum	200 Ft	200 Ft
Maximum	30 000 Ft	30 000 Ft
Módusz (leggyakoribb érték)	2 000 Ft	2 000 Ft

Ajándék, emléktárgy	Szombathelyiek	Nem szombathelyiek
Nem költött (fő)	70	50
Minimum	390 Ft	500 Ft
Maximum	17 000 Ft	15 000 Ft
Módusz (leggyakoribb érték)	2 000 Ft	2 000 Ft

Megvizsgáltuk továbbá, hogy az ajándék esetében van-e különbség attól függően, hogy férfi vagy nő a vásárló. Elmondható, hogy releváns különbség nincsen, ugyanis az átlagos költségek között körülbelül 100 Ft van.



13. kérdés: Milyen témájú rendezvényeken vett részt az elmúlt egy évben?

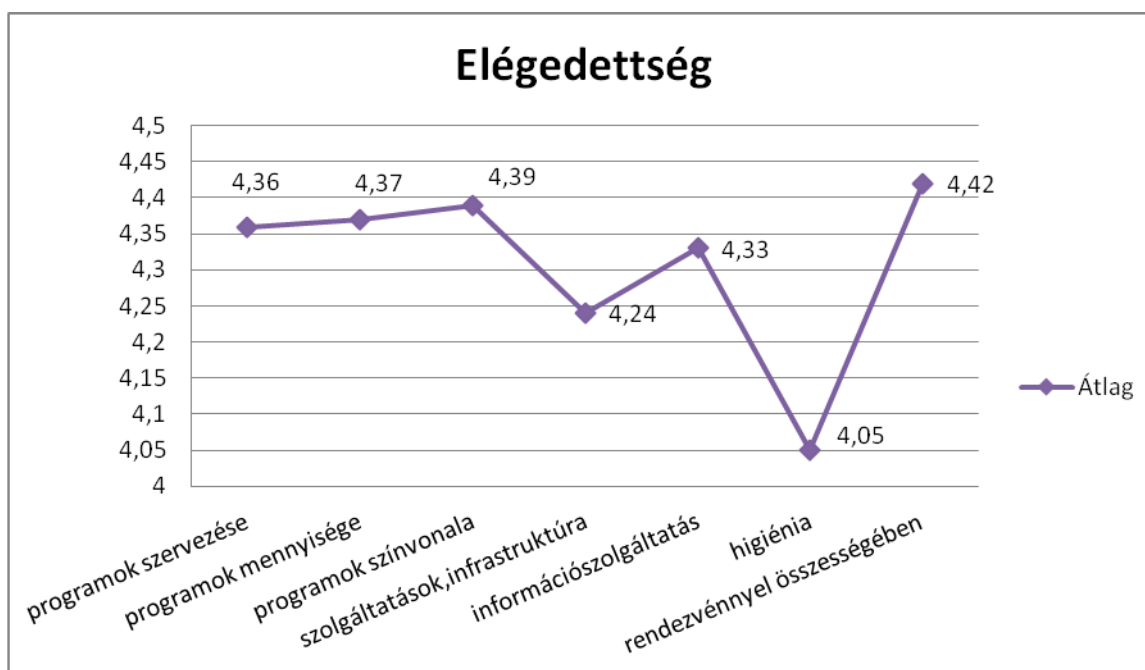


Ahogy a Karnevál demográfiailag „mindenevő”, úgy ez tükröződik vissza a rendezvényeken való részvételben is. A könnyűzenei és a színházi események, valamint a film jelentik a vezérpogramokat. A középmezőnyben a bor- és gasztronómiai programok, a tánc és a komolyzene jelenik meg. Az alsó választási kategóriát a népművészeti, a hobbi és az összművészeti programok adják.

9. Karneváli elégedettség

12. kérdés: Mennyire elégedett Ön a rendezvény/fesztivál szervezésével?

A turizmusban ismert fogalom a garantált program. A kulturális turizmus résztvevői, a turisták pedig különösen igényesek arra, hogy mit várnak, várhatnak (ígéret), és mit kapnak, mit élnek át (élmény) egy-egy rendezvénnyel kapcsolatosan. A turista motivációi, elvárásai, valamint a szolgáltató ígéretei és teljesítménye kerül terítékre. A Savaria Történelmi Karneválnak nem hogy szégyenkeznie nem kell, hanem kifejezetten büszke lehet arra, hogy a karneválturisták rendre pozitív ítéletet alkotnak a rendezvénysorozatról. A Karnevál magas színvonalú, jól szervezett programja magas fokú elégedettséget hoz évről évre. Ezt a mércét a rendezvénygazda kezdettől fogva magasra helyezte. Ezért minden egyes kisebb kilengés is súlyos következményekkel járhat. A 2011-es felmérés keretében a válaszadók 6 szempont alapján értékelték a rendezvényt, illetve összességében is értékelték azt az iskolai osztályzatoknak megfelelően (1-es elégedetlen, 5-ös leginkább elégedett). Az alábbi diagram ezt az eredményt mutatja be grafikusan. Jól látható, hogy a turistákban a Karneválról kialakult kép (imázs) rendkívül pozitív tölterű. Ránézésre egy releváns tényező lóg ki a sorból, a higiénia. 2010-hez képest ez is javult 3,66-ról 4,05-re. A többi esetében 0,1 az egymás közötti értékelési eltérés. A rendezvény összesített megítélése megközelíti a 4,5-et.⁸



Az alábbi táblázatok az egyes releváns tényezőkre adott értékelést mutatják meg.

⁸ A Karnevál összesített megítélése (értékelése) a 2002-es első felmérés óta folyamatosan a 4,5-es érték körül mozog. Ennek diagramja a 6. sz. mellékletben megtekinthető.

Programok szervezése	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	2
kis mértékben elégedett	10
közepes mértékben elégedett	56
elégedett	179
teljes mértékben elégedett	271
Összesen	518
Hiányzó elemszám	3
Összesen	521

Programok színvonala	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	1
kis mértékben elégedett	6
közepes mértékben elégedett	50
elégedett	191
teljes mértékben elégedett	270
Összesen	518
Hiányzó elemszám	3
Összesen	521

