

OTDK-DOLGOZAT

2015

**SZOMBATHELY ÉS A SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL
TURISZTIKAI VONZEREJE**

**TOURIST ATTRACTION OF SZOMBATHELY AND THE
SAVARIA HISTORICAL CARNIVAL**

Kézirat lezárva: 2014. november 06.

TARTALOM

1.	BEVEZETÉS	1
2.	KULTÚRA ÉS A TURIZMUS SZEREPE NAPJAINKBAN	2
2.1.	TURIZMUS RENDSZERE.....	2
2.2.	ORSZÁGOS MARKETING SZERVEZET MAGYARORSZÁGON	5
2.3.	KULTURÁLIS TURIZMUS.....	7
2.4.	ÖRÖKSÉGTURIZMUS	9
2.5.	FESZTIVÁLTURIZMUS	11
2.6.	HAGYOMÁNYŐRZŐ TURIZMUS	14
2.7.	NYUGAT – DUNÁNTÚL	15
2.7.1.	Földrajza	16
2.7.2.	Gazdasága	16
2.7.3.	Turisztikai kínálata	17
2.7.4.	Turisztikai kereslete	17
2.8.	SZOMBATHELY	18
2.8.1.	Földrajza	18
2.8.2.	Történelme	19
2.8.3.	Közlekedése	20
2.8.4.	Társadalma.....	21
2.8.5.	Gazdasága	21
2.8.6.	Humán infrastruktúrája	21
2.8.7.	Turizmusa	22
2.8.8.	Turisztikai intézményrendszere	22
2.8.9.	Desztinációs marketinge	23
2.8.10.	Turisztikai kínálata	24
2.8.11.	Turisztikai kereslete	26
2.9.	SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL	26

2.9.1.	Történelme	26
2.9.2.	Marketingkommunikáció	26
2.9.3.	Célcsoport	27
2.9.4.	Turisztikai kínálata	27
2.9.5.	Turisztikai kereslete	29
3.	SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL IRÁNTI KERESLET	
	ALAKULÁSA.....	30
3.1.	SAJÁT EMPIRIKUS KUTATÁSOM EREDMÉNYEI.....	32
3.1.1.	Kérdőívelemzés	32
3.1.2.	A minta demográfiai összetétele.....	39
3.1.3.	Mélyinterjú értékelés	43
3.1.4.	Weblapelemzés	44
4.	SWOT ANALÍZIS.....	46
4.1.	SZOMBATHELY SWOT ANALÍZISE	47
4.2.	SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL SWOT ANALÍZISE.....	48
5.	JÖVŐKÉP ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK.....	49
6.	ÖSSZEGZÉS	51
	FELHASZNÁLT IRODALOM.....	53
	MELLÉKLETEK.....	1

1. BEVEZETÉS

Szombathely az ország nyugati kapuja, 2000 éves múltú megyei jogú város. Mai nevét a középkorban minden szombaton a város Fő terén megrendezett piacról kapta. Az ókori rómaiak Colonia Claudia Savariensium névvel illették, mely később Savaria elnevezésre változott. A település marketingje ma már e történelmi értékekre épít, legfőbb eseménye a nagy hagyományokra visszatekintő évente, augusztus végén megrendezésre kerülő Savaria Történelmi Karnevál. A kulturális rendezvény szórakozási és kikapcsolódási lehetőségeket garantál. Legismertebb és legfőbb eseménye a felvonulás, mely megeleveníti a római kortól az I. világháborúig a korhű életképeket, öltözeteket. Választásom azért esett Szombathelyre és a Karnevál rendezvényére, mert közel áll hozzám a város (édesanyám szülővárosa), illetve családi körben minden évben részt veszünk a programokon.

Dolgozatom célja megvizsgálni Szombathely, valamint a Savaria Történelmi Karnevál turisztikai vonzerejét. Érdekelt, hogy a célcsoportként megjelölt családok látogatják-e leginkább a rendezvényt? Aki a programok miatt érkezik megnéz-e más turisztikai attrakciót a városban vagy a környező településeken, esetleg Ausztriában? Milyen marketingkommunikációs csatornákon keresik fel a célközönséget?

A téma véleményem szerint aktuális. Fontosnak tartom a kulturális turizmusban rejlő lehetőségek kiaknázását, illetve az ebbe a témakörbe tartozó attrakciók középpontba helyezését. Szombathely tekintetében a téma aktualitása, a város és a rendezvény ismertsége, valamint célom megvizsgálni a tovább fejlődés lehetőségeit.

A dolgozat megírása során négy általam felállított hipotézisre keresem a választ.

1. A Savaria Történelmi Karnevál országos ismertsége és marketingkommunikációja ellenére a Nyugat-Dunántúl kiemelkedő rendezvényének számít.
2. A Savaria Történelmi Karnevál jelenlegi célcsoportjának a családokat feltételezem.
3. A város a Savaria Történelmi Karnevál adta lehetőségeket maximálisan kihasználja.

Dolgozatom megírása első lépéseként részletes ütemtervet készítettem saját munkám megkönnyítése érdekében. Szekunder és primer kutatásokat végeztem. Másodlagos adatgyűjtésemhez lexikonok, szakirodalmak, szaklapok, tanulmányok, valamint az internet szolgáltattak alapot. Elsődleges információgyűjtésem során kérdőíves megkérdezést végeztem az interneten és személyesen a Karnevál ideje alatt. Mélyinterjúkat szerveztem Szommer Ildikóval, a Savaria Történelmi Karnevál Fesztiváligazgatójával, Mérei Tamással, a Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Alapítvány elnökével, illetve a Savaria Turizmus Nonprofit

Kft. ügyvezetőjével, Borsody-Vörös Csillával. Honlap elemzést és SWOT analízist készítettem mind Szombathelyre, mind a Karneválra vonatkozóan.

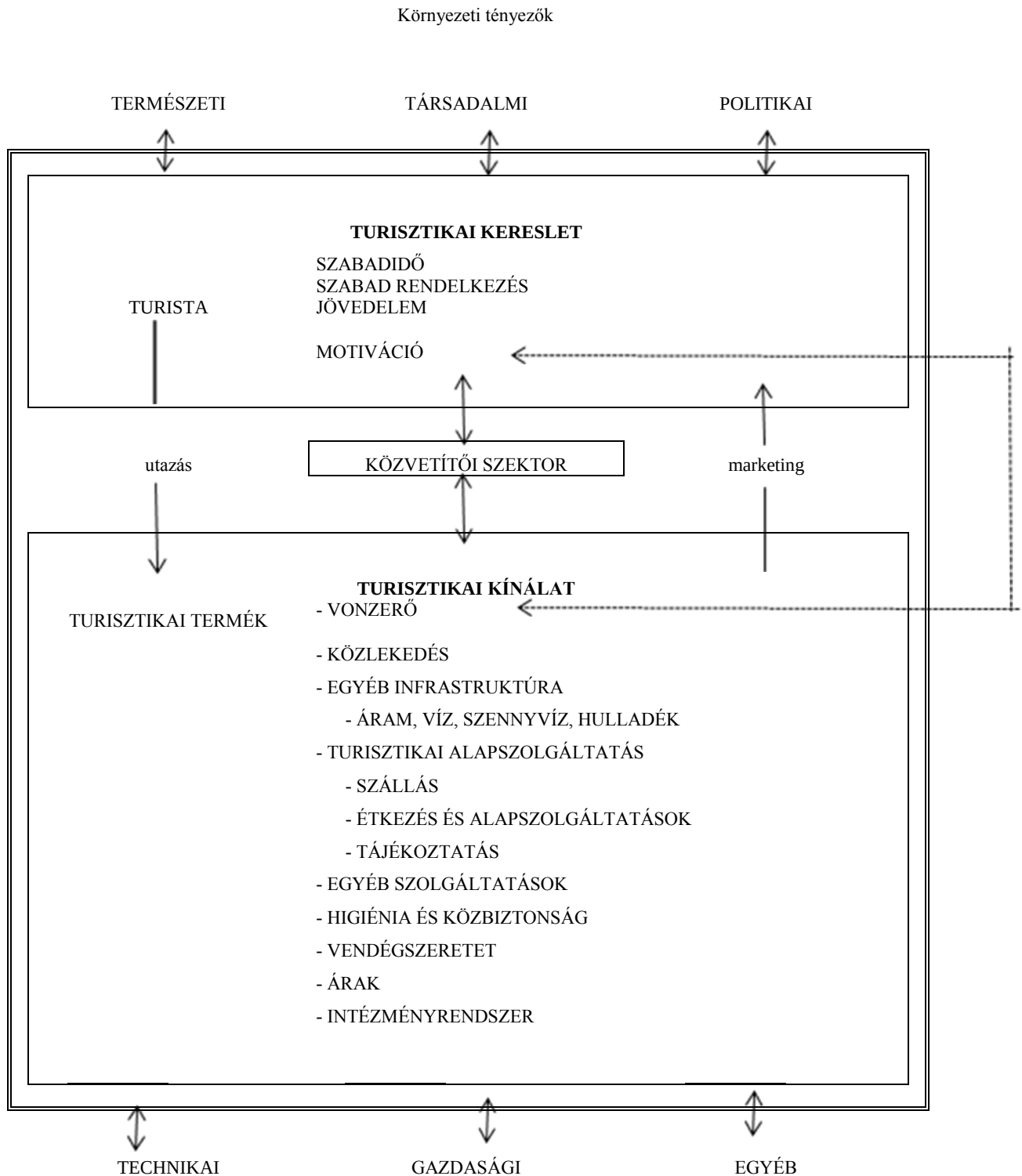
A dolgozat megírása során arra a következtetésre jutottam, hogy további vizsgálatokat lehetne készíteni a témában. Szombathely és a Savaria Történelmi Karnevál országosan ismertek. Célcsoportként felállított családok helyett inkább a 18-30 év közötti korcsoportba tartozók látogatják a Karnevált. Aki a rendezvény miatt érkezik, meglátogatja a turisztikai attrakciók egyikét, de legtöbben nem hagyják el a várost a környező települések vagy Ausztria látványosságaiért. Szombathely és a Savaria Történelmi Karnevál iránti érdeklődés meghaladja a kínálatot, így a folyamatos fejlődés nélkülözhetetlen, hogy hosszútávon ne csökkenjen drasztikusan az ide látogatók aránya.

2. KULTÚRA ÉS A TURIZMUS SZEREPE NAPJAINKBAN

2.1. TURIZMUS RENDSZERE

Az 1. ábra szerint a turizmus két alrendszerre oszlik – keresletre és kínálatra, melyek a turizmus piacának fő alkotóelemei.

1. ábra - A turizmus rendszere



Forrás: Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete¹

¹ Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2004, 103. oldal

„ A turizmus komplex társadalmi jelenség. A turizmus rendszere, amely a keresletet jelentő turistát, valamint a kínálatot megtestesítő turisztikai szektort foglalja magába, dinamikusán változik és nyílt rendszerként kölcsönhatásban áll a társadalmi, kulturális, politikai, gazdasági, természeti és technológiai környezet elemeivel. A turizmus és környezete között kölcsönös függés alakul ki, tehát a környezet egyes tényezői befolyásolják a turizmus fejlődését, a turizmus pedig visszahat környezetére, bár a hatóerők nem feltétlenül egyenlő nagyságúak.”²

A turizmus rendszere két alrendszerre, a keresletre – azaz a turistákra - és kínálatra – azaz a turisztikai termékre – osztható. A keresleti és kínálati oldal között az összeköttetés a marketing, az utazás szervezők és közvetítők – azaz a közvetítői szektor, illetve maga a turista utazása. „A turisztikai szervezetek által kifejtett tevékenység, amely egy adott fogadóterület termékeinek és szolgáltatásainak megvásárlására hivatott rávenni a fogyasztót. Ehhez ismerni kell a fogyasztói igényeket és vásárlási szokásokat, azoknak megfelelően kell kialakítani, megismertetni és értékesíteni a kínálatunkat, végül fontos megszerezni a visszacsatolást, és annak alapján elvégezni a szükséges korrekciót.”³ A turista utazása a szabadon elkölthető, azaz diszkrecionális jövedelmen, illetve a szabadidőn kívül, a motivációján múlik. A motiváció több befolyásoló tényezőtől függ, de legfontosabb a vonzerő (attrakció), melynek fel kell keltenie az érdeklődését, így ez kapcsolati pont lesz a keresleti és kínálati oldal között. Ezt jelenti a szaggatott vonal az 1. ábrában a motiváció és a vonzerő között. A turisztikai termék legfontosabb tulajdonsága, hogy attrakcióval rendelkezzen, kell valami egyedülállót nyújtania, amiért a turista meglátogatja. Ezen kívül sok tényezőnek kell teljesülnie, ahhoz hogy a termék eladhatóvá váljon. Ilyen a szállás, étkezés, közlekedés, infrastruktúra, biztonság és higiénia. Ezek tökéletes meglétére van szükség az utazási döntésnél. „A turista nem szálláshelyet vagy biztonságot keres, hanem olyan élményt, amelynek része mind a jó közbiztonság, mind pedig a kielégítő minőségű szálláshely.”⁴ Ezen kívül egyéb összetevőkkel is rendelkeznie kell a terméknek, hogy a vendég komfortosan érezze magát. Ez azért lényeges, mert visszatérő vendéget csinálhatunk belőle, illetve a turisztikai termék tekintetében a legjobb marketingeszköz a pozitív szájreklám. („A szájreklám (word-of-mouth) az, amikor az emberek egymás között beszélgetnek, elmondják a véleményüket,

² Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 19. oldal

³ Dr. Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2004, 104. oldal

⁴ Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 20. oldal

tapasztalataikat a termékekről.”⁵). A hazai turizmus elengedhetetlen mozgatórugója a Magyar Turizmus Zrt., mely a különböző attrakciók, az ország imázsának marketingjével foglalkozik.