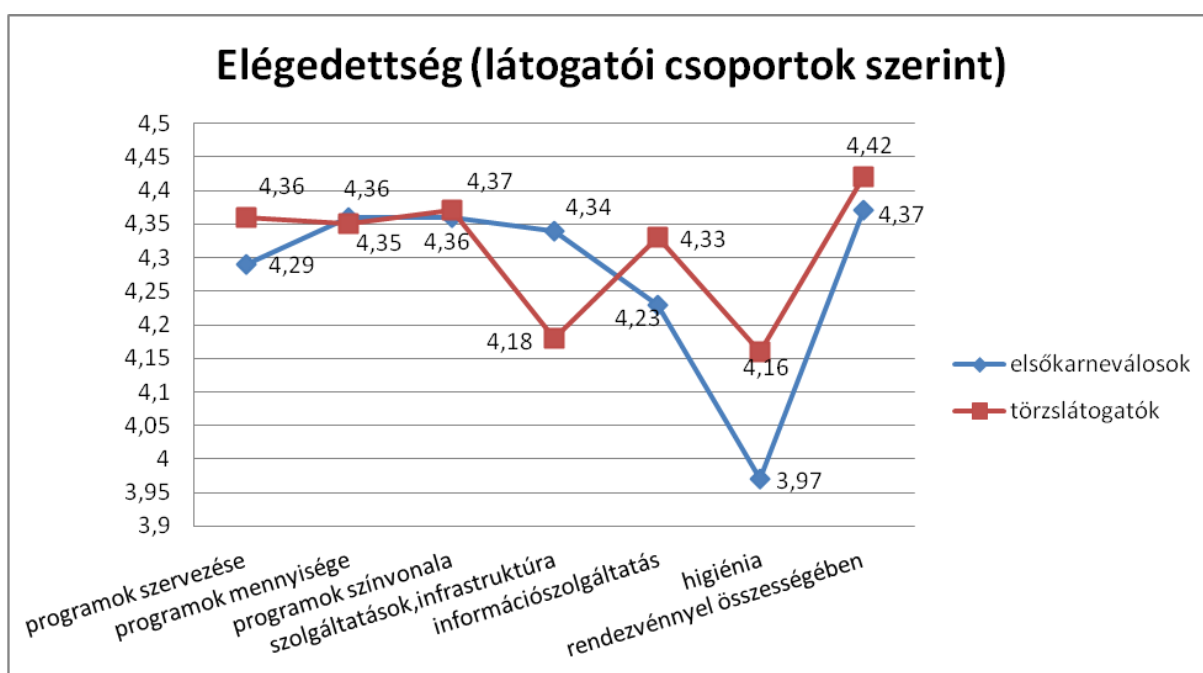
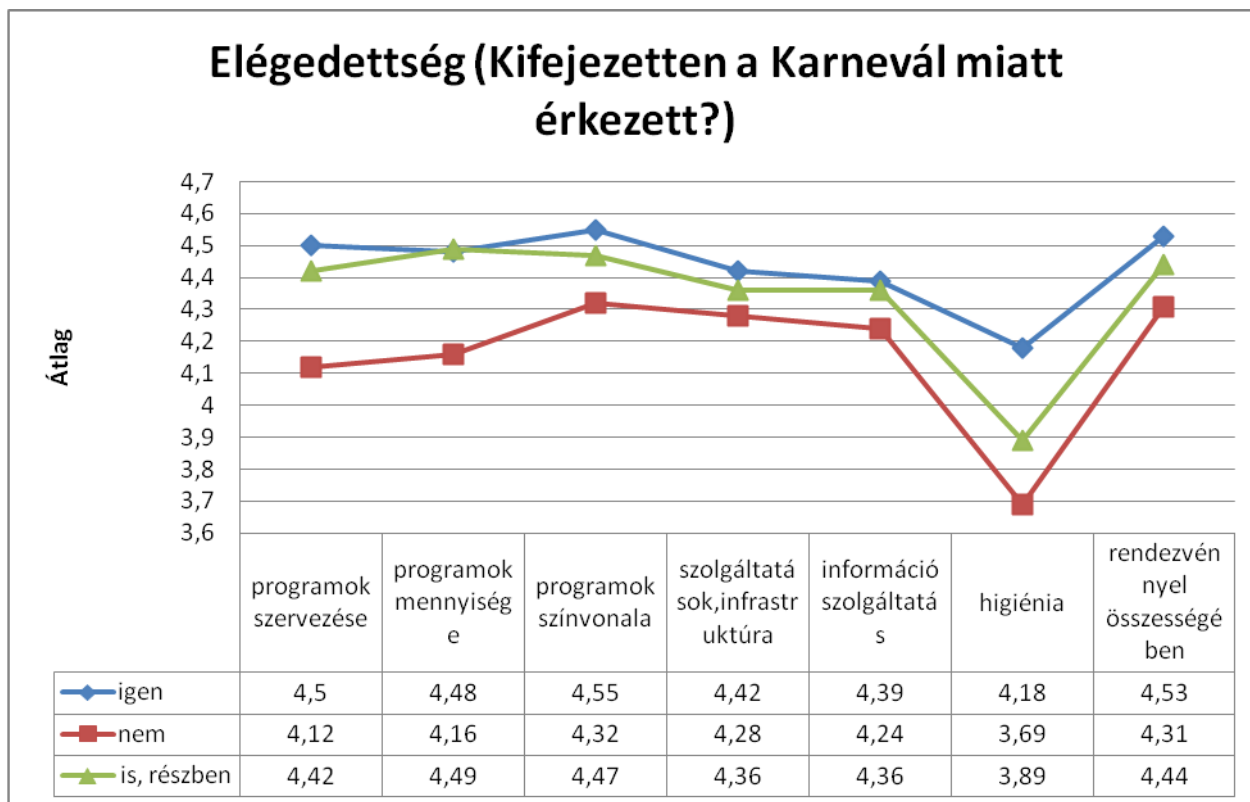
Szolgáltatások, infrastruktúra	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	4
kis mértékben elégedett	13
közepes mértékben elégedett	63
elégedett	209
teljes mértékben elégedett	228
Összesen	517
Hiányzó elemszám	4
Összesen	521

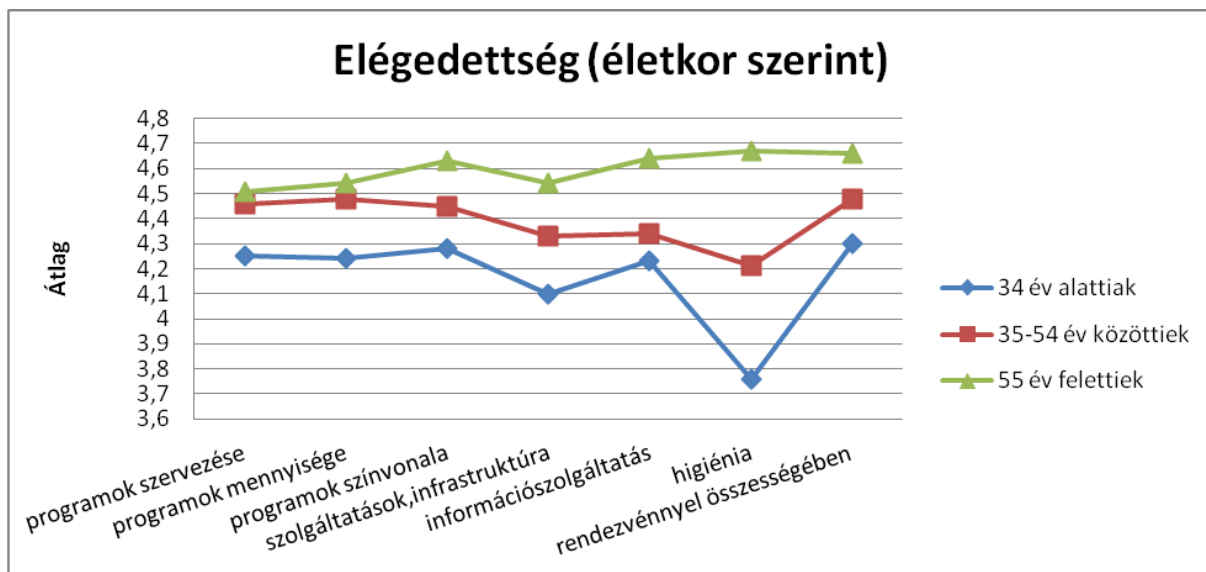
Információszolgáltatás	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	6
kis mértékben elégedett	12
közepes mértékben elégedett	70
elégedett	145
teljes mértékben elégedett	285
Összesen	518
Hiányzó elemszám	3
Összesen	521

Higiénia	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	13
kis mértékben elégedett	23
közepes mértékben elégedett	90
elégedett	187
teljes mértékben elégedett	205
Összesen	518
Hiányzó elemszám	3
Összesen	521

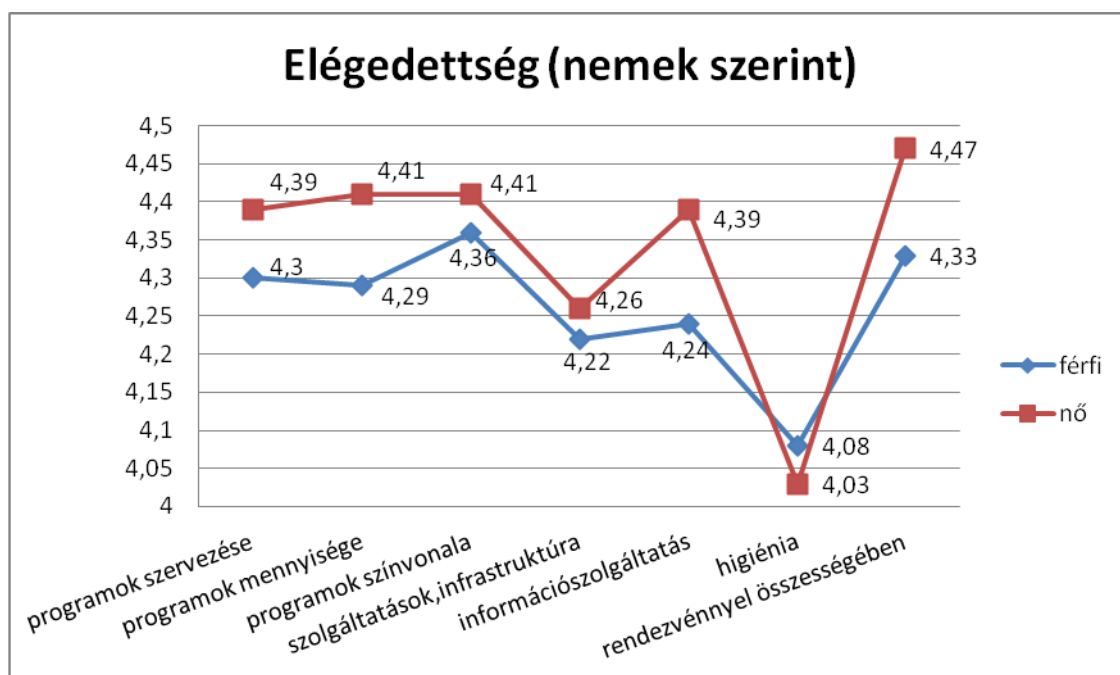
Rendezvénnyel összességében	Válaszadók száma (fő)
egyáltalán nem elégedett	5
kis mértékben elégedett	4
közepes mértékben elégedett	38
elégedett	194
teljes mértékben elégedett	276
Összesen	517
Hiányzó elemszám	4
Összesen	521

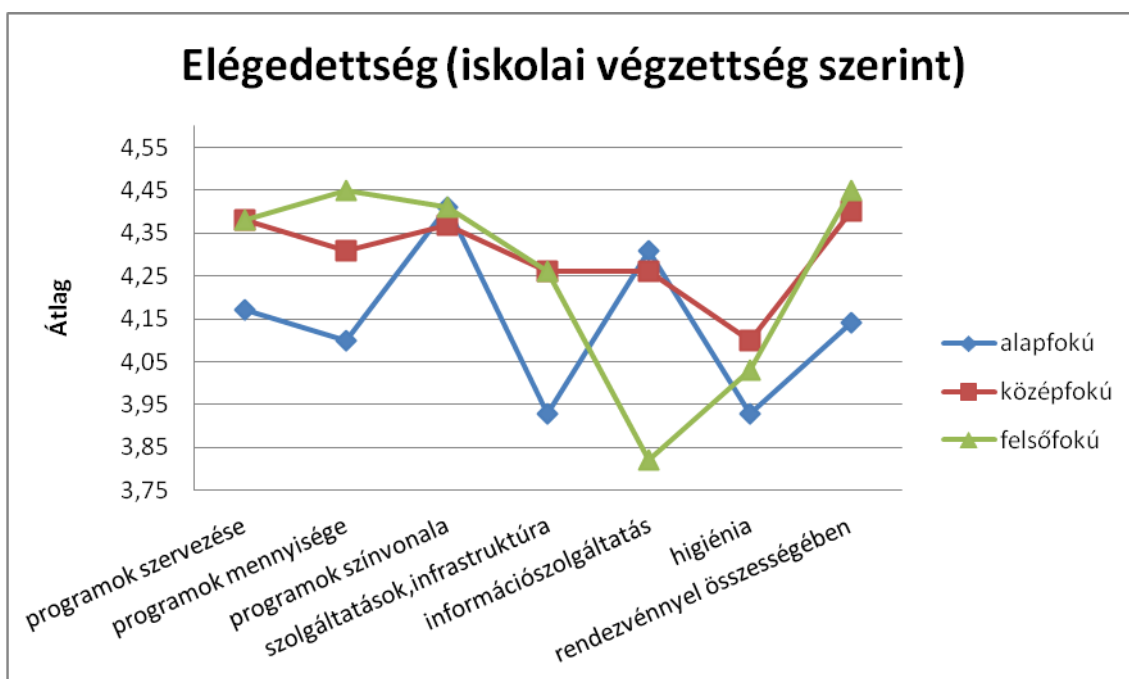
Lássuk, miként alakul ez az értékelés az egyes látogatói csoportok esetében. A kifejezetten a Karnevál végett a városba érkezett látogatók (vagyis az egyik legfontosabb célcsoport) esetében az alábbi diagram mutatja meg a válaszokat összesített formában. Látható, hogy mindazok, akik a Karnevál megtekintése érdekében jöttek Szombathelyre, rendre a legmagasabb értékeket adták (ők voltak a leginkább motivált célcsoport). A „betévedők” (nem a Karnevál miatt jöttek a városba) minden esetben a legalacsonyabbra értékelték a vizsgált szempontokat. Az mindenképpen kiemelendő, hogy a „legrosszabb” értékek még az ő esetükben is 4,0-es fölött vannak, az ominózus higiénia kivételével.





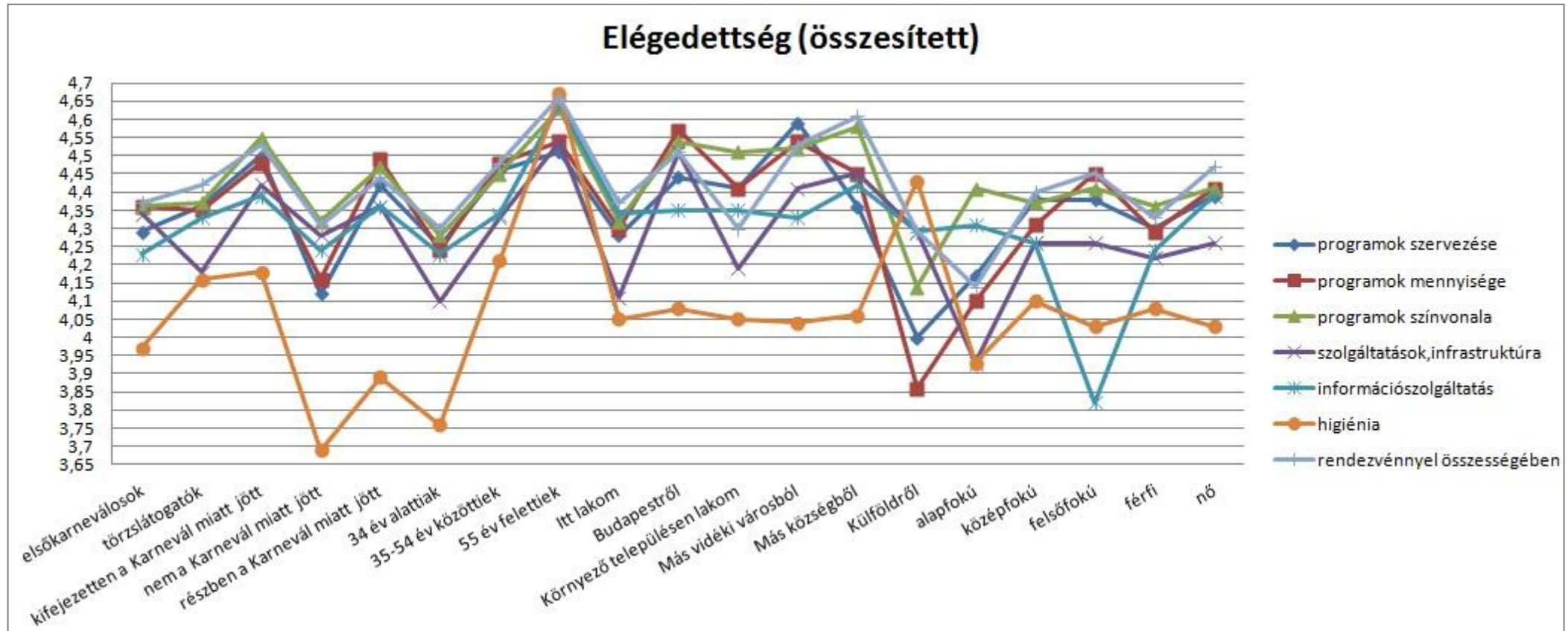
Szempontok	34 év alattiak	35-54 év közöttiek	55 év felettiak
programok szervezése	4,25	4,46	4,51
programok mennyisége	4,24	4,48	4,54
programok színvonala	4,28	4,45	4,63
szolgáltatások, infrastruktúra	4,1	4,33	4,54
információszolgáltatás	4,23	4,34	4,64
higiénia	3,76	4,21	4,67
rendezvénytől összességében	4,3	4,48	4,66