2.2. ORSZÁGOS MARKETING SZERVEZET MAGYARORSZÁGON

„A Magyar Turizmus Zrt. a Magyar Fejlesztési Bank egyszemélyi tulajdonában lévő, nemzeti turisztikai marketingszervezet, amelyet az Országos Idegenforgalmi Hivatal jogutódjaként 1994. március 1-jén Magyar Turisztikai Szolgálat néven hoztak létre. A Magyar Turizmus Zrt. küldetése, hogy hozzájáruljon a hazai turisztikai kínálat piacra viteléhez és ezáltal elősegítse a Magyarországon realizálódó belföldi és nemzetközi turizmusból származó bevételek növelését. Ezzel támogatja a magyar gazdaságban újabb munkahelyek létrehozását és fenntartását, hozzájárul a magyar GDP kiegyensúlyozott növekedéséhez és pozitívan befolyásolja az ország folyó fizetési mérlegét.

A kitűzött célok elérését az alábbi konkrét feladatok segítik:

- Magyarország, mint turisztikai desztináció arculatépítése, imázsának javítása, ismertségének növelése belföldön és külföldön,
- a magyar turisztikai kínálat piacra juttatásának segítése versenysemleges módon, belföldön és külföldön,
- a regionális együttműködések támogatása a turizmusmarketing területén,
- marketingkommunikációs tevékenység folytatása belföldön és külföldön,
- turisztikai információ biztosítása a belföldi és a Magyarországon tartózkodó külföldi turisták, a potenciális utazók, a döntéshozók, a belföldi és a külföldi turisztikai szakma számára.”⁶

A Magyar Turizmus Zrt. minden évben közzé teszi az aktuális marketingtervét, mind online letölthető, mind megvásárolható verzióban. A szervezet foglalkozik a kiemelt rendezvények marketingjével és számon tartásával. Ezen marketing koncepciók keretén belül a belföldi turizmus fellendítése érdekében „2006 óta egy – egy téma köré fókuszálja belföldi marketingtevékenységét.”⁷ Ezek a következők:

⁵ http://www.sikermarketing.hu/mi_marketing 2014.08.14.

⁶ <http://szakmai.itthon.hu/magyar-turizmus-zrt> 2014.10.23.

⁷ Turizmus Bulletin, XIV. évfolyam, 3. szám, Sulyok Judit – Polgár Judit: A Kulturális Turizmus Éve 2009 témaév legfontosabb eredményei, 33. oldal

1. Táblázat: Tematikus Évek

Év	Témaév megnevezése	Év	Témaév megnevezése
2006	Gasztronómia éve	2007	Zöld Turizmus éve
2008	Vizek éve	2009	Kulturális Turizmus éve
2010	Fesztivál Turizmus éve	2011	Egészségturizmus éve

Forrás: Saját Kutatás, 2014.

A témaévek célja az erők koncentrációja (partnerek toborzása és közös akciók kidolgozása). A cél mind a hazai, mind a külföldi látogatók vonzása a magyar turizmus egy - egy gyöngyszemének kiemelésével és bemutatásával. További feladatai közé tartozik a hazai Tourinform Irodák szakmai irányítása.

Tourinform hálózat

„A Magyar Turizmus Zrt. szakmai irányításával, névhasználati szerződés keretében jelenleg közel 130 turisztikai információs iroda működik Magyarországon. A Tourinform irodák turisztikai információkkal látják el a területükre érkező belföldi és külföldi turistákat, versenysemleges módon közvetítik a szolgáltatók kínálatát, kulcsszerepet töltenek be a települési, térségi turisztikai marketing gyakorlati megvalósításában, segítséget nyújtanak a nemzeti turisztikai kiadványok terjesztésében, valamint naprakészen tartják a Nemzeti Turisztikai Adatbázisban szereplő mintegy 30.000 hazai turisztikai szolgáltatás adatait.”⁸ Az irodák legfontosabb feladata a betérő vendégek informálása a helyi turisztikai attrakciók, események, rendezvények sokszínűségéről. A különböző prospektusok, térképek, katalógusok, ingyenes szóróanyagok segítségével teljes körű információadás, útbaigazítás. A legtöbb Tourinform irodában könyvek, ajándéktárgyak vásárlására is van lehetőség. Az Iroda bemutatása azért fontos a dolgozat tekintetében, mert a legjobban a vendégeket és fogyasztási szokásaikat ők ismerik, illetve a szombathelyi Tourinform segítőkész munkatársai örömmel álltak rendelkezésemre.

⁸ <http://szakmai.itthon.hu/tourinform-halozat> 2014.10.23.

2.3. KULTURÁLIS TURIZMUS

„A kulturális turizmusban olyan turisztikai termékről van szó, amelyben a keresletet képviselő turista motivációja új kultúrák megismerése, kulturális eseményeken való részvétel és kulturális attrakciók meglátogatása, a kínálat központi elemét alkotó vonzerő pedig a felkeresett desztináció sajátos, egyedi kultúrája.”⁹

A kulturális turizmus motivációja a már megszerzett tudás vagy az új ismeret iránti kíváncsiság, vágy. A turista olyan települést választ úti céljának, ahol régi (hagyományörzés, építészet, művészet, történelem) vagy új (kortárs művészeti alkotások, új zenei ágazatok, modern építészet, új színpadi darabok) attrakciók bemutatásával vonzzák a szűk, illetve a tömeges látogatókat. A kulturális turizmus több ágazatot felölel. Ide tartozik a fesztivál-, az örökség-, a hagyományörző-, a vallási-, az esemény-, a falusi-, a bor és a gasztronómia turizmus. Ezen turisztikai termékek között nagy az átfedés, hiszen egy – egy programon több kulturális tényező is megjelenik. Három csoportba bontható a kulturális turizmus, az élettelen, a mindennapi életben kifejeződő és a megelevenített kultúra. „Az élettelen kultúra lényege, hogy bár emberi alkotó tevékenység eredményeként jöttek létre, de közvetlen emberi közreműködés nélkül is hasznosíthatók.”¹⁰ Magyarországon tipikus példái a Szegedi Dóm, a Budapesti Aquincum, a Székesfehérvár melletti Gorsium, az Esztergomi Bazilika, a Visegrádi Vár, a Somoskői Vár. A mindennapi életben kifejeződő kultúra magyarországi legismertebb példája Hollókő, ahol a húsvéti hagyományok keretében a látogatók megismerhetik a népszokásokat, a népviseleteket, a népzene, a néptáncot és résztvevőként maguk is részesei lehetnek a programoknak. A helybeliek a mai napig őrzik és ápolják hagyományaikat. A megelevenített kultúra a legelterjedtebb Magyarországon, hiszen előszeretettel alkalmazzák a különböző történelmi, hagyományörző és múltbéli korok felelevenítése révén. Ide sorolhatók a Visegrádi Várjatek, Sümegi Várjatek, Minden Magyarok Nemzetközi Néptánc Fesztiválja Gyulán, Mohácsi Busójárás, Savaria Történelmi Karnevál Szombathelyen, Augusztus 20.-ai Államünnep országszerte.

„A belföldi és nemzetközi kiemelkedő célpontjai a muzeális intézmények kiállításai és az emlékhelyek. Évek óta mintegy 10 millió látogatót regisztrálnak a múzeumokban, közülük – becslések szerint – 17 – 20% a külföldi turista.”¹¹

⁹www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch05.html#id520752
2014.07.27.

¹⁰www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch05.html#id520752
2014.07.27.

¹¹ Turizmus Bulletin XIII évfolyam, 3. szám, Lakatos Gyuláné: A kulturális turizmus statisztikai mérése, 58. oldal

A Magyar Turizmus Zrt. évről évre különböző témaévek keretében kiemeli egy-egy hazai turisztikai különlegességet, melynek marketingkommunikációjával igyekszik mind a hazai, mind a külföldi turistákat elérni és a programokkal, eseményekkel vendégeket csinálni belőlük. 2009-ben a kulturális turizmus került a középpontban. Az év témái:

- „fesztiválok, kulturális rendezvények,
- városlátogatások,
- bor és gasztronómia,
- élő hagyományok,
- friss: a XXI. század kultúrája, kortárs művészet, stb.”¹²

A marketingkommunikáció eszközeként létrehoztak egy saját weboldalt www.kultura.itthon.hu néven, hirdetéseket és PR cikkeket adtak fel napi és hetilapokban, valamint a legnépszerűbb televízió csatornákon. Új kiadványokkal és megújult eseménynaptárral (fali, valamint online naptár formájában) hívták fel a figyelmet a rendezvényekre és helyszínekre. Ebben az évben kezdődött Pécs2010 Európa Kulturális Fővárosa programjának előkészítése is.

Az Európa Kulturális Fővárosa program „1985-ben kelt életre.”¹³ Évente 2 – 3 ország nyeri el a címet az Európai Uniótól. 2010-ben Pécs kapta meg a lehetőséget, hogy felpezsdítse kulturális életét és megismertesse magát a nagyvilággal. „A Pécs2010 program 5 kulcsprojektre épül, amelyek a kulturális programok méltó, európai szintű megvalósításának eszközei és hosszútávon megfelelő infrastruktúrát biztosítsanak a kreatívipar fejlődéséhez Pécsen. A beruházások célja, hogy Pécs rendelkezzen megfelelő számú, nagyságú és európai színvonalú kulturális művészeti térrel, valamint, hogy előremozdítsák a jelen lévő kulturális potenciál gazdasági hasznosulását, a kreatív ipar és turizmus fejlődését. A kulcsprojektek a következők:

- Pécsi Konferencia-és Koncertközpont
- Zsolnay Kulturális Negyed
- Nagy kiállítótér – Múzeum utca rekonstrukció
- Dél – Dunántúli Regionális Könyvtár és Tudásközpont
- Közterek és parkok újjáélesztése”¹⁴

A városban több mint 2000 kulturális program valósult meg az egy év alatt fesztiválok, koncertek, kiállítások keretében. „Az egyes látogatócsoportok arányaira

¹² Magyar Turizmus Zrt. 2009. évi marketingterve, 2009., 12. oldal

¹³ http://www.kulturpont.hu/content.php?hle_id=9715 2014.08.10.

¹⁴ Magyar Turizmus Zrt. 2010. évi marketingterve, 2010., 30. oldal

vonatkozó adatok szerint a legtöbb városban a látogatók mintegy 30-40%-át a helyi lakosok, 10-20%-ra volt tehető az egy napos kirándulók, 20-30%-ra a hazai turisták és 10-20%-ra a külföldi turisták aránya.”¹⁵ A belföldi turisták, illetve a helybeliek mellett a következő küldő piacokat célozták meg: „Horvátország, Ausztria, Olaszország, Németország, Franciaország.”¹⁶ A program sikeresen zárult, a tervezett beruházások megvalósultak, és Pécs látogatószáma is nőtt. „A külföldi vendégek által eltöltött éjszakák száma alapján a 12., a belföldiekénél pedig a rangsor 13. helyén található. A vendégek és az éjszakák száma is jelentősen nőtt (26, valamint 28%-kal.)”¹⁷ A kulturális turizmus részeként az örökségturizmus iránt nagy az érdeklődés, hiszen történelem mindig ezernyi meglepetéssel kecsegtet.

2.4. ÖRÖKSÉGTURIZMUS

„Az örökségattrakciók az állandóságot képviselik egy folyamatosan változó világban, ezért napjainkban komoly vonzerővel rendelkeznek. A múlt, az örökség iránti érdeklődés elsősorban az tartja fenn, hogy a jelen nem képes alapvető emberi – kulturális – társadalmi igényeket kielégíteni, így az emberek a történelem felé fordulnak.”¹⁸

Az örökségturizmus kapcsán beszélhetünk kulturális és természeti örökségekről. „A kulturális örökség tovább bontható megfogható és megfoghatatlan elemekre. Az előbbibe tartozik a például minden épített örökség vagy műtárgy, az utóbbiba például a zene, a művészetek vagy a szokások.”¹⁹

Az örökségturizmus által a turista a múltat szeretné felfedezni. Egyre fontosabb szerepet játszik a saját, valamint a különböző nemzetek múltjának, kultúrájának, gasztronómiájának megismerése. Az örökségek iránti érdeklődés az elmúlt 50 évben kezdett növekedni. Ennek okai:

- „emelkedő iskolázottság,
- a média fokozott részvétele az örökségértékek bemutatásában, népszerűsítésében,
- az örökségek áruvá változása, fogyaszthatóvá tétele a turizmusszektor közreműködésével,
- új örökségturisztikai termékek kialakítása,

¹⁵ Rác Tamara: Kultúra szerepe a turizmusban és a városfejlesztésben, Kultúrpoint Iroda, Budapest, 2006, 21. oldal

¹⁶ Magyar Turizmus Zrt. 2009. évi marketingterve, 2009., 15. oldal

¹⁷ KSH jelentés a turizmus 2010.évi teljesítményéről, 2010., 45. oldal

¹⁸ Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 67. oldal

¹⁹ Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 68. oldal

- az örökségturizmus egyéni és társadalmi értékének, támogatottságának növekedése,
- fokozott igény új utazási formák, programok, tevékenységek iránt.”²⁰

Az örökségturizmus részét képezik a különböző hagyományőrző fesztiválok (hollókői húsvét), történelmi karneválok (Savaria Történelmi Karnevál), a népművészeti, népi örökségek bemutatása (Szentendrei Skanzen), az írók, költők, művészek életéhez kötődő fontosabb helyszínek látogatása. Az örökségturizmus attrakcióit összefoglaló táblázatot 1. számú mellékletben találják. A táblázat az örökségek sokszínűségét illetve az erre építő turisztikai szolgáltatásokat, programokat mutatja be.