Szemponatok	alapfokú	középfokú	felsőfokú
programok szervezése	4,17	4,38	4,38
programok mennyisége	4,1	4,31	4,45
programok színvonala	4,41	4,37	4,41
szolgáltatások, infrastruktúra	3,93	4,26	4,26
információszolgáltatás	4,31	4,26	3,82
higiénia	3,93	4,1	4,03
rendezvényvel összességében	4,14	4,4	4,45

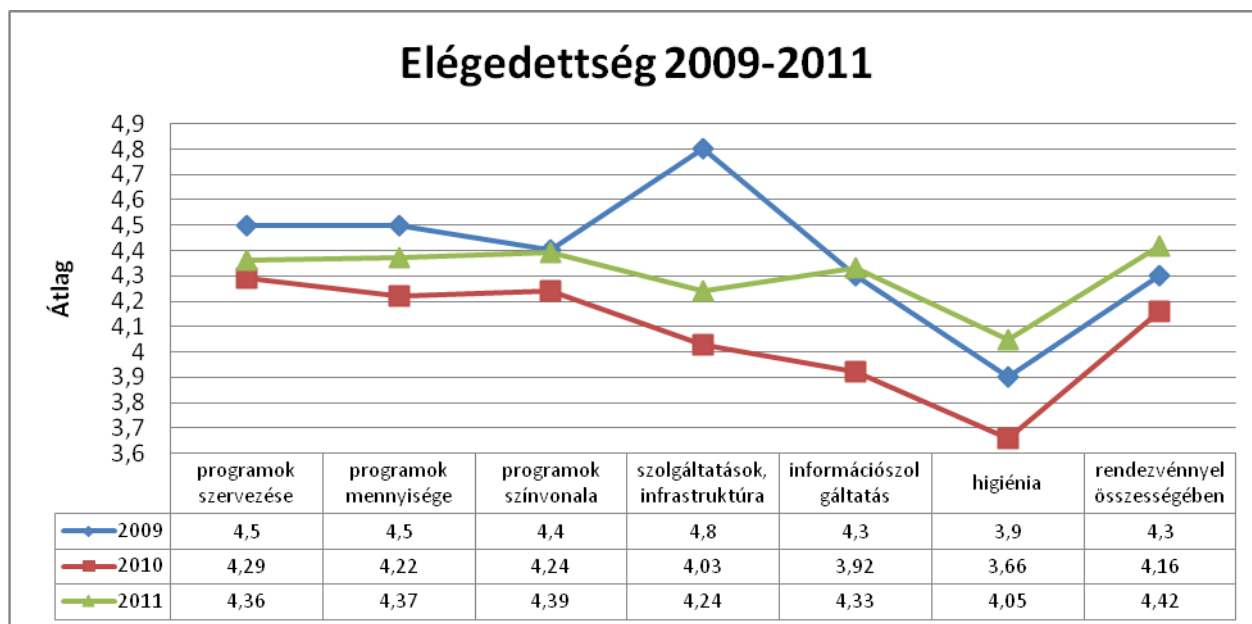
A Karnevál összesített imázsprofilját mutatja meg az alábbi diagram. A grafikon minden vizsgált releváns tényezőt és a legfontosabb látogatói csoportok értékelését egy rendszer keretében mutatja be. Talán itt látszik leginkább, hogy a Karnevál megítélése homogén, a trend eléggé nyilvánvaló. Egyetlen terület lóg ki a sorból, a higiénia. Önmagában ez a tényező is viszonylag egységes értékelést kapott (a legalacsonyabbat), kivéve az 55 év feletti és a külföldiek magas osztályzatát! A többi vizsgált terület szinte együtt mozog, az egész egység szinte egy vastagabb vonallal felrajzolható. Ez meggyőzően mutatja, hogy a Karnevál, mint garantált program, mind önmaga, mind a látogatók irányába mindezidáig meg tudta őrizni ezt az egységes képet.



Savaria Történelmi Karnevál 2011. évi hatásvizsgálata

	elsőkarneválosok	törzslátogatók	kifejezetten a Karnevál miatt jött	nem a Karnevál miatt jött	részben a Karnevál miatt jött	férfi	nő
programok szervezése	4,29	4,36	4,5	4,12	4,42	4,3	4,39
programok mennyisége	4,36	4,35	4,48	4,16	4,49	4,29	4,41
programok színvonala	4,36	4,37	4,55	4,32	4,47	4,36	4,41
szolgáltatások, infrastruktúra	4,34	4,18	4,42	4,28	4,36	4,22	4,26
információszolgáltatás	4,23	4,33	4,39	4,24	4,36	4,24	4,39
higiénia	3,97	4,16	4,18	3,69	3,89	4,08	4,03
rendezvényel összességében	4,37	4,42	4,53	4,31	4,44	4,33	4,47
	34 év alattiak	35-54 év közöttiek	55 év felettiak	alapfokú	középfokú	felsőfokú	
programok szervezése	4,25	4,46	4,51	4,17	4,38	4,38	
programok mennyisége	4,24	4,48	4,54	4,1	4,31	4,45	
programok színvonala	4,28	4,45	4,63	4,41	4,37	4,41	
szolgáltatások, infrastruktúra	4,1	4,33	4,54	3,93	4,26	4,26	
információszolgáltatás	4,23	4,34	4,64	4,31	4,26	3,82	
higiénia	3,76	4,21	4,67	3,93	4,1	4,03	
rendezvényel összességében	4,3	4,48	4,66	4,14	4,4	4,45	
	Itt lakom	Budapestről	Környező településen lakom	Más vidéki városból	Más községből	Külföldről	
programok szervezése	4,28	4,44	4,41	4,59	4,36	4	
programok mennyisége	4,3	4,57	4,41	4,54	4,45	3,86	
programok színvonala	4,32	4,54	4,51	4,52	4,58	4,14	
szolgáltatások, infrastruktúra	4,11	4,51	4,19	4,41	4,45	4,29	
információszolgáltatás	4,34	4,35	4,35	4,33	4,42	4,29	
higiénia	4,05	4,08	4,05	4,04	4,06	4,43	
rendezvényel összességében	4,37	4,51	4,3	4,53	4,61	4,29	

A következő diagram a Savaria Történelmi Karnevál elmúlt három rendezvényének összehasonlítását mutatja az elégedettség szemszögéből. Figyelemre méltó, hogy az egyes évek elégedettség vonala hasonló elhajlásokat mutat a vizsgált szempontoknál (kivéve a 2009-es értéket a szolgáltatások és infrastruktúra esetében. Másrészt látni kell, hogy ezek az eltérések nagyon kicsik (0,2-0,3-es nagyságúak, leszámítva azt az egy kivételt). Inkább az egyes évek trendje elgondolkodtató (ld. higiénia). Összességében mindhárom alkalommal 80% fölötti elégedettséggel találkozunk!



10. Vezetői összefoglaló és záró gondolatok

A Savaria 2000 éves múltjára építő és az 1960-as években gyökerező Savaria Történelmi Karnevál túljutott „újkori” történelmének tizenkettedik meghatározó eseményén. A program viharos gyorsasággal a város és Magyarország legnagyobb kulturális-idegenforgalmi programjává nőtte ki magát. Ez a rövidtávon elért siker a rendezvény mögött megbúvó világos jövőképek, a szakmai hozzáértésnek, valamint az egységes felsorakozásnak egyaránt köszönhető. A program messze túlmutat Szombathely és a megye határain. A Karnevál meghatározó elemei a programokban, a hangulatban, a rendezvény sajátos karakterében rejlik. Ezek adják az esemény megkülönböztető jegyeit és legfontosabb vonzerejét. Nem elhanyagolható, hogy – mint közösségi, családi program –, a Karnevál mérhető módon tud hozzájárulni az emberi kapcsolatok formálásához, az emberi viszonyok alakításához. Ez nem csak a látogatói attitűdben, hanem a fellépő hagyományörzők, kulturális és művészet csoportok esetében is megnyilvánuló jelenség. Mondhatni, hogy egyfajta rangot jelent ezen a rendezvényen való fellépés, bemutatkozás. Ilyen formán a Karnevál kulturális és örökségturisztikai mérce.

A város lakóinak a rendezvényhez való emocionális kötődése, az azzal való azonosulása erős és szoros. Az elmúlt évek egyértelműen igazolják, hogy ez a tudatosan felépített helyi kötődés

nem csak létrejött, hanem fenn is tartható. A Karnevál mind az egyén, mind a helyi kiscsoportok (családok, baráti körök, társaságok, stb.) részéről elfogadottá vált, sőt ezek az emberek - segítő közreműködésükkel - annak aktív támogatói is. A rendezvénynek ez a társadalmi hatása, – mint belső felhajtóerő – különösen felértékelődik a „mi tudat” formálásában.

Kiemelendő, hogy a rendezvény városon, megyén kívüliek általi látogatottsága dinamikusan emelkedett. Ennek a jelentősége különösen abban van, hogy ezáltal a Karnevál – és vele együtt a város -, mint turisztikai-idegenforgalmi vonzerő és termék is felértékelődött. A rendezvény kínálati profilja, a magas színvonalú szervezés, valamint az elégedett látogatók tömege a Savaria Történelmi Karnevált Szombathely meghatározó, állandó jelképévé emelte.

A program nem csak kulturálisan és örökségturisztikailag értékelendő, hanem gazdaságilag is. Elmondható, hogy a Savaria Történelmi Karnevál helyi gazdaságfejlesztő, jövedelemtermelő tényezővé is vált. Valószínűleg ez teszi lehetővé a rendezvény pénzügyi fenntarthatóságát is. A karneváli szolgáltatástermékbe ugyanis nem csak a színházi előadás vagy a rabszolgavásár tartozik bele, hanem – elsősorban az ügyfél fejével gondolkodva – a közlekedés, a szállás, a vendéglátás, a banki és telekommunikációs szolgáltatások, az üzemanyag kutak, stb. kínálati is. A programban gazdaságilag érintettek stratégiai érdekelttsége így nem csak az események alatti, hanem a visszatérő vendégforgalomban is nyilvánvaló. A Savaria Történelmi Karnevál kulturális-idegenforgalmi terméké válása a város és az egész térség érdeke. Ezért ennek a projektnek a fenntartása, innovatív továbbfejlesztése az érintettek részéről is támogatásra, hozzájárulásra érdemes.

A Savaria Karnevál nem csak a látogatók, hanem a versenytársak körében is figyelmet vívott ki magának az elmúlt 12 évben. Az esemény integrálódott a magyarországi és a közép-európai nagyrendezvények sorába. Egyedi vonzereje, megkülönböztető jegyei alapján úgy tűnik nem csak felkelteni, hanem megtartani is képes volt a rendezvény ezt a fókuszált figyelmet. A rendezvényt látogatók véleménye minden évben magas elégedettségről ad számot.

A Karnevál, mint rendezvénytermék címszavakban a következőképpen írható le: garantált program, profi szervezés, magas ismertség, egyedi, sajátos vonzerő, karneválturisták bővülő létszáma, magas szinten elégedett vendég. Talán csak egy indikátorban marad el a rendezvény e tekintetben. Az utazási irodák, az utazásszervezők még nem ismerték fel, mint rendezvénytermék (azért látszódnak az ez irányú pozitív jelek, de ez idáig nem átütő az eredmény, amit az ideai felmérés is igazolt). Ez persze összefügg a marketingre fordított kiadások szűkülésével is. Ami viszont kiemelendő, hogy a résztvevők demográfiai megoszlása az országos jellemzők alapján strukturálódik. A karneváltermék azt a kört vonzza leginkább, akiknek készült, akiknek szánták. Ebben az értelemben a kínálat és a kereslet harmonikusan illeszkedik egymáshoz. Kívánatos ennek további fenntartása.

Reálisan nem lehet kizárólagos cél a program látogatói számának túlzó növelése, hiszen a mostani keretek mellett is betelik a város. A jelenlegi látogatói szerkezet fenntartása

mindenképpen indokolt, esetleg a külföldi vendégkör nagyobb mérvű bővítése lehet rövidtávon is kitűzhető, vállalható és elérhető cél. Már a jelenlegi látogatottság is felvet bizonyos problémákat, hiányosságokat pl. a közlekedésszervezés, parkolás, higiéniai, egészségügyi szolgáltatások tekintetében.

Az elmúlt 10 év véleménykutatásai, hatásvizsgálatai, az eddigi eredmények egyértelműen alátámasztják, hogy a Savaria Történelmi Karnevál kiforrott rendezvénytermék, a város arca. Kevés hiányzik ahhoz, hogy igazi márka (brand) váljon belőle. Ez azonban már nem (csak) rendezvény-, hanem elsősorban városmarketing kérdés! Mind Szombathely, mind a Karnevál érdemes arra, hogy ezt a prémiumkategóriát megcélozza.

Kelt: Szombathely, 2012. március 20.