Az örökségturizmus részét képezik az UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Egyesült Nemzetek Nevelésügyi, Tudományos és Kulturális Szervezete) által listázott világörökségi helyszínek. A Világ Kulturális és Természeti Örökségének Védelmére Vonatkozó Egyezmény 1972-ben született azzal a céllal, hogy megmentse az „emberiség egésze számára közös kincset jelentő értékeket.”²¹ A bizottság (létszáma 21 fő) évente egyszer ülésezik, és három kategóriában döntenek és adnak rangokat. A három kategória a következő: természeti környezet, kulturális örökség, kultúrtáj. Magyarország 1985 óta tagja az egyezménynek, azóta 9 világörökségi helyszínnel büszkélkedhet.

2. Táblázat: Magyarország világörökségi helyszínei

	Világörökség neve	Ideje	Kategória
1	Budapest: Duna-partok, Budai Várnegyed, Andrássy Út	1987, 2002	Kulturális
2	Hollókő Ófalu és környezete	1987	Kulturális
3	Aggteleki-karszt és Szlovák-karszt barlangjai	1995	Természeti
4	Ezeréves Pannonhalmi Bencés Főapátság és természeti környezete	1996	Kulturális
5	Hortobágyi Nemzeti Park - Puszta	1999	Kultúrtáj
6	Pécs Ókeresztény temetője	2000	Kulturális
7	Fertő - Neusiedlersee	2001	Kultúrtáj
8	tokaji történelmi borvidék	2002	Kultúrtáj
9	Busójárás	2009	Szellemi

Forrás: Saját kutatás, 2014.

²⁰ Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 71. oldal

²¹ Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007, 36. oldal

További világörökségi várományosi listás értékeink (9 darab):

- „Ipolytarnóc – Óslelőhely,
- Komárom- Komarnoi erődrendszer,
- Dunakanyar – Kultúrtáj,
- rózsadombi termálkarszt területe,
- Lechner Ödön és kortársai (magyar szecesszió),
- Tihanyi-félsziget a Tapolcai-medence tanúhegyeivel és a Hévízi-tóval,
- a római limes magyarországi szakasza,
- a Mezőhegyesi Állami Ménesbirtok,
- a hazai tájház hálózat és az Északkeleti- Kárpát-medence fatemplomai.”²²

A kulturális turizmusban az örökségek mellett a fesztiváloknak van nagy vonzerejük, Magyarország számos színvonalas rendezvénnyel büszkélkedhet.

2.5. FESZTIVÁLTURIZMUS

„Fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi, ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson.”²³

A fesztiválok közösség építő szerepük miatt terjedtek el. Egy helyi városünnep, falunap legnagyobb célja a közösség megmozgatása, lehetőséget biztosít a település infrastrukturális fejlődésére, „a kultúra regenerációjára, a helyi identitástudat erősítésére, és olyan képességek (szervezés, együttműködés) elsajátítására, amelyek hasznosak a gazdasági élet területén. Habár a helyi fesztiválok ritkán válnak turisztikai vonzerővel rendelkező eseménnyé, szerepük jelentős a közösségépítés, a helyi életminőség lágy tényezőinek (jólét) szempontjából.”²⁴

Magyarországon számos vonzza a látogatókat. Ezen programok hozzájárulnak az országimázsz, az infrastruktúra, a gazdaság előremozdításában. „A nagyobb fesztiválok turisztikai szempontból is komoly jelentőséggel rendelkeznek, egy jól tervezett fesztivál

²² Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007, 37. oldal

²³ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 3. oldal

²⁴ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 6. oldal

kiemelkedő turisztikai márkaértéket képviselhet egy desztináció életében.”²⁵ Magyarországon tipikus példa erre a Sziget Fesztivál Köztársaság és a VOLT fesztivál. A Sziget fesztivál 1993-ban²⁶ került először megrendezésre és kezdetben szájkéklám útján terjedt. Évről évre rohamosan fejlődik, sok nemzetközi előadót és turistát vonz, Budapest jelentős gazdasági és turisztikai értékét képviseli. A VOLT fesztivál 1993²⁷ óta várja az érdeklődőket. Városi rendezvénynek indult, napjainkban Sopron városmárkájaként szolgál.

Egyre nagyobb hangsúly helyeződik a fenntartható fejlődésre, melyre a környezetvédelemmel próbálják felhívni a figyelmet. Napjainkban számtalan szálloda, étterem, egyéb szolgáltató figyel a környezetünk megóvására, így fesztiválok sem lettek kivételek. „A zöld elveket is szem előtt tartó rendezvényszervezőnek úgy kell megtervezni és lebonyolítani egy fesztivált, hogy minél alacsonyabban tartsa a környezetterhelését.”²⁸ A Sziget Fesztivál Köztársaság területén mindenkinek vennie kell egy szemeteszsákot, melyet, ha megtölt a fesztiválózó a saját szemetével a zsák ára mellé még Zöld Fesztiválózó emléklapot is kap ajándékba.

„A fesztivállátogatás keresletéről további érdekes információkkal szolgálhat, hogy a Nemzeti Kulturális Alap által támogatott rendezvényeken kérdőíves megkérdezés (magyar, angol és német nyelvű kérdőívek) vizsgálja a látogatók jellemzőit. Az egységes kérdőív – amely kiterjed a fesztiválok kiválasztására, az információforrásokra, a fesztivállátogatáshoz kapcsolódó költségre és az elégedettségre egyaránt – segítségével a magyarországi rendezvénypiac keresleti oldaláról széleskörű összehasonlító adatok fognak rendelkezésre állni.”²⁹ Ezen rendezvények szervezése kulcsfontosságú mozzanata az előzetes igényfelmérő kutatás. A felmérések általában kvantitatív (kérdőíves) vagy kvalitatív (fókuszcsoporthoz) megkérdezéssel történnek. „A Magyar Turizmus Zrt. által meghirdetett témaévekkel kapcsolatos kutatások a kampányév előzetes és utólagos vizsgálatát egyaránt magukban foglalják.”³⁰

A Magyar Turizmus Zrt. tematikus kampányévekkel igyekszik felhívni a Magyarországon megrendeződő programokra, a természeti adottságokra a figyelmet. (A témaéveket összefoglaló táblázatot a 12. oldalon találják). 2010-ben a Fesztiválturizmusé lett

²⁵ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 6. oldal

²⁶ www.parameter.sk/rovat/kultura/2009/08/10/sziget-fesztival-tortenete 2010.08.10.

²⁷ www.sopron.co.hu/tartalom/volt-story.htm 2014.08.10.

²⁸ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam, 3.szám, Kovács Bence – Újszászi György: Zöld Fesztiválok, 66. oldal

²⁹ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 9. oldal

³⁰ Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 9. oldal

a fő szerep. A témaév célja a vendégéjszakák számának növelése, valamint az együttműködés fokozott előremozdítása. „A Fesztiválok Éve témaévben, a belföldi turizmusban részt vevők és a fesztivállátogatók egyaránt megszólításra kerülnek. Ennek értelmében:

- „a belföldi – nem fesztiválhoz kötődő – utazásokon részt vevők körében népszerűsítjük a fesztiválokat,
 - a belföldi utazók felé a fesztiválokat kommunikáljuk, ami magába foglalja az utazásoknak a fesztiválok idejére való időzítésének lehetőségét,
 - a fesztiválokról rendelkezésre álló információkat tematizált formában, naprakészen jelenítjük meg (elsősorban online adatbázisban),
- a fesztivállátogatókat a fesztiválokon, kreatív és játékos módon szólítjuk meg, ami támogatja a fesztivál környékének megismerését és a jövőbeni utazásokra való ösztönzését.”³¹

Fejlesztésre szánják a kiemelt rendezvények számának növelését, illetve a programok előzetes bejelentését, hiszen két nagyszabású rendezvény nem kerülhet megrendezésre egy helyen egy időben. Fontosnak tartják a rendezvények adatbázisban történő rögzítését, így a közönséget is egyszerűbb marketinggel lehetne megközelíteni, másodsorban nyomon követhetőbb lenne e programok, programsorozatok látogatószámának nyomon követése. „Konkrét kép lesz kialakítható a hazai fesztiválpiacon, amely stratégiai tudatossághoz vezethet, mind közfinanszírozásban, mind innováció - és differenciálás –központú fejlesztés, kommunikáció terén.”³²

Magyarország turizmusában egyre nagyobb teret hódít a hagyományok iránt való érdeklődés, illetve a múlt felé fordulás, bár ennek mértéke és megmozgató ereje nem éri el a fesztivállátogatói szokásokat.

³¹ Magyar Turizmus Zrt. 2010. évi marketingterve, 2010., 40. oldal

³² Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái, 12. oldal

2.6. HAGYOMÁNYŐRZŐ TURIZMUS

„A hagyomány fogalmát, ha meg akarnánk határozni, talán úgy fogalmazhatnánk meg, hogy mindaz, ami őseinktől reánk maradt. Az értelmező szótár szerint egy közösségben tovább élő, tudatosan ápolt szokás, szellemi örökség.”³³

A hagyományőrző turizmus a régi népszokások, hagyományok bemutatására alapozva hoz létre turisztikai vonzerővel rendelkező eseményt. „Európa nem arra kíváncsi, hogy átvettünk-e mindent, amit az európai művelődés nyújthat, hanem arra, hogy a magunkéból mivel gyarapítottuk az európai kultúrát.”³⁴ Magyarország sokszínű hagyományokkal rendelkezik. Ennek oka, hogy különböző népcsoportok éltek a különböző tájegységeken, akiknek mind megvolt a maguk tájszólása, nyelvhasználata, hagyományai. Ebből a sokszínűségből alakult ki a mai magyar hagyományrendszer. A legnagyobb népcsoportok a csángók, a palócok, a székelyek, a besenyők, a matyók, a hajdúk és a jászok. Példaként pár mondatban bemutatnám a palócokat. „A Palócföld hazánk északi részén terül el, a Mátrától és a Bükk-től északra fekvő terület: a Felföld valamint a Mátra vidéke. A palóc ember szereti a társaságot, s a farsang, lakodalom, búcsú, disznótor mind jó alkalmak a társas összejövetelre. Nyelvjárásuk eltér a többi vidék nyelvétől: 'a' hang helyett rövid 'á'-t ejtenek, az 'á' hang helyett pedig inkább mély 'a'-t mondanak.”³⁵ Ehhez hasonlóan a többi népcsoportnak is megvoltak a jellemző vonásaik. Legfontosabb népszokásainkat összefoglaló táblázatot a 2. számú mellékletben olvashatják. A hagyományőrző turizmus a táblázatban felsorolt népszokások felelevenítésére törekszik. Magyarország két nagy példája a Hollókői húsvét, illetve a Mohácsi busójárás. Ezek a programok szintén városmárka építő hatással rendelkeznek, hiszen automatikusan a városra asszociálunk a rendezvény nevének hallatán.

„A Mohácsi busójárás megjelenéséről a XVIII. század végéről vannak az első adatok. A busójárás a más népek hiedelemvilágában is megtalálható télbúcsúztató, tavaszköszöntő, oltalmazó, termékenységét varázsló ünnepek családjába tartozik. A busó öltözete régen is olyan volt, mint ma: szőrével kifordított rövid bunda, szalmával kitömött gatyá, amelyre színes, gyapjúból kötött cifra harisnyát húztak, lábukon bocskort viseltek. A bundát az öv vagy marhakötél fogta össze derekukon, erre akasztották a marhakolompot. Kezükből az elmaradhatatlan kereplőt vagy a soktollú, fából összeállított buzogányt tartották. A

³³ http://www.kozpont.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=4136%3Aa-hagyomanyrzes-oesszekoet-kapocs-multunk-es-jelenuenk-koezoett&catid=38%3Atarsadalom&Itemid=57 2014.08.15.

³⁴ Dr. Horváth Attila: Turizmus a kultúrában, kultúra a turizmusban, Budapest, Magyar Művelődési Intézet, 1999., 50. oldal

³⁵ webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cydv5x1zpzWJ:www.vilagnakviraga.hu/kotetek/palocok.pdf+&cd=8&hl=hu&ct=clnk&gl=hu 2014.08.16.

leglényegesebb azonban, ami a busót busóvá teszi: a fűzfából faragott, hagyományosan állatvérrel festett birkabőrscuklyás álarc.”³⁶

A beöltözött legények a várost végigjárva házról-házra jókívánságokat regéltek, ezért cserébe ételt-italt reméltek. Napjainkban már inkább a turisztikai látványosságra alapoznak, így a városban gyülekeznek, illetve a Dunán csónakokkal kelnek át ágyúkkal és egyéb fegyverekkel. A mulatság a Fő téren veszi kezdetét, majd ugyanitt fejeződik be óriás máglyarakással. Közben a város utcáin hangoskodással, zajongással üldözik el a telet és várják a tavasz beköszöntét. A busójárás 2009-ben került az UNESCO Világörökségi listájára. Ennek hatására megnőtt a látogatók száma.

„A kulturális értékek jelentős szerepet játszanak a magyar turisták utazási döntésében. A felnőtt lakosság érdeklődését leginkább a világörökségi helyszínek, a kastélyok, a műemlékek és a templomok keltik fel, ezt követik a színházi és szabadtéri előadások, valamint a múzeumok, kiállítások.”³⁷ Magyarországon számos történelmi fesztivált rendeznek meg évente. Ilyenek például a Végvári Vigasságok Történelmi Fesztivál Egerben, a Nádasdy Történelmi Fesztivál Sárovaron, a Savaria Történelmi Karnevál Szombathelyen. A közönség az általuk meglevevített korszakok iránt érdeklődik és sok információt meg is jegyez az adott esemény kapcsán.