11. Mellékletek

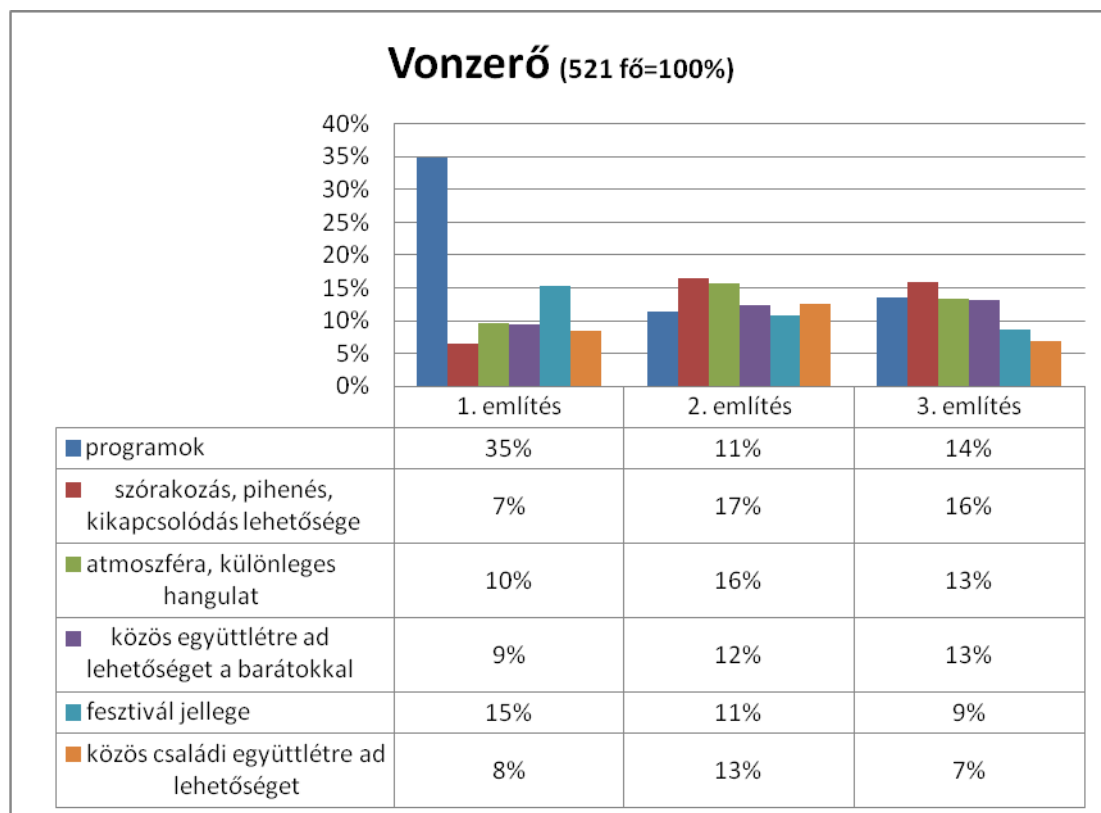
1. sz. melléklet

Hány éves Ön?	
Életkor	Válaszadók száma (fő)
12	1
14	1
15	1
16	5
17	7
18	19
19	16
20	7
21	15
22	16
23	9
24	17
25	21
26	7
27	14
28	15
29	14
30	10
31	11
32	16
33	13
34	15
35	20
36	8
37	23
38	11
39	17
40	17
41	8
42	13
43	15
44	4
45	7
46	4
47	7
48	7
49	4

Hány éves Ön?	
50	4
51	8
52	5
53	8
54	2
55	3
56	3
57	10
58	2
59	2
60	9
61	5
62	1
63	8
64	1
65	4
66	4
67	7
69	1
70	3
71	2
72	3
75	1
76	1
77	3
79	1
84	1
Összesen	517
Hiányzó elemszám	4
Összesen	521

2. sz. melléklet

A diagram a teljes mintára vetítve mutatja meg a releváns vonzerők és a látogatók összefüggéseit.

**3. sz. melléklet**

Városok és községek	Gyakoriság (db)
Győr	14
Sopron	11
Nagykanizsa	8
Székesfehérvár	8
Zalaegerszeg	5
Kőszeg	4
Kecskemét	3
Keszthely	3
Pécs	3
Veszprém	3
Baja	2
Balatonfüred	2
Debrecen	2
Körmend	2
Mosonmagyaróvár	2
Pápa	2

Városok és községek	Gyakoriság (db)
Répcelak	2
Szigethalom	2
Felsőcsatár	2
Sé	2
Apostag	1
Bajánsenye	1
Barcs	1
Bodajk	1
Celldömölk	1
Csombárd	1
Dombóvár	1
Fonyód	1
Göd	1
Ivácsa	1
Kecskemét	1
Lenti	1
Miskolc	1
Mohács	1
Nádasd	1
Nemesvámos	1
Pécsvárad	1
Sárvár	1
Somlóvásárhely	1
Szekszárd	1
Tapolca	1
Tolna	1
Zákány	1
Zalavár	1
Baja	1
Beled	1
Belezná	1
Bozsok	1
Börcs	1
Cák	1
Egyed	1
Gencsapáti	1
Gyórság	1
Ispánk	1
Lenti	1
Muraszemenye	1
Nagyacsád	1
Nárai	1

Városok és községek	Gyakoriság (db)
Nemesszalók	1
Oszkó	1
Öskü	1
Pác	1
Pétfürdő	1
Pósfa	1
Pötréte	1
Pusztacsó	1
Répcelak	1
Sopronhorpács	1
Szentpéterfa	1
Tarján	1
Torony	1
Várpalota	1

4. sz. melléklet

Előforduló kilométerek

Km	Válaszadók száma (fő)
250	14
220	12
20	11
70	11
120	11
25	10
30	10
240	9
60	8
100	7
270	6
110	5
300	5
6	4
15	4
40	4
50	4
90	4
150	4
200	4
17	3
95	3

Km	Válaszadók száma (fő)
222	3
230	3
280	3
10	2
16	2
80	2
117	2
130	2
160	2
180	2
190	2
255	2
260	2
400	2
500	2
4,5	1
5	1
8	1
12	1
21	1
23	1
65	1
72	1
75	1
81	1
82	1
97	1
102	1
105	1
140	1
142	1
166	1
170	1
208	1
221	1
290	1
320	1
330	1
350	1
360	1
430	1
450	1

5. sz. melléklet

Költési összegek

Belépőjegy, bérlet		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	257
	300	2
	400	1
	500	5
	600	2
	700	1
	800	3
	1000	13
	1200	1
	1300	3
	1500	5
	1600	31
	1630	1
	1700	2
	1800	2
	2000	28
	2200	1
	2300	1
	2500	4
	2700	1
	3000	13
	3200	4
	3500	1
	3600	1
	3700	4
	4000	10
	4500	1
	5000	10
	5400	1
	5700	1
	6000	2
	7000	5
	8000	1
	10000	1
	11000	2
	12000	1
	15000	1
	20000	1

	25000	1
	Összesen	425
Hiányzó értékek száma		96
Összesen		521

Rendezvényen fogyasztott étel, ital		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	39
	200	2
	300	1
	400	1
	500	11
	600	2
	700	1
	750	1
	800	2
	815	1
	900	3
	1000	49
	1100	3
	1200	2
	1250	1
	1400	2
	1500	23
	1600	1
	1700	3
	1800	3
	1900	1
	2000	71
	2100	1
	2150	1
	2170	1
	2200	1
	2300	1
	2500	10
	2800	2
	3000	34
	3400	1
	3500	2
	3570	1
	3600	1
	3700	1

	4000	26
	4050	1
	4200	1
	4300	1
	4500	4
	4530	1
	4700	1
	5000	39
	6000	9
	7000	5
	7500	3
	7800	1
	8000	5
	9000	1
	10000	29
	12000	2
	13000	1
	15000	7
	18000	1
	20000	4
	25000	2
	30000	4
	Összesen	428
Hiányzó értékek száma		93
Összesen		521

Rendezvényen kívüli étkezés		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	254
	450	1
	500	4
	1000	10
	1500	4
	1700	2
	1800	1
	2000	13
	2500	2
	2700	1
	2720	1
	3000	4
	3100	1
	4000	8