Magyarország 7 régiója közül minden területen (gazdaság, turizmus) kiemelkedik Nyugat-Magyarország, melynek részletesebb bemutatása a következő fejezetben olvasható.

2.7. NYUGAT – DUNÁNTÚL

„Magyarországon 1998-ban fogadták el országgyűlési határozattal a 7 statisztikai-tervezési régiót. A régiók között a Nyugat-Dunántúl többszörösen különleges helyet tölt be, hiszen erős, dinamikus megyei jogú városai biztosítanak lehetőséget arra, hogy itt európai összehasonlításban is erős regionális városhálózat alakuljon ki.”³⁸ Turisztikai szempontból korábban 9, ma 5 összevont régióra osztható Magyarország, melyek a következők: „Budapest és környéke, Észak-Magyarország, Alföld és Tisza-tó, Dunántúl, Balaton”.³⁹

³⁶ <http://www.mohacsibusojaras.hu/?b=2> 2014.08.17.

³⁷ <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-magyarorszagon> 1990-2002. 4. oldal 2014.11.04.

³⁸ <http://www.westpa.hu/cgi-bin/westpa/news.cgi?view=ck&tID=89&nID=5073> 2014.08.17

³⁹ <http://www.dentours.hu/regiok.php> 2014.11.05.

2.7.1. Földrajza

A Nyugat-dunántúli régió négy országgal határos (Szlovákia, Ausztria, Szlovénia, Horvátország), melynek köszönhetően jelentős átmenő forgalommal rendelkezik. Három megyét ölel fel Győr-Moson-Sopron, Vas és Zala, öt megyei jogú várossal Szombathely, Győr, Sopron, Nagykanizsa és Zalaegerszeg. Földrajzi fekvését tekintve két természetes tó helyezkedik el a területen, a Balaton és a Fertő-tó. Három nagytáj húzódik rajta a Dunántúli-dombság, a Kisalföld, valamint az Alpokalja. Nemzeti parkok és tájvédelmi körzetek övezik, (Fertő-Hanság Nemzeti Park, Őrségi Nemzeti Park, Balaton-felvidéki Nemzeti Park, illetve öt tájvédelmi körzet: Szigetközi-, Pannonhalmi-, Soproni-, Kőszegi-, Sághegyi Tájvédelmi Körzet.⁴⁰) „A Nyugat-Dunántúl élen jár a helyi kezdeményezéseken és összefogáson alapuló natúrparkok kialakításában. Az Írott-kő Natúrpark az osztrák-magyar határon átnyúló együttműködés mintája, a két fél a környezet megóvásával szeretné a területet fejleszteni. A Hármashatár Natúrpark Magyarország – Ausztria - Szlovénia határ menti térségeinek összefogásával alakult ki. A Soproni-hegység természetkímélő turizmusának fejlesztésére jött létre a Soproni - Hegység Natúrpark, melynek sajátossága, hogy Lővérek elnevezésű része államilag elfogadott gyógyhely.”⁴¹

2.7.2. Gazdasága

„A nyugat-dunántúli foglalkoztatási helyzet országos összehasonlításban a legkedvezőbbek közé tartozik. Magasabb a foglalkoztatottak aránya, a munkanélküliségi ráta az egyik legalacsonyabb. A nagyobb állás kínálat következtében az itt élők gazdasági aktivitása nemcsak a régió átlagánál nagyobb, hanem az ország megyeszékhelyei között is a legjobbak közé tartozik. A régió idegenforgalma élénk, melyből a szálláshely-kapacitás mindössze nyolcada található a három város valamelyikében és a vendégforgalom is hasonló arányt képvisel.”⁴² Erre a magyarázat, hogy a térségben található Balatont keresik fel a legtöbben. A három megyeszékhely infrastruktúráisan megfelelően ellátott, kommunikációs technológiák is teljes körben biztosítottak.

⁴⁰ <http://www.terpont.hu/regiok/magyarorszag-regioi/nyugat-dunantuli-regio> 2014.11.04.

⁴¹ <http://www.westpa.hu/cgi-bin/westpa/news.cgi?view=ck&tID=89&nID=5073> 2014.08.17

⁴² <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyormegyeszekhely.pdf> 2014.11.04.

2.7.3. Turisztikai kínálata

Gyógyvizekben gazdag, melyre az egészségturizmus épít. Itt található Hévíz, Sárvár, Bük és Zalakaros. Kulturális turizmusa élen jár Magyarországon, számos nagyobb rendezvénynek ad otthont (győri - barokk napok-, a Mediawave Nemzetközi Film és Zenei Fesztivál, a Savaria Történelmi Karnevál és a soproni VOLT fesztivál.⁴³) A kilenc UNESCO Világörökségi Helyszínekből kettő e területet gazdagítja, az Ezeréves Pannonhalmi Bencés Főapátság és természetes környezete, valamint a Fertő - Neusiedlersee kultúrtáj. Több mint 2300 műemlék, köztük „a két legépebben megmaradt történelmi város (Sopron, Kőszeg), valamint a két barokk város Győr és Szombathely is itt található. Kiemelt jelentőségűek a nagy főúri kastélyok (Fertőd, Körmend, Keszthely), a várak (Kőszeg, Egervár, Sárvár), az ép állapotban megmaradt korai templomok (legnagyobb Lébényben, Jákon).”⁴⁴ Gasztronómia tekintetében is különleges vidék, tájételek például a dödölle, tökös-mákos rétes illetve 77 település a történelmi borvidékhez tartozik (Soproni Kékfrankos, Cserszegi Fűszeres). „2011-ben a Nyugat-Dunántúlra látogatókat 587 kereskedelmi szálláshely, 58 és félezer férőhellyel látta vendégül. Területi összehasonlításban nemcsak a szálláshelyek nagyobb száma, hanem a kapacitás népességarányos mutatója is jól szemlélteti a Nyugat-Dunántúl turisztikai jelentőségét. Ezer lakosonként 59 férőhelyet regisztráltak a régióban, kilencel többet, mint 2000-ben.”⁴⁵

2.7.4. Turisztikai kereslete

„A nyugat-dunántúli kereskedelmi szálláshelyeken 2011-ben csaknem másfél millió vendég több mint négy és fél millió éjszakára szállt meg. Utóbbiak száma alapján ez az országos forgalom 22%-át adta. A régióban a belföldi vendégkör a meghatározó (58%). A turisták átlagos tartózkodási ideje 3,1 éjszaka. A külföldiekre a huzamosabb időtöltés jellemző, ők átlagosan 3,6 napra, míg a belföldiek 2,8 napra igényelnek szállást. Egy vendégéjszakára átlagosan 5 500 forint szállásdíj bevétel jutott, ami az országosnál 1 300 forinttal alacsonyabb volt.”⁴⁶ A hazai vendégek utazásai növekedésének hátterében a cafetéria rendszerben bevezetett üdülési csekk áll.

„2001 és 2006 között a beutazó turizmus szerepe a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmában kissé csökkent. A Nyugat-Dunántúlon 2001-ben a külföldi vendégéjszakák részesedése 46,6%, a belföldi vendégéjszakáké 53,4% volt, 2006-ban a

⁴³ <http://www.westpa.hu/cgi-bin/westpa/news.cgi?view=ck&tID=89&nID=5073> 2014.08.17

⁴⁴ <http://www.westpa.hu/cgi-bin/westpa/news.cgi?view=ck&tID=89&nID=5073> 2014.08.17

⁴⁵ <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorturizmus.pdf> 2014.11.04.

⁴⁶ <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorturizmus.pdf> 2014.11.04.

külföldi vendégéjszakák aránya 44,1%-ra csökkent, miközben a belföldi vendégéjszakák aránya 55,9%-ra nőtt. A régió legfontosabb küldő országai Németország és Ausztria, e két piac összesen a külföldi vendégéjszakák csaknem 70%-át adja. A régió beutazó turizmusában az elmúlt években Csehország jelentős fejlődést mutatott: a jelenleg a dobogó harmadik helyén álló küldő ország vendégéjszakáinak száma az elmúlt öt évben több mint kétszeresére nőtt. 2001 és 2006 között a legfontosabb országok köre és sorrendje nem változott lényegesen, a TOP10-ből kikerült Franciaország, ugyanakkor bekerült Ukrajna.”⁴⁷ A Nyugat-Dunántúl gazdag turisztikai attrakcióinak köszönhetően a külföldi vendégek kedvelt úti célja. Mind épített, mind természeti látványosságai vonzzák a látogatókat, azonban a régió kiemelkedő célterülete a Balaton.

2.8. SZOMBATHELY

A város legjelentősebb eseménye a szombatonként megtartásra kerülő piac. Később erről kapta mai nevét. Szombatonként a piac megtelt árusokkal és vásárlókkal. A környező településekről is előszeretettel vásároltak itt, hiszen bő választékkal rendelkezett. „Jeles ünnepekkor rendeztek nagyobb vásárt is, Szombathelyen a XVI. században évente öt alkalommal volt országos sokadalom is: Farsang vasárnap előtt, Szent-Györgykor, Szent-Háromság vasárnapján, Kisasszonykor és Szent-András ünnepén. Ilyenkor a távoli vidékek kereskedői is elhozták portékáikat, a dél felől a városba vezető utat ezért a vásárosok útjának is nevezték. A piactér az 1960-as évekig a mai Fő Tér területén volt, a középkor óta ez a város mindenkor középpontja.”⁴⁸

2.8.1. Földrajza

„Vas megye 82 ezer lakosú székhelye a Kőszegi-hegység és a Rába között elterülő Vasi-völgyiség központjában helyezkedik el. A város Nyugat-Dunántúl egyik legjelentősebb gazdasági és kulturális központja. Két patak szeli át észak-déli irányban: a Gyöngyös és a Perint. Kétezer éve lakott település.”⁴⁹ Szombathely a régió középső pólusa, valamint az Ausztria felé nyíló kapu is egyben. A Győr - Sopron - Nagykanizsa - Zalaegerszeg által alkotott nagyvárosi városhálózatba tartozik. Nyugati elhelyezkedése miatt közelebb helyezkedik el Ausztria, Szlovákia, Horvátország fővárosaihoz (Bécs, Pozsony, Zágráb), mint Budapesthez. „Az Európai Unió Alpeshé és Alpok körüli fejlett régiói által alkotott

⁴⁷ <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-regionalitas/nyugatdunantul> 2014.11.05.

⁴⁸ http://www.szombathely.hu/turizmus/varostortenet/a_kozepkori_varos/ 2014.08.20.

⁴⁹ Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007, 302. oldal

transzregionális térség, valamint a Baltikum az Adriai-tengerrel összekötő több ezer éves európai közlekedési és kereskedelmi útvonal - a hajdani Borostyánkő út integráns része.”⁵⁰

2.8.2. Történelme

A várost Kr.u. 43-ban Claudius császár alapította Colonia Claudia Savariensium névvel, melynek jelentése Savariaiak claudiusi kolóniája. A városon haladt át a Borostyánkő út, melyen egykor a rómaiak jelentős áruforgalmat bonyolítottak le. Feljegyzések szerint délről gyümölcsöt, edényeket, északról rabszolgákat, nyersbőröket szállítottak. Erre haladt az Arrabona (Győr) és Sophiane (Pécs) felé vezető út is. Feltehetően az I. században építették a rómaiak az Iseumot és a Nagyfürdőt. A rómaiak hagyományai közé tartozott a fürdőkultusz. Számukra a fürdő a testi, lelki megtisztuláson, gyógyító hatáson kívül társadalmi szerepet töltött be, hiszen itt mindenki egyen rangúnak számított.

A város híres szülötte, Szent Márton 316 táján látta meg a napvilágot. „Jóságáról még életében legendák keringtek, püspökké akarták szentelni. A monda szerint mikor ennek hírért vette, az érte jövő küldöttek elől nagy alázatosságában a ludak óljába bújt. A szárnyasok azonban gágogásukkal, szárnyuk verdesésével óriási zajt csaptak, így elárulva Márton rejtekhelyét. Mártont 371-ben püspökké szentelték és haláláig, 398-ig Tours-ban segítette a rászorulókat.”⁵¹

Az ókori Savaria területén nem voltak kőbányák, így az építkezésekhez fát és vályogot használtak. A II. században változott meg a város látképe, ekkor kezdtek el kövel építkezni. „Az ókori Savariát 456-ban földrengés pusztította el. Nyugat-Pannónia 900-ban került a honfoglaló magyarság birtokába. A Szent István király idején megszülető vármegye rendszerben a hajdani Savaria az ország egyik nyugati határmegyéjének része lett. Szombathely már a XIV. században városi jogokkal élt, de írásba foglalt kiváltságokról csak 1407-ben kelt privilégiumlevél.”⁵²

A város a XV. században fallal volt körülvéve, melynek sarkain kerek tornyok álltak, árokkal volt kívülről védve. Ennek alapját a rómaiak által épített városfal alkotta. Öt bejárat vezetett a városba, melyeket örök vigyázták.

„1578-ban újra jelentős szerepet kapott a város. A vasvári társaskáptalant Szombathelyre menekítették. A XVI. század végén a megyeszékhelyi rangot is átvehette.

⁵⁰ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 6. oldal

⁵¹ www.martonnap.hu 2014.08.20.