	5000	16
	6000	7
	6500	1
	7000	4
	8000	3
	10000	13
	12000	1
	15000	3
	20000	4
	25000	1
	30000	1
	50000	1
	Összesen	361
Hiányzó értékek száma		160
Összesen		521

Szállás		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	351
	1000	1
	2000	1
	3000	2
	4000	1
	5500	1
	6000	5
	7500	3
	8000	2
	10000	4
	12000	2
	13000	2
	14500	1
	15000	3
	16500	1
	17500	1
	18000	3
	19000	1
	20000	1
	25000	1
	30000	3
	40000	1
	50000	2
	Összesen	393

Hiányzó értékek száma		128
Összesen		521

Közlekedés, utazás		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	243
	100	1
	200	2
	230	1
	250	1
	300	2
	375	1
	400	2
	500	8
	600	2
	900	3
	1000	14
	1200	2
	1280	1
	1300	1
	1400	1
	1500	5
	2000	17
	2200	1
	2500	1
	3000	17
	3080	1
	3500	1
	3800	1
	4000	7
	4500	2
	5000	13
	5500	2
	6000	8
	7000	3
	8000	5
	9000	2
	10000	7
	12000	4
	20000	3

	Összesen	385
Hiányzó értékek száma		136
Összesen		521

Ajándék, emléktárgy		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	123
	390	1
	500	6
	600	1
	900	2
	1000	35
	1100	1
	1200	4
	1500	10
	1600	1
	1700	2
	1750	1
	1800	1
	2000	64
	2130	1
	2200	1
	2400	1
	2500	2
	3000	42
	4000	16
	4500	1
	4700	1
	5000	39
	6000	3
	7000	4
	7500	1
	8000	2
	10000	12
	12000	1
	15000	1
	17000	1
	Összesen	381
Hiányzó értékek száma		140
Összesen		521

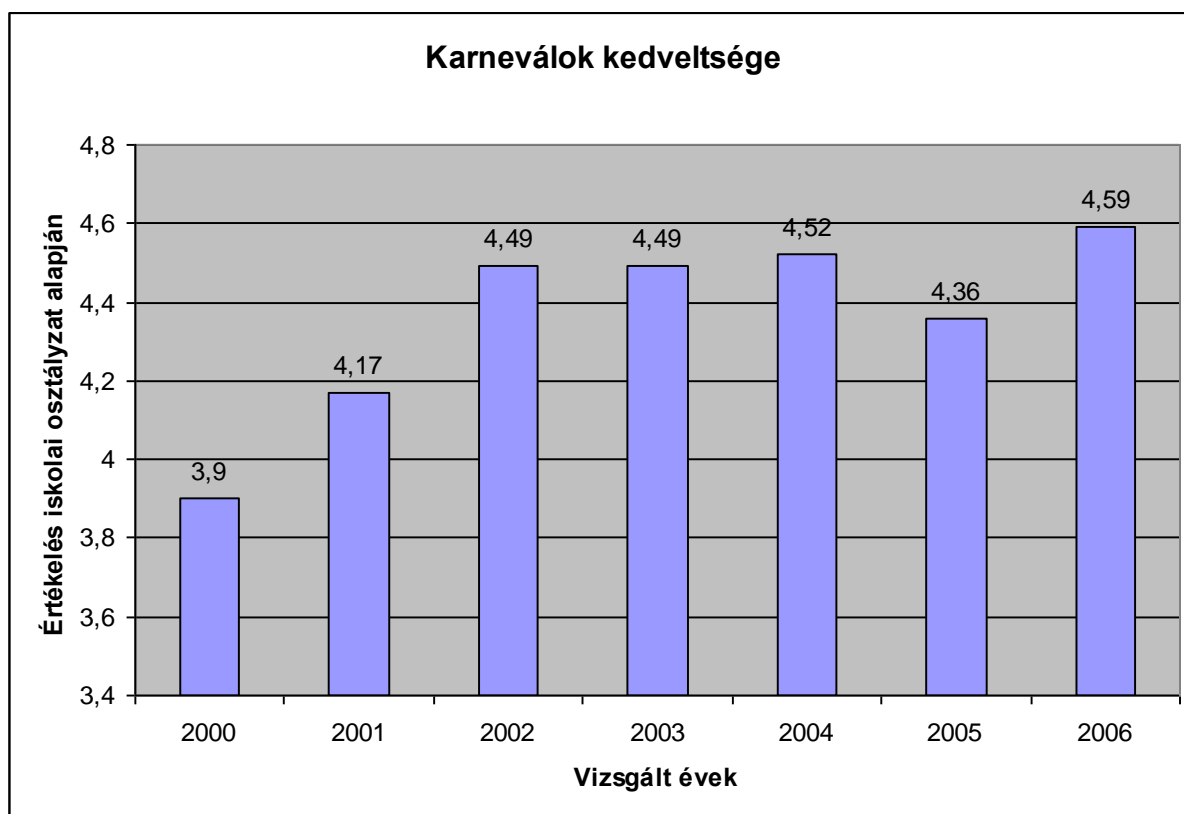
Rendezvényen kívüli különféle vásárlások		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	279
	500	1
	700	1
	1000	7
	1200	1
	1400	2
	1500	3
	1600	1
	1700	1
	2000	14
	2400	1
	2900	1
	3000	3
	4000	3
	5000	13
	6000	3
	6500	1
	8000	2
	10000	1
	15000	1
	20000	1
	30000	1
	Összesen	341
Hiányzó értékek száma		180
Összesen		521

Rendezvényen kívüli egyéb programok		
	Ft	Válaszadó (fő)
	nem költött	306
	300	1
	1000	2
	1040	1
	1100	1
	1500	1
	1600	1
	2000	8
	3000	2
	4000	1
	5000	4
	6000	1

	10000	3
	12000	1
	Összesen	333
Hiányzó értékek száma		188
Összesen		521

6. sz. melléklet

Karneválok összesített kedveltsége⁹. Az értékelés az iskolai osztályzatoknak megfelelően történt. Az értékelés a 2000 és 2001-es évekre vonatkozóan a 2002-ben lekérdezett válaszadók emékezeté és a három rendezvény összehasonlítása alapján történt.



⁹ Karneváli összehasonlító elemzés 2002-2006. Készítette: Limex Kft 2006.

7. sz. melléklet

Kérdőív

A minta nagysága a rendezvény teljes látogatószámának 5%-a, vagy minimum 500 fő legyen!

A.....rendezvény/fesztivál látogatói

1. Honnan értesült a rendezvényről, fesztiválról? Kérjük jelölje X-szel, **TÖBB VÁLASZ LEHET!**

programfüzetből	
Tourinform irodától (külföldiek esetében a Magyar Turizmus Zrt. képviselőjén)	
egyéb információs irodából, információs pontból	
utazási iroda programkínálatából	
utazási kiállításon	
plakátról	
szórólapról	
sajtóból (újság, magazin stb.)	
rádióból	
televízióból	
személyes ismerőstől, baráttól	
internetről - fesztivál saját honlapjáról	
internetről – egyéb közösségi honlapról	
visszatérő vendége vagyok a fesztiválnak, ismerem itt lakom	
épp erre jártam, „belecsöppentem”	
egyéb helyről, éspedig:.....	

2. Mi vonzotta a rendezvényre, fesztiválra?

Kérem, válassza ki és rangsorolja az alábbi szempontok közül azt a hármat, amely miatt rendezvényünket választotta!