⁵² Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007, 302. oldal

Mária Terézia országos egyházreformja részeként 1777-ben létrehozta a szombathelyi egyházmegyét. A XIX. századi modern város fejlődésének kiemelkedő eseménye volt a vasút megépítése. A vasút megjelenésével és a kereskedelem fellendülésével a város ipari fejlődése is megindult. Több jó hírű üzem telepedett itt meg: a Pohl Gépgyár, a Magyar Motor- és Gépgyár, a MÁV-műhely és a Szombathelyi Bőrgyár.”⁵³ A várost ma 80 ezren lakják

2.8.3. Közlekedése

Közlekedési szempontból elhelyezkedése meglehetősen jó. A 86-os főút a Pozsony felé tartó tranzitforgalom lebonyolítására alkalmas, a város körül megépült gyorsforgalmi út pedig a 40 kilométerre található A2 autópályával teremt összeköttetést. „Szombathely a Nyugat-Dunántúl legnagyobb vasúti csomópontja. Itt futnak össze a Budapestről, Győrből, Pozsonyból és Sopronból induló szerelvények, és innen indulnak tovább Graz, Nagykanizsa, Zágráb, az őrségi vasút megépültével pedig Koper és Trieszt felé. A szombathelyi konténer pályaudvarról hetente többször indítanak szerelvényeket az észak-európai kikötőkbe.”⁵⁴ A város északi részén található a repülőtér, amely sajnos évek óta elhagyatott. A város logisztikai központok építésével tervezi az üzemeltetés újraélesztését. „251 darab kijelölt gyalogos átkelőhely 80%-a kerekesszékekkel közlekedést segítő döntött vagy süllyesztett szegéllyel épült. A gyengén látók közlekedését is biztosító eltérő mintázató burkolóelemek beépítése folyamatosan történik.”⁵⁵ A város lakossága előszeretettel használja kerékpárját más közlekedési eszköz igénybevétele helyett, így 2011-ben 27 kilométernyi kerékpárúttal rendelkezett, melyet azóta 3,2 kilométerrel bővítettek. Kötött pályás tömegközlekedése megszűnt. A Vasi Volán üzemelteti a helyi tömegközlekedést, mely kiterjedt autóbusz hálózattal rendelkezik.⁵⁶

⁵³ Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007, 303. oldal

⁵⁴ http://www.szombathely.hu/turizmus/varostortenet/a_mai_varos/ 2014.08.31.

⁵⁵ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 344. oldal

⁵⁶ <http://szombathely.varosom.hu/blog/kozlekedes/Szombathely-Kozlekedes.html> 2014.11.04.

2.8.4. Társadalma

Az ország egyik legrégebbi alapítású települése, ma a kilencedik legnagyobb lélekszámú vidéki város, illetve a második legsűrűbben lakott megyeszékhely. A Magyarországon először megtartott népszámlálás idején (1870-ben) 13 ezer lakosa volt, mely 2011-re elérte 78 884 főt. A 2011-es népszámlálási adatokból kiderült, hogy a megyeinél magasabb foglalkoztatási szint jellemezte. Munkanélküliségi rátája 4,6, míg a gazdaságilag aktívak (foglalkoztatottak és álláskereső), 15-74 év közöttiek 60%-át tették ki, ezzel meghaladva az országos és megyei átlagot egyaránt.⁵⁷

2.8.5. Gazdasága

Szombathely ipari, kereskedelmi és logisztikai központ. Gazdaságának húzó ágazata a gépipar, mely közúti járműalkatrészek, valamint villamos berendezések előállításával foglalkozik. Jelentős a feldolgozóipara, az 1980-as évekig a feldolgozó és könnyűipar volt meghatározó, az 1990-es évektől a falemezgyártás és a gépipar került előtérbe. A város külterülete kedvező a növénytermesztés és a kertészeti tevékenységek számára.⁵⁸

2.8.6. Humán infrastruktúrája

Az óvodától az felsőoktatási intézményekig minden szükséges oktatási szinttel rendelkezik. Jelenleg 27 általános, 21 közép, 2 alapfokú művészeti oktatási intézmény és 8 kollégium áll rendelkezésre. Egyetemi város, a Nyugat-Magyarországi Egyetem Szombathelyi oktatási helyszíne, a Savaria Egyetemi Központ, ahol bölcsész-és természettudományi, művészeti, nevelési-és sporttudományi karokon tanulhatnak a hallgatók. A Pécsi Tudományegyetem Egészségügyi karának egyik képzési központja (egészségügyi, szociális ellátás). Mindkét előbb említett felsőoktatási intézményben alap, illetve mesterképzés, felsőoktatási szakképzés, szakirányú továbbképzés folyik. Az Eötvös Lóránd Tudományegyetem itt található Gothard Asztrofizikai Obszervatórium Multidiszciplináris Kutatóközpontja jelentősen szolgálja a természettudományos oktatást, kutatást és közművelődést.⁵⁹

⁵⁷ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 195-201. oldal

⁵⁸ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 195-201. oldal

⁵⁹ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 171-173. oldal

2.8.7. Turizmusa

„Szombathely idegenforgalmi jelentősége a gazdasági és társadalmi erőfölény mellett elhalványul, hiszen a megye attrakcióit a gyógyturizmus jelenti, mely más városokban (Bük, Sárvár) nyújt lehetőségeket. A helyi természeti adottságokban, műemléki látnivalókban, kulturális és népművészeti értékekben bővelkedik, forgalmát mégis az egy-két napos kirándulások, a bevásárló-, valamint a kulturális és sporteseményekhez kötődő rendezvényturizmus jellemzi.”⁶⁰

2.8.8. Turisztikai intézményrendszere

„A Savaria Turizmus Nonprofit Kft.-t 2011 áprilisában alapította Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata, a Szombathelyi Többcélú Kistérségi Társulás, valamint a Szombathelyi Testvérvárosi Egyesület azzal a céllal, hogy fellendítse, fejlessze Szombathely és térsége turizmusát. Legfőbb feladata Szombathely városának és kistérségének népszerűsítése, valamint a térségbe érkező turisták tájékoztatása. Célok között szerepel a turistaforgalom minőségi növelésével gazdasági, kulturális és társadalmi fejlődés generálása és a lakosság életminőségének javítása. A város és térsége vonzerőit és szolgáltatásait összekapcsolja, azokat turisztikai csomagba szervezi, a turisztikai kínálatot fejleszti, a város és térsége pozitív imázsát alakítja.”⁶¹ A város turisztikai intézményrendszerének ábráját a 3. számú mellékletben találják.

A Savaria Turizmus Nonprofit Kft. feladata a Szombathelyi Tourinform Iroda üzemeltetése. Az Iroda a belvárosban, a Király utca és a Fő tér sarkán helyezkedik el, a város egyik legforgalmasabb pontján. Jelenleg 4 szakember dolgozik a helyi TDM feladatok ellátásával. „A desztinációs turisztikai menedzser elsődleges feladata a professzionizmus biztosítása a turizmus minden területén. További feladata a partnerekkel való együttműködés ösztönzése és elősegítése a térségben, a turisztikai termékek előállításához és sikeres működéséhez szükséges koordináció biztosítása, valamint a különböző szakmai tevékenységek elvégzése vagy megszervezése (mint a kutatás, tervezés, projektmenedzsment, a fejlesztések és a működtetés monitoringja, a marketing, a képzés, stb.), továbbá a kötelező

⁶⁰ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 202-203. oldal

⁶¹ Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8) kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30. 207. oldal

adminisztráció és a szervezet képviselője.”⁶² Legmagasabb pozícióban az ügyvezető áll, ő a TDM menedzser is egyben. Feladatköre nagyon összetett:

- „a szervezet desztináció szintű marketing-, termékfejlesztési- és projektmenedzsment tevékenységének irányítása,
- tervezési, kutatási tevékenységek irányítása,
- kapcsolattartás magasabb szintű turizmusirányításokkal, szakmai szervezetekkel és turisztikai szolgáltatókkal,
- promóciós kiadványok, termékek előkészítése, elkészítésének irányítása,
- pályázatfigyelés, előkészítés,
- megvalósuló projektek szakmai irányítása.”⁶³

Az iroda egy turisztikai és marketing, valamint egy Tourinform információs menedzserrel rendelkezik. Az ő feladatuk:

- „éves marketingterv készítése,
- médiafelületek értékesítése,
- turisztikai kereslet és kínálat felmérése és közvetítése
- adatgyűjtés és továbbítás a partnerek felé,
- információnyújtás több nyelven, kiadványkezelés,
- értékesítés.”⁶⁴

Továbbá gyakornoki program keretén belül minden félévben alkalmaznak egy gyakornokot, akinek feladata az információnyújtás, illetve a kiadványkezelés és értékesítés.

2.8.9. Desztinációs marketinge

„A régió- és településmarketing egy régió, egy település versenyképességének, komparatív előnyeinek, vonzerejének feltárása, fejlesztése, realizálásának segítése, kommunikálása a sokoldalú, jóléti, fejlesztési (gazdasági, életmódbeli) célok elérésének érdekében, szolgálatában.”⁶⁵ A versenyképesség Szombathely városának és kistérségének marketinggel kapcsolatos feladatainak ellátásáért Savaria Turizmus Nonprofit Kft. felel. „A marketing a piacteremtés eszköze, amely a fogyasztók szükségleteiből indul ki, majd

⁶² TDM Működési Kézikönyv, Heller Farkas Főiskola, Budapest, 2008., 37. oldal

⁶³ <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3u7SfRYOx5gJ:www.360.oc.hu/resourcea2/90/pOi2htlRQGdQGk5fvPeU6nlSp.doc+&cd=3&hl=hu&ct=clnk&gl=hu> 2014.10.25.

⁶⁴ <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3u7SfRYOx5gJ:www.360.oc.hu/resourcea2/90/pOi2htlRQGdQGk5fvPeU6nlSp.doc+&cd=3&hl=hu&ct=clnk&gl=hu> 2014.10.25.

⁶⁵ Piskóti István – Dankó László – Schupler Helmut: Régió és településmarketing, Complex Kiadó, Budapest, 2002., 23. oldal

létrehozva a megfelelő termékeket és szolgáltatásokat, gondoskodik azok eljuttatásáról a fogyasztókhoz, a vásárláshoz szükséges információkkal együtt, végül értékeli a folyamat egészét, amelynek eredményeként mind a fogyasztó, mind a szolgáltató meg kell, hogy találja a számítását, és közben a környezet sem szenvedhet károsodást. Mindez folyamatos kommunikációt feltételez valamennyi szereplő között. A marketing tehát nem csupán promóció (keresletfejlesztés), hanem egy igen összetett tevékenység, amely a maga komplexitásában jelentkezik, amikor a turizmus sikeres fejlődését akarjuk általa egy desztinációban elősegíteni.”⁶⁶

A szervezet évente négy hírlevelet küld ki a szombathelyi programokhoz, rendezvényekhez kapcsolódó csomagajánlatokról. Adatbázisukban körülbelül 5 000 e-mail cím található, melyeket szakmai kiállításokon, programokon gyűjtöttek össze.

Évente négy PR cikket vagy hirdetést jelentetnek meg a Sanoma Media Budapest Zrt. által publikált hetilapokban, mint Maxima, Nők Lapja, Meglepetés, Kismama és Wellness.

Saját kiadványaik a város, valamint a térség turisztikai attrakcióira hívják fel a figyelmet. A Savaria élménykalauz a szombathelyi látnivalókat, programokat mutatja be. Cycling AT-HU kerékpár turisztikai kiadványuk és térképük a kerékpárral megközelíthető attrakciók mellett fontos információkat tartalmaz, mint szervizek, kerékpár szaküzletek, kölcsönzési lehetőségek.

A Tourinform irodában a számtalan prospektus és kiadvány mellett promóciós eszközök is megjelennek: papírtáska, mappa, toll, kerékpáros kulacs és fényvisszaverő karpánt.

Évente több szakmai kiállításon, rendezvényen rész vesznek. 2014-ben az Utazás Kiállítás mellett megtalálhatóak voltak a Bringa Expo, a Főszezon Turisztikai, Gasztronómiai Kiállítás és Vásár, valamint a Nyugdíjas Expón is.⁶⁷

2.8.10. Turisztikai kínálata

Turisztikai attrakciók

Felsorolásban szeretném bemutatni Szombathely legfőbb turisztikai látnivalóit, valamint nagyobb rendezvényeit, melyet a 4. számú mellékletben olvashatnak. Összegzésképpen elmondható, hogy a város történelmét, és földrajzi elhelyezkedését tekintve látnivalókban gazdag. Számos országosan és nemzetközileg ismert rendezvénynek otthont,

⁶⁶ TDM Működési Kézikönyv, Heller Farkas Főiskola, Budapest, 2008., 117. oldal

⁶⁷ A Savaria Turizmus Nonprofit Kft., mint Szombathely és kistérsége TDM szervezet marketing kommunikációs eszközei a szombathelyi turisztikai desztináció népszerűsítése érdekében 2014-ben, 2014.

mint például a Savaria Történelmi Karnevál, a Savaria Nemzetközi Táncverseny, az Iseumi Szabadtéri Játékok.

Szálláshelyek

Szombathelyen 2012.év végi statisztikák alapján 7 szálloda, 6 panzió, 1 kemping, 7 közösségi szálláshely, 1 üdülőház, 32 egyéb szálláshely állt a vendégek rendelkezésére. A legfontosabbakat összefoglaló táblázatot az 5. számú mellékletben láthatják. Szálláshelyek tekintetében a város felszereltnek mondható. A 2008-as gazdasági világválság hatására a szálláshelyek kínálatában nem állt be nagyobb változás. (A Központi Statisztikai Hivatal adatait tartalmazó táblázatot az 6. számú mellékletben találják.) Panziók számának tekintetében érezhető csökkenés, míg 2003-ban 14 darab, 2011 és 2012-ben 6 darab maradt működőképes. Egyéb szállások között 2007-ben 57 szálláshelyből 2011-ben 42, 2012-ben 32 darab maradt meg, azonban legkevesebb 2006-ban volt 27 darabbal.