**1 - első legfontosabb 2 - második legfontosabb 3 – harmadik legfontosabb
CSAK HÁROM SOR LEGYEN KITÖLTVE!**

SZEMPONTOK	HÁROM LEGFONTOSABB		
a) a programok	1	2	3
b) a fesztivál/rendezvény jellege, műfaja	1	2	3
c) művészekkel való találkozás	1	2	3
d) a környék természeti és kulturális látnivalói	1	2	3
e) közös családi együttlétre ad lehetőséget	1	2	3
f) közös együttlétre ad lehetőséget a barátokkal	1	2	3
g) kedvező jegyárak	1	2	3
h) a fesztivál/rendezvény környékén található szálláshelyek, vendéglátóhelyek	1	2	3
i) az atmoszféra, a különleges hangulat	1	2	3
j) a szórakozás, pihenés, kikapcsolódás	1	2	3

lehetősége			
k) a fesztivál/rendezvény által kínált életforma (pl. bulizás, sátrazás)	1	2	3
l) az ismerősök ajánlásai	1	2	3
m) a reklámok	1	2	3
n) egyéb, éspedig:.....	1	2	3

3. Honnan érkezett a fesztiválra/rendezvényre?

- 1 - Itt lakom
- 2 - Budapestről (ha nem budapesti a rendezvény)
- 3 - Környező településen lakom (nem Budapesten)
- 4 - Más vidéki városból, annak megnevezése:.....
A város, amelyből érkezett, melyik megyében található:.....
- 6 - Más községből, faluból, annak megnevezése:.....
- 7 - Külföldről, ország neve:.....

HA NEM HELYI LAKOS ÉS BELFÖLDRŐL ÉRKEZETT:

3.a.: Hány km-re lakik innen?km

HA NEM HELYI LAKOS:

4. Ön kifejezetten a rendezvény/fesztivál miatt érkezett településünkre?

1 – igen 2 – nem 3 – is, részben

AZ 5-8. KÉRDÉSEKET, CSAK ABBAN AZ ESETBEN KÉRJÜK KITÖLTENI, HA A FESZTIVÁL/RENDEZVÉNY MIATT ÉRKEZETT A TELEPÜLÉSRE (4. kérdés 1-es vagy 3-as kód)!

5. Ki szervezte a látogatást, utazást?

- 1 - Magánszervezés (házastárs, barát, stb.)
- 2 - Munkahelyi, iskolai, egyházi szervezés
- 3 - Utazási iroda szervezte
- 4 - Egyéb szervezés, éspedig:.....

6.a. Összesen hány napon vesz részt a fesztiválon/rendezvényen? nap

6.b. Hány éjszakát tölt a településen vagy a környéken?(függetlenül a rendezvényen eltöltött napok számától)éjszakát

HA LEGALÁBB EGY ÉJSZAKÁT ELTÖLT A TELEPÜLÉSEN VAGY A KÖRNYÉKEN:

7. Hol lakik az itt-tartózkodása során?

- 1 - 1-3 csillagos szállodában
- 2 - 4-5 csillagos szállodában
- 3 - panzióban

- 4 - kempingben
 5 - magánszemélynél, költségtérítés ellenében
 6 - egyéb helyen (kollégium stb.) költségtérítés ellenében
 7 - nem fizet a szállásért, ismerősnél, barátánál, saját lakásban, stb.

8.a. és 8.b. kérdéseknél TÖBB VÁLASZ is LEHETSÉGES!

	8.a. Milyen közlekedési eszközzel érkezett? Jelölje X-szel!	8.b. Melyik közlekedési eszközzel tette meg a legnagyobb távolságot! Kérjük jelölje X-szel!
Busz		
Autó		
Vonat		
Motor		
HÉV		
Egyéb		

MINDENKITŐL:

9. Hány fős társasággal érkezett a rendezvényre (magát is beleértve)? fő

9.a Ha nem egyedül érkezett, akkor ki az/kik azok, akikkel jött?

TÖBB VÁLASZ LEHET!

	Kérjük jelölje X-szel
Barát, ismerős, osztály- vagy évfolyamtárs, munkatárs	
Férj, feleség, élettárs	
Más családtag	
Egyéb	

10. Ön mekkora összeget költött vagy tervez elkölteni a rendezvényen?

Kérem, **csak az Önre eső kiadásokat számolja össze**, a családtagokét, a barátokét ne vegye figyelembe, akkor sem ha Ön fizette! Ha több napig vesz részt a fesztiválon/rendezvényen, vagy ha több napon keresztül tartózkodik a településen, az összes kiadást vegye figyelembe! Kérem minden sorban szerepeltessen jelölést!¹⁰

A megkérdezett látogató kiadásai	Ft/fő	Válaszhiány oka
a) a fesztivál/rendezvény belépőjegyére, bérletére (saját részére)		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni
b) a fesztivál/rendezvény helyszínein, területén vásárolt ételre, italra		0 – nem költött X – nem akar/nem tud

¹⁰ Az adatok feldolgozásához fontos, hogy ha nem kerül megadásra a Ft összeg, a válaszhiány oka mindenképpen meg legyen jelölve

		válaszolni
c) a fesztiválon/rendezvényen kívüli étkezésre, élelmiszervásárlásra, éttermi fogyasztásra, sörözésre, borozásra		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni
d) szállásra		0 – nem költött, itt lakik X – nem akar/nem tud válaszolni, a jegyárban benne van
e) az ide-, illetve a hazautazásra (külföldiek Móra való utazásának költségeit ne számolják!), az itt-tartózkodás során a közlekedésre, utazásra (Ha többen egy autóval érkeztek, csak az Önre eső összeg!)		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni
f) a fesztiválhoz/rendezvényhez kapcsolódóan vásárolt ajándéokra, emléktárgyakra (műsorfüzet, cd, könyv, póló, stb.)		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni
g) egyéb, nem a fesztivál helyszínén történt különféle vásárlásokra összesen (ajándék, ruhanemű, bizsu, bor, kézműves tárgy, stb.)		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni
h) a rendezvényen/fesztiválon kívüli egyéb programokra (városnézés, kiállítások, mozi, strand, sport- esemény, stb.)		0 – nem költött X – nem akar/nem tud válaszolni

11. Ön hányadik alkalommal vesz részt ezen a rendezvényen/fesztiválon?

..... alkalommal

12. Mennyire elégedett Ön a rendezvény/fesztivál szervezésével?

Kérem, értékelje egytől ötig terjedő skála segítségével!
(5- teljes mértékben elégedett, 1-egyáltalán nem elégedett)

Mennyire elégedett...

a) programok szervezésével?	5	4	3	2	1
b) programok mennyiségével?	5	4	3	2	1
c) a programok színvonalával?	5	4	3	2	1
d) a szolgáltatásokkal, infrastruktúrával?	5	4	3	2	1
e) a rendezvénnyel/fesztivállal kapcsolatos információszolgáltatással?	5	4	3	2	1
f) a higiéniával?	5	4	3	2	1
g) a rendezvénnyel/fesztivállal összességében?	5	4	3	2	1

13. Milyen témájú rendezvényeken vett részt az elmúlt egy évben?

TÖBB VÁLASZ LEHET!

	Kérjük jelölje X-szel
1. könnyűzenei	
2. komolyzenei	
3. film	

4. színházi	
5. tánc	
6. népművészeti	
7. összművészeti (pl. Kapolcs)	
8. bor- és gasztronómiai	
9. hobbi (pl. motoros)	

Demográfiai adatok:

1. A kérdezett neme:

- 1 - férfi
- 2 - nő

2. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- 1 – alapfokú
- 2 - középfokú
- 3 - felsőfokú

3. Hány éves Ön?

4. Melyik megyében lakik?

5. Az Ön lakóhelye

- 1 - Budapest
- 2 - Megyeszékhely
- 3 - Más város
- 4 – Község, falu

DÁTUM, AMIKOR A KÉRDEZÉS TÖRTÉNT:

KÖSZÖNJÜK VÁLASZAIT!