Vendéglátás

A város vendéglátó egységeinek száma 2012-ben 435 darab volt. Éttermeinek száma 173, cukrászdáinak 30. 167 italüzlet és zenész szórakozóhely várta a nagyérdeműt. Vendéglátás tekintetében Szombathely fejlődésnek indult. Italüzletek és zenés szórakozóhelyek terén 2011-2012-ben 167, éttermek és büfék 173, cukrászdák tekintetében 30, míg 2000-ben éttermek és cukrászdák összesen 260, italüzlet és zenész szórakozóhely 52 állt a vendégek rendelkezésére. A 2008-as gazdasági recesszió nyomai ezen a kínálati területen nem hagytak nyomot. (A Központi Statisztikai Hivatal adatait tartalmazó táblázatot az 6. számú mellékletben találják.)

Egyéb termékelemek

Szombathely árfekvésében közepes színvonalúnak mondható. Biztonsága, valamint közbiztonsága magas, térfigyelő kamerákkal felszerelt. Vendégszeretet tekintetében elmondható, hogy az ide érkezőket mindenki szeretettel fogadja és segíti. Tájékozódásra a legmegfelelőbb helyen, a Fő tér és a Király utca sarkán elhelyezkedő Tourinform Iroda áll. Itt a segítőkész munkatársak számos hasznos információ mellett ingyenes kiadványokkal, térképekkel, útikönyvekkel látják el a betérő vendégeket. A város üzemeltetése nagy hangsúlyt fektet a megfelelő higiénára, és ami a legfontosabb az itt élő emberek is igényesek környezetükre, nem találni eldobott szemetet az utcán, minden utcasarkon található szemetes.

2.8.11. Turisztikai kereslete

Szombathelyen, a kereskedelmi szálláshelyeken 2012-ben 39 370 fő fordult meg összesen 82 869 vendégéjszakával, ebből 9 539 fő külföldi vendég, akik 22 290 éjszakát töltöttek el a városban. Az átlagos tartózkodási idő 2 nap. A 2008-as világválság itt érzeteti hatását, inkább a belföldi utazók körében. A legtöbb vendég 2005-ben szállt meg kereskedelmi szálláshelyen, 59 983 fő 114 482 vendégéjszakával. Külföldiek tekintetében 2007-ben látogattak el a legtöbben 13 473 fővel, legtöbb vendégéjszakát 2006-ban 32 207 éjszakával töltötték el a megyeszékhelyen. (A Központi Statisztikai Hivatal adatait tartalmazó táblázatot az 6. számú mellékletben találják.) Vendéglátó egységek, látnivalók és rendezvények tekintetében nem áll rendelkezésre adat a turisztikai kereslet megállapítására.

2.9. SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL

2.9.1. Történelme

A 2000 éve lakott település Közép-Kelet-Európában egyedülálló, a Nyugat-Dunántúl kiemelkedő örökségturisztikai rendezvénye a Savaria Történelmi Karnevál. 2014-ben XV. alkalommal került megrendezésre, története azonban régebbre nyúlik vissza. „A nagy népünnepélynek számító Savaria Karnevált először 1961-ben tartották meg, s éveken át brigádok, iskolák, közösségek öltöztek be a különböző történelmi korok ruháiba, az ókortól a dicsőséges szocializmus időszakáig, s mutatták be egy felvonulás közepette életképeket. A millennium évében, 30 év múltán, úgy döntöttek a város vezetői és néhány lelkes szakember, hogy újra megrendezik a Savaria Történelmi Karnevált.”⁶⁸ A rendezvény színvonala és sokszínűsége egyre több turistát vonz a városba, melynek köszönhetően „2011-ben a Karnevál a Nyugat-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság pályázatán elnyerte a 3 évre szóló „A Nyugat-Dunántúli Régió Kiemelt Kulturális és Örökségturisztikai Rendezvénye” címet.”⁶⁹

2.9.2. Marketingkommunikáció

A Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Közalapítvány minden évben átfogó kérdőíves megkérdezést végez a rendezvény ideje alatt. A 2013. évi hatásvizsgálat marketingkommunikációról szóló összefoglalása: „a két éllavas továbbra is a helyben lakók és a visszatérők. Kicsit megerősödött a személyes ismerős ajánlása a karnevállal kapcsolatban. Ez azt jelenti, hogy a már itt jártak elégedettséget tapasztaltak és azt tovább is

⁶⁸ http://www.ma.hu/belfold/19519/Savaria_Tortnelmi_Karneval 2014.08.31.

⁶⁹ <http://savariakarneval.hu/karnevaltortenet/> 2014.08.31.

adják. Érvényesül a szájreklám effektus. Mértékadó a szórólap, programfüzet és a plakát jelentősége. Az utóbbi kettő kicsit előrébb is lépett az elmúlt évhez képest. Hasonlóan a 2011-es és a 2012-es évhez továbbra is alacsony értékeket kapnak a Tourinform Irodák, az Utazás Kiállítás, az utazási irodák.”⁷⁰ (A diagramot az 7. számú mellékletben találják.) Az általam végzett empirikus kutatás alátámasztja e tényeket, melyről a 3.1.1. pontban olvashatnak bővebben.

2.9.3. Célcsoport

A Savaria Történelmi Karnevál célcsoportja a 25-55 éves korcsoport, azon belül is a családosok. „A gyermek számára a kaland, a felnőttek számára a kultúra jelenti a prioritást, így a teljes kínálatot igénybe veszik. Hosszabb tartózkodási időt töltenek egyszerre.”⁷¹ A család akkor szórakozik a legjobban, ha a gyermekek részére figyelem lekötő programok állnak rendelkezésre. A szülők, fiatal felnőttek az esti koncertek, szabadtéri programokon kapcsolódnak ki.

2.9.4. Turisztikai kínálata

Helyszínek

Öreg Város Vására, a város Fő terét árusok és turisták árasztják el, ezzel egy középkori vásár hangulatát idézve fel. A vásárban több mesterség bemutató is látható.

A Karnevál újraélesztése után, a szervezők egy tematikus témapark megépítésére törekedtek. A Történelmi Témapark a római kori épületek, fürdő hangulatát, építészeti remekeit idézi fel. Az egész évben látogatható témapark augusztus utolsó hétvégéjén megtelik korhű öltözetbe bújt emberekkel, akik ennek megfelelő életmódot is folytatnak ez idő alatt. Sátrakban, jurtákban laknak, az általuk megelevenített kornak megfelelően viselkednek (reggeli riadó, edzés, étkezés, stb.), gladiátor játékokat, nyilas - lovas bemutatókat tárnak a látogatók szemei elé.

A Fórum Színpad (Fő Tér) a forgatag középpontja. Itt kezdődik a Karnevál, a "Karnevál lángjának" meggyújtásával, melyet a Karnevál ideje alatt a Vesta Szűzek őriznek, majd itt is ér véget a láng eloltásával. A színvonalasabb, nagyobb közönséget megmozgató koncertek is itt várják a hallgatóságot.

Az Iseum Savariense utcáját erre az időszakra Borok utcájára keresztelik el. A finomabbnál finomabb borok mellett koncertekkel színesített program várja a látogatókat.

⁷⁰ Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 8. oldal

⁷¹ Egyszerűsített Megvalósíthatósági Tanulmány- CsabaPark (Hagyomány és Gasztronómia), Békéscsaba Vagyongazdálkodó Zrt., 2012. május, 45. oldal

Sörtér a Borok utcájának szomszédságában található, mely nagy népszerűségnek örvend. A megszokott, tradicionális ízek mellett megtalálhatóak a különleges kézműves sörök is. Gazdag és változatos műsorkínálatának köszönhetően hamar közkedvelt színtérré vált a látogatók körében.

Kalandvár, ahol minden a gyermekekről, a családról szól. Régi idők játéka, kézműveskedés mellett koncertek, bohócok, bábjátékok ejtik rabul a gyermekeket. Tűzoltás, lovaglás, kenuzás a Gyöngyös patakon, egyszerűen minden, ami a család számára kikapcsolódást jelent.

Az I. világháború kitörésének 100. évfordulója alkalmából létrehozott helyszín, ahol lehetőség nyílik katonai ügyességi próbán való részvételre, szimulátor, fénypuska és szellemi tesztek, valamint katonatörténeti kiállítás várják a katonaélet iránt érdeklődőket.

A Romkertben a középkori élet békés és háborús mindennapjait élhetik át az érdeklődők. A bajvívás mellett a kézműves foglalkozásokat (pénzverés, pajzs- és sisakkészítés), valamint a vitézi játékokat is kipróbálhatják a vállalkozó szelleműek. Ismét megrendezésre kerül a római kori séta, mely egy rendhagyó tárlatvezetés.

A Zsidó Udvarban lehetőség nyílik kóser ételek megkóstolására, melyhez a háttérben klezmer zenék fokozzák a hangulatot. Az információra éhes hallgatóság pedig a zsidó kultúráról szóló előadásokon gazdagíthatja tudását.⁷²

Programok

„A Történelmi Témaparkban az I. századi és késő római, germán katonai hagyományörzők táborai mellett gladiátorok és a középkor lovagjainak, valamint kevésbé lovagias martalócainak táborát is megismerhetjük. Az arénában Savaria alapításának idejétől egészen a XVII. századi harmincéves háború idejéig felvonulnak a különböző korok gyalogos és lovas vitézei, bemutatva felszerelésüket, haditechnikájukat, harcászataikat, megidézve nagy idők nagy csatáinak emlékét is.”⁷³

2014-ben ismét rangos előadók koncertjei voltak látogathatóak, mint például Geszti Péter és a Gringo Sztár, Magna Cum Laude, valamint a Roy és Ádám Trió. A Kalandvár gyermekprogramjait Levente Péter és Gryllus Vilmos varázsolták színesebbé.

⁷² Savaria Történelmi Karnevál Programfüzete, 2014. 4-8. oldal

⁷³ Savaria Történelmi Karnevál Programfüzete, 2014 13. oldal

Felvonulás

Az országos hírnévnek örvendő rendezvény legfontosabb eseménye a fáklyás felvonulás. A felvonuláson egészen az ókortól a barokk és reformkorig láthatóak életképek, korszakra jellemző öltözetek. (Ókor – IX.-X. századi Magyarország – Kora Középkor – Reneszánsz kor – Barokk és Reformkor). 2014-ben az I. világháború kitörésének 100. évfordulója kapcsán a felvonulás kibővült. A két kor közötti időtáv áthidalásaként huszárok vonultak, majd az I. világháborús egyenruhába öltözött magyar katonák. „Az impozáns menetet mutatványosok, gólyalábasok, dobosok, zenészek rengeteg tűznyelő és tűzfűjő Európa számos szegletéből, valamint zászlóforgatók tarka-barka serege teszi még emlékezetesebbé.”⁷⁴

Különlegességek

A Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Közalapítvány minden évben meghirdeti borversenyét. A legjobbnak ítélt bor elnyeri a Savaria Történelmi Karnevál Legjobb Bora címet. Idén először megválasztják a Savaria Történelmi Karnevál Tortáját is.

A jelmezbe öltözők kedvezménnyel látogathatják a Karnevál helyszíneit.

A Forum Színpad vagy a Borok Utcája színpadánál felállított kivetítőkön az aktuális program, felvonulás élő közvetítése, és a fontosabb információk láthatók.

Évről évre híres emberek fordulnak meg a Vásár forgatagában. Idén többek között Nagy-Bandó András dedikálta könyveit.

Az Ifjúsági Vöröskereszt önkéntesei több helyszínen elsősegély ügyeletet tartanak.

2.9.5. Turisztikai kereslete

A Savaria Történelmi Karnevál turisztikai keresletére vonatkozóan nem áll rendelkezésre konkrét adat. Szabadtéri ingyenes rendezvény révén nincs információ a vendégek konkrét számáról és összetételéről. A Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Közalapítvány munkatársainak köszönhetően hozzáférést kaptam a 2013. évi hatásvizsgálati anyaghoz. Kérdőíves megkérdezésükhöz 785 fő állt rendelkezésre, így az általuk összegyűjtött információkat elemzem. A válaszadók 54%-a nő, 45%-a férfi. Legnagyobb arányban a 30 év alatti (47%), illetve a 30-50 év közöttiek (36%) vettek részt a felmérésen, legmagasabb iskolai végzettségük az érettségi (45%), a diploma (33%), és nőtt az általános iskolai végzettségűek száma (20%), melyre magyarázat a fiatalabb korcsoport szórakozási vágya. Meghatározó részben a helyiek (62%) vettek részt a XIV. Karneválon, 12% környező

⁷⁴ Savaria Történelmi Karnevál Programfüzete, 2014. 9. oldal

településről, 22 % más településről, Budapestről 8% érkezett. A megkérdezettek közül 118 fő 14. alkalommal, első karneválozó 88 fő, visszatérő vendég (2-7 alkalommal) 359 fő, míg törzslátogatók (8-13 alkalommal) 185 fő látogatnak el a programokra. A legnagyobb költési részarány a rendezvényen fogyasztott étel, ital vonatkozásában van. A válaszadók 87%-ának volt ilyen kiadása.⁷⁵ (A fent elemzett diagramokat a 8. számú mellékletben találják.)

3. SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL IRÁNTI KERESLET ALAKULÁSA

A dolgozat megírásához kutatások elvégzésére volt szükség. Primer, illetve szekunder kutatásokat is végeztem, hogy minél átfogóbb képet kapjak Szombathelyről és a Savaria Történelmi Karneválról. Legfontosabb feladat a dolgozat struktúrájának kialakítása, melyek aztán részekre bontva kerültek feldolgozásra. Ahhoz, hogy a dolgozat időben elkészüljön kutatási terv felépítésére volt szükség, mely ütemtervet a 9. mellékletben láthatják.

„A másodlagos (szekunder) adatok azok, amelyeket más célból gyűjtöttek, és már léteznek. A kutatók munkájukat rendszerint a nagy mennyiségben, olcsón és azonnal rendelkezésre álló másodlagos adatok vizsgálatával kezdik, és megnézik, hogy a probléma egy része vagy egésze megoldható-e költséges elsődleges adatok gyűjtése nélkül. Ha a szükséges adatok nem léteznek vagy elavultak, pontatlanok, hiányosak vagy nem megbízhatóak, a kutató elsődleges (primer) adatokat kénytelen gyűjteni. A legtöbb piackutatási projektben elsődleges adatgyűjtésre is szükség van.”⁷⁶

Szekunder kutatásom során különböző folyóiratok, szakirodalmak, könyvek, lexikonok fellapozása után az interneten való böngészés következett. Adat és információgyűjtésem Szombathely, illetve a Savaria Történelmi Karnevál köré összpontosult. Felméréseim a keresleti és kínálati adottságok vizsgálatára törekedtek.

„Elsődleges vagy primer adatokat 3 módszerrel és ezek változataival gyűjthetjük: megfigyeléssel, kísérlettel és megkérdezéssel. A megfigyeléses módszereknek az a lényege, hogy a kutató feljegyzi a megfigyelt személy látható viselkedését és a környezeti feltételeket. A megfigyeléssel közvetlen kapcsolat nem jön létre, ehelyett cselekedeteit figyelik meg és azt szisztematikusan feljegyzik. A kísérletekkel végzett kutatásokra ma már jellemző a számítógépes szimuláció, bár a kutatások terepen is elvégezhetők, ilyenek például a terméktesztelés, értékesítési formák és az árak vizsgálata. A megkérdezéses módszerek

⁷⁵ Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi hatásvizsgálata, PannonPorta Kft. 2013.

⁷⁶ Kotler – Keller: Marketingmenedzsment 2012., Budapest, Akadémia Kiadó, 2012., 121. oldal

szélesebb körben felhasznált kutatási eljárásokban szerepelnek. A megkérdezéssel, kérdőívek segítségével történő adatgyűjtés lebonyolítható telefonon, személyesen és levélben.”⁷⁷ Dolgozatom megírásához szükség volt elsődleges adatok gyűjtésére, melyhez a kérdőíves megkérdezést választottam. „Megkérdezés, avagy kérdőívfelvétel kérdezőbiztossal. Ebben az esetben a kérdezőbiztos (hallgatói kutatás esetén többnyire maga a diák) szóban teszi fel a kérdést és feljegyzi a válaszokat. Az ilyen kérdőív-eljuttatás eredményesebb (a válaszadási arány 70-80%-os), a kérdezőbiztos jelenléte csökkenti a „nincs válasz” megjegyzések számát”.⁷⁸ Az online rendelkezésre álló kérdőív készítő oldalak segítségével nagy tömegek elérésére van lehetőség, a linket mind e-mailben, mind pedig a közösségi médiákon keresztül egyszerű megosztani. A kérdőívemben mind zárt, mind nyitott kérdéseket is alkalmaztam. „Zárt kérdés esetében a válaszlehetőségek előre rögzítve vannak:

- Dichotóm (két kimenetelű) kérdésnél a válaszadónak két lehetősége van (igen –nem, illetve egyetért – nem ért egyet
- Több kimenetelű kérdésnél több lehetőség közül választhat. Ilyenkor általában meg szokás adni, egy „Egyéb, és pedig:...” választ is, valamint szükség lehet egy „Nincs”, illetve egy „Nem tudom” kategóriára is.
- Skálakérdésnél pedig a vélemények erőssége mérhető. Hazánkban leggyakrabban az 1–5-ös skála javasolt, mert az mindenki számára ismert az iskolából, és könnyű értelmezni, (a számoknak egyértelmű jelentése van.) Ha a kutató meg akarja a saját helyzetét könnyíteni, lényegében csak zárt kérdéseket használ, és csak néhány nyitottat.

A nyitott kérdés ugyanis azt jelenti, hogy nincs semmilyen válaszkategória utána, csupán egy üres vagy kipontozott hely. Nem lehet igennel vagy nemmel megválaszolni, hanem a fogyasztó saját szavaival fogalmazza meg a választ. Ennek hátránya a kutató szempontjából, hogy a beérkezett válaszokat csoportosítani kell, a hasonló válaszokat összevonni, majd úgy statisztikákat készíteni, ami nem mindig egyszerű.”⁷⁹

Primer kutatásom megkezdésekor felvettem a kapcsolatot Szommer Ildikóval, a Savaria Történelmi Karnevál Fesztiváligazgatójával, Mérei Tamással, a Savaria Történelmi Karnevál Kuratóriumának elnökével, illetve a Savaria Turizmus Nonprofit Kft. ügyvezetőjével, Borsody-Vörös Csillával. Személyes megbeszéléseket, mélyinterjúkat készítettem velük, melyekre 2014. május-júniusában került sor. A mélyinterjúkon elhangzottakból készült összefoglalók később olvashatók.

⁷⁷ Hoffmann Istvánné: Stratégiai Marketing, Budapest, Aula Kiadó, 2000., 101-102. oldal

⁷⁸ Majoros Pál: A kutatómódszertan alapjai, Budapest, Perfekt Nyomda, 2004., 116. oldal

⁷⁹ Papp-Váry Árpád: JPÉ Marketing (Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel), Századvég Kiadó, Budapest, 2009, 178. oldal

Ezt követően összeállítottam egy 20 kérdésből álló kérdőívet, melyet online verzióban, link segítségével osztottam meg e-mailen és a Facebook-on. A kérdőív 2014. július 20. és szeptember 11. között volt elérhető. A Savaria Történelmi Karnevál ideje alatt személyes megkérdezést végeztem különböző helyszíneken, a rendezvény minden napján. Ez idő alatt 106 fő segítette munkámat azzal, hogy kitöltötte. A kérdőív a 10. számú mellékletben található.

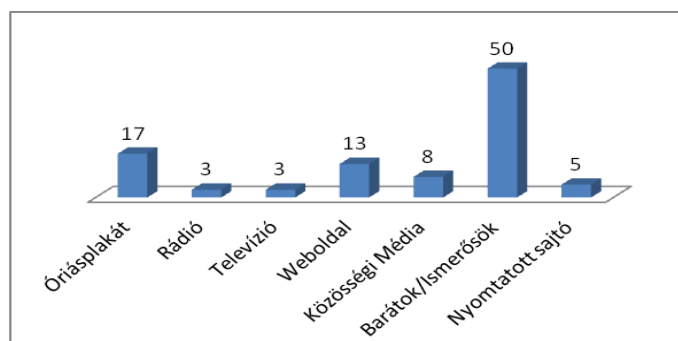
Primer kutatás révén Szombathely és a Savaria Történelmi Karnevál honlapját, illetve online megjelenési formáit is elemeztem, mert kíváncsi voltam, hogy a fontosabb információkat a vendég megtalálja-e, eléggé felkelti a figyelmét, utazási szándékot vált-e ki belőle. Végül SWOT analízist készítettem Szombathelyről és a Karneválról, ahol az erősségeket, gyengeségeket, veszélyeket és lehetőségeket vettem számba.

3.1. SAJÁT EMPIRIKUS KUTATÁSOM EREDMÉNYEI

3.1.1. Kérdőívelemzés

Összeállítottam egy 20 kérdésből álló kérdőívet, amit online verzióban, link segítségével osztottam meg e-mailen, illetve a Facebook-on. A kérdőív 2014. július 20. és 2014.szeptember11. között volt elérhető. A 2014. augusztus 21-24. között megrendezésre kerülő Karneválon személyes megkérdezést is végeztem. Ezen időszak alatt 106 fő segítette munkámat azzal, hogy kitöltötte. A minta kis száma miatt az eredmények nem reprezentatívak, így nem lehet általános következtetést levonni belőlük. A kérdőív 3 fő kérdéscsoportot ölel fel: a kitöltő demográfiai adatai (neme, kora, képzettsége, foglalkozása, családi állapota), Szombathely, illetve a Savaria Történelmi Karnevál. Nagyobb arányban nők töltötték ki, valamint a 18-25 év közötti korcsoport. A diagramokon az adatok főben vannak megadva.

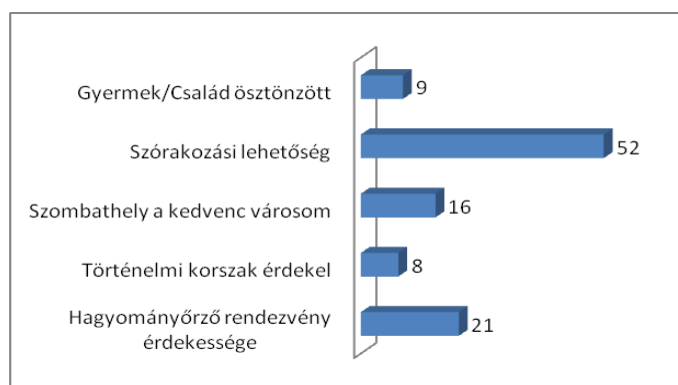
2. ábra: A válaszadók tájékozódási csatornák szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A kitöltők legnagyobb arányban (47%) barátoktól/ismerősöktől szereztek tudomást a Savaria Történelmi Karneválról. 16% a Szombathelyen elhelyezett óriásplakátokról, 12% weboldalakról informálódott. További kommunikációs csatornákon történő tájékozódás: közösségi média 8%, nyomtatott sajtó 5%, valamint a rádió és televízió 3-3%. 2 fellépő is kitöltötte a kérdőívet, őket személyes megkereséssel tájékoztatták. **Összességében elmondható, hogy a Karnevál szájreklám útján terjed, a legtöbben barátoktól/ismerősöktől kaptak tájékoztatást a rendezvényről.**

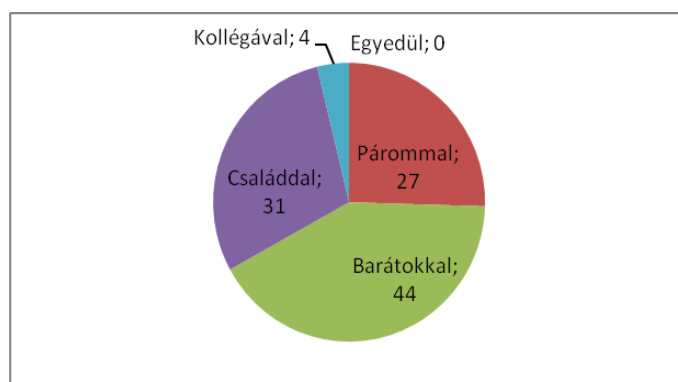
3. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy milyen céllal látogatnak el a Karneválra



Forrás: Saját kutatás 2014.

A Savaria Történelmi Karnevált a legtöbb kitöltő a szórakozási lehetőség miatt keresi fel 49%, ezt követi a rangsorban a hagyományőrző rendezvény iránti érdeklődés 20%, illetve a Szombathelyhez való kötődés 15%. Mindössze 8% válaszolta, hogy családja/gyermeke ösztönözte, valamint 8%, a Szombathely és a Karnevál által megelevenített történelmi korszak iránt érdeklődik. **Az rendezvényt a szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek miatt keresik fel az ide látogatók.**

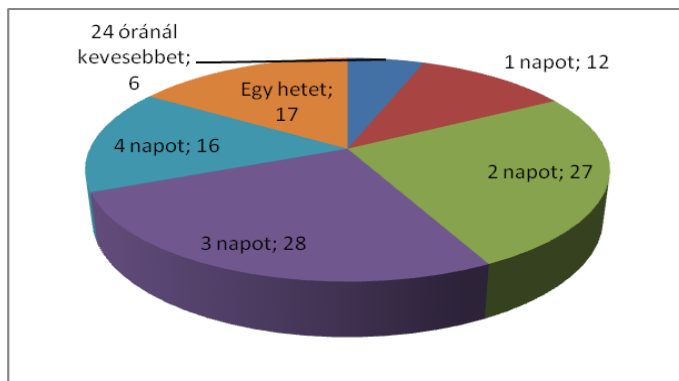
4. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy kivel érkeztek a Karneválra



Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók legtöbben barátaikkal 42%, illetve családjukkal 29%, párjukkal 25% látogatnak el a Savaria Történelmi Karnevál egyes programjaira. Összesen 4% érkezett kollégájával és senki sem tölti egyedül a Karneváli napokat. *A családdal, barátokkal történő utazást helyezik előtérbe a megkérdezettek.*

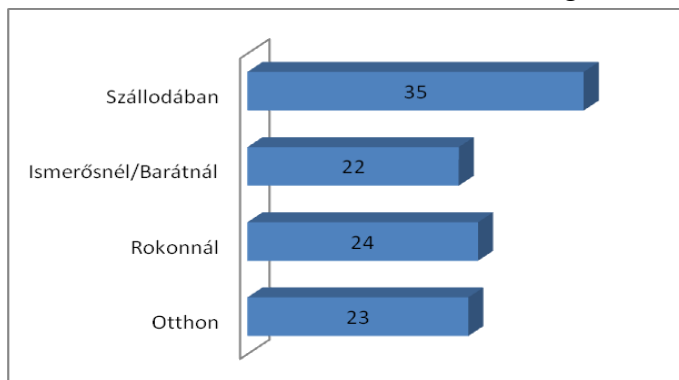
5. ábra: A válaszadók a városban eltöltött idő általi megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A „hány napot tölt a városban” kérdésre eltérő válaszok születtek. 3 napot marad 26%, 2 napot 25%, egy hetet 16%, 4 napot 15%, 1 napot 11%, illetve 24 óránál kevesebb időt 6% tölt el. *A legtöbben a rendezvény idejét, azonban akad, aki egy hetet is marad a városban.*

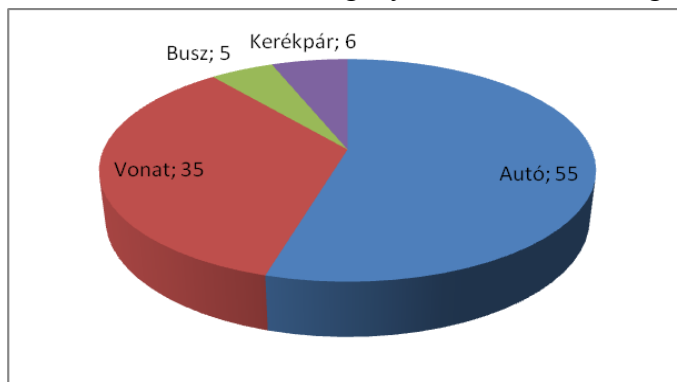
6. ábra: A válaszadók szálláskeresési motivációi szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók nagy része szállodában száll meg a Karnevál idejére 33%, ugyanakkor sokan ismerősnél/barátnál 21%, valamint rokonoknál 23%. 22% helybeli megkérdezett otthon tölti az éjszakákat. Egyéb válaszok között szerepel a kollégium 1%, a vendégház 1%, a panzió 2%, valamint hagyományörző tábor/sátor 2%. *Összességében elmondható, hogy bár a legmagasabb arányban a szállodákat veszik igénybe a vendégek, mégis legtöbben otthon, barátoknál, ismerősöknél vagy rokonoknál szállnak meg.*

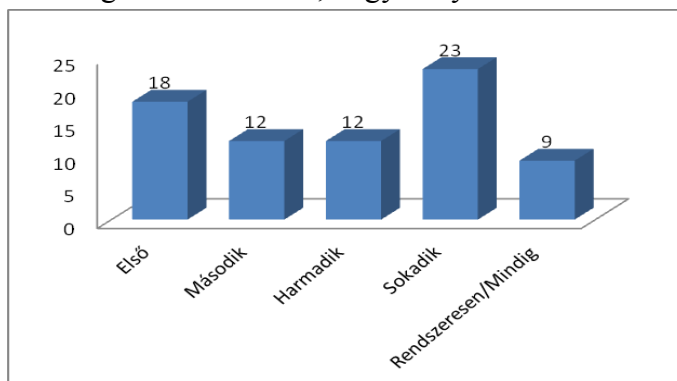
7. ábra: A válaszadók közlekedési eszköz igénybevétel szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A megkérdezettek közül 52% személygépkocsival, 33% vonattal érkezik Szombathelyre, hogy részese legyen a karneváli forgatagnak. 5% busszal, 6% pedig kerékpárral közelíti meg a rendezvényt. Egyéb válaszok között 2% nevezte meg a motorbiciklit, illetve 3% gyalog érkezik. **Szombathely legegyszerűbben személygépjárművel, illetve vonattal közelíthető meg, ezt támasztják alá a fent bemutatott adatok is.**

8. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy hányadik alkalommal járnak a Karneválon



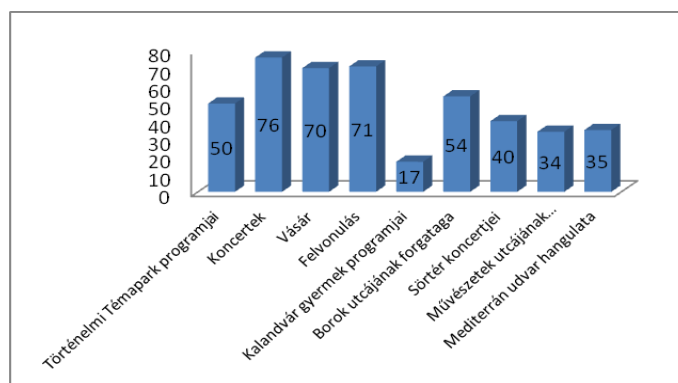
Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók többsége sokadik alkalommal 22%, míg 17% először látogatott el a Karneválra. Második és harmadik éve látogatók egyenlő arányban 11-11%, illetve a rendszeresen, minden évben karneválozók száma 8%. **A rendezvény sokszínűségének köszönhetően mindenki megtalálja a számára megfelelő programot, ezért lehetséges, hogy a viszonylag magas első karneválozók száma mellett kiemelkedik a sokadik, illetve rendszeres látogatók aránya.**

9. a 8. kérdéshez tartozó diagramokat a 11. számú mellékletben találják.

A karneváli szolgáltatások kapcsán a válaszadók kiemelték a **programok sokszínűségét** (nagyon elégedett: 44%), a helyiek **vendégszeretetét** (nagyon elégedett: 40%). Fontosnak tartották a **szállás** (elégedett: 38%), a **vendéglátás** (elégedett: 33%) minőségét, a **higiénit** (elégedett: 38%, közepesen elégedett: 38%), a **város nevezetességeit** (nagyon elégedett: 42%), és a karneváli **szervezők és önkéntesek munkáját** (nagyon elégedett: 38%). További fejlesztési lehetőségeket látnak a **tömegközlekedés** (közepesen elégedett: 51%), a **parkolás** (közepesen elégedett: 54%), az **infrastruktúra** (elégedett: 44%), valamint az **árszínvonal** (közepesen elégedett: 58%) tekintetében. *Összességében megállapítható, hogy a megkérdezettek legnagyobb hányada elégedett a felsorolásban található szolgáltatásokkal, melyek a turizmus/rendezvény részét képezik. Minden témában fellelhető azonban elégedetlen válaszadó, mely további vizsgálatok témáját kell, hogy képezze, azonban megállapítható, hogy a város adta lehetőségekkel kevésbé elégedettek.*

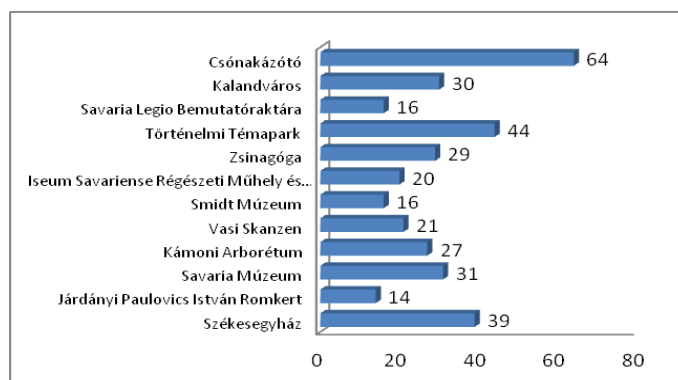
10. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy mely programokon vennének részt a Karneválon



Forrás: Saját kutatás 2014.

A kérdőívet kitöltők legnagyobb hányadát a koncertek (72%), a felvonulás (67%), és a vásár (66%) vonzotta. Nagyobb volt az érdeklődés a Borok utcájának (51%), és a Történelmi Témapark (47%) programjai iránt is. A Sörtér koncertjeit (38%), a Mediterrán udvart (33%), a Művészetek utcáját (32%), valamint a Kalandvár gyermekprogramjait (16%) is sokan látogatták. *A Savaria Történelmi Karnevál fő attrakciói a felvonulás és a vásár voltak ezúttal is a legkeresettebbek, azonban idei sztárfellépők (Geszti Péter és a Gringo Sztár, a Magna Cum Laude) is nagy tömegeket mozgattak meg.*

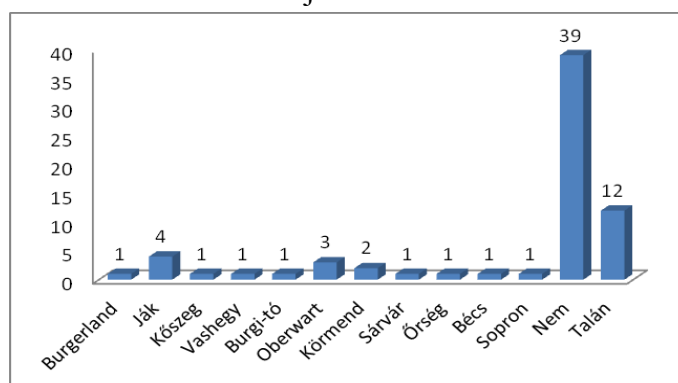
11. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy mely turisztikai attrakciót keresik fel Szombathelyen



Forrás: Saját kutatás 2014.

Az egyéb turisztikai attrakciók és a helyi nevezetességek is vonzották az ide látogatókat. Legtöbben a Csónakázótavat (60%), a Történelmi Témaparkot (42%), a Székesegyházat (37%), a Savaria Múzeumot (29%), a Kalandvárost (28%), a Zsinagógát (27%), a Kámoni Arborétumot (25%) látogatták meg. A Vasi Skanzent (20%), az Iseum Savariense Régészeti Műhely és Tárházat (19%), a Smidt Múzeumot és a Savaria Regio Bemutatóraktárát (15-15%), valamint a Savaria Múzeumot (13%) nézték meg Szombathelyi tartózkodási idejük alatt. ***A Karnevál ideje alatt többen megtekintették valamely turisztikai látnivalót, ezzel színesebbé téve a tartózkodási időt.***

12. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy mely környező településre látogatnak el a Szombathelyen való tartózkodásuk ideje alatt

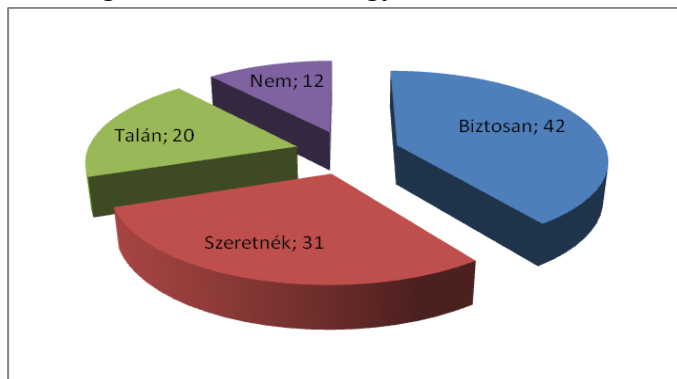


Forrás: Saját kutatás 2014.

A „Megnéz más turisztikai attrakciót Szombathelyen tartózkodása idején környező településen, esetleg Ausztriában” kérdésre 74% nemleges választ adott. Szívesen barangolna a környéken, vagy Ausztriában 11%. Az általuk preferált városok: Ják (4%), Oberwart (3%), Körmend (2%), Sárvár (1%), Őrség (1%), Kőszeg (1%), Vashegy (1%), Bécs (1%), Sopron

(1%). *Míg a város több nevezetességét megtekintik a Szombathelyen eltöltött idő alatt, más település, környékbeli attrakció meglátogatását már csak kevesebben tervezik.*

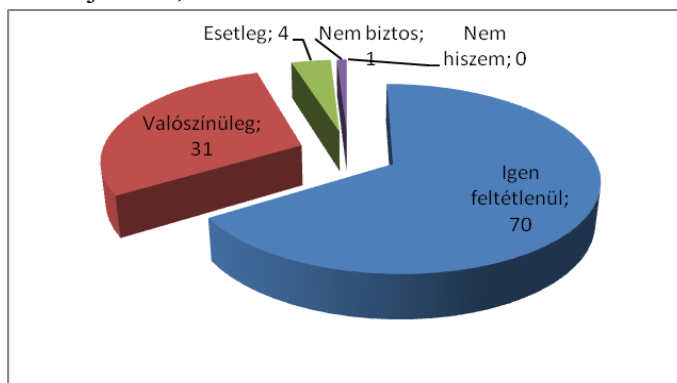
13. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy visszatérnek-e a Karneválra



Forrás: Saját kutatás 2014.

A kérdőív alapján megállapítható, hogy a Savaria Történelmi Karnevál színvonala és sokszínűsége okán 40% biztosan, 29% szándékozik, és 19% megfontolja a visszatérést a városba. Mindössze 11% nyilatkozik úgy, hogy nem kíván újabb látogatást tenni a településre. *A Karnevál magával ragadó hangulata, sokszínű programjai, koncertjei miatt nagyon sok a visszatérő látogatója.*

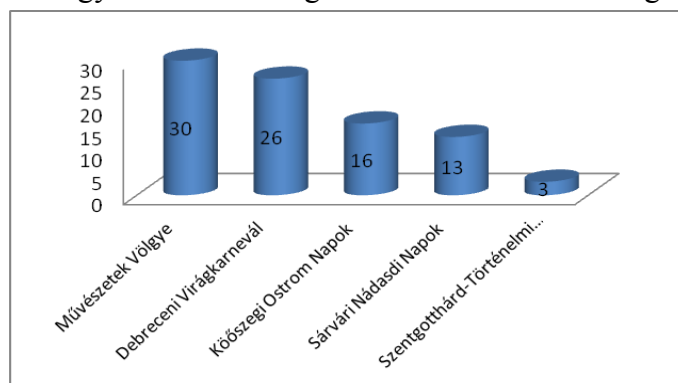
14. ábra: A válaszadók megoszlása aszerint, hogy ajánlanák-e a Karneválon való részvételt ismerőseiknek, családjuknak, barátaiknak



Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók jelentős része 66% feltétlenül, 29% valószínűleg, és 4% esetleg ajánlaná ismerőseinek, barátainak a rendezvényt, valamint a város látogatását. *A Savaria Történelmi Karnevál szájreklám útján terjed a leginkább, a válaszok alátámasztják, hogy továbbra is szívesen informálják róla ismerőseiket, barátaikat a látogatók.*

15. ábra: A válaszadók egyéb fesztivállátogatási szokásai szerinti megoszlása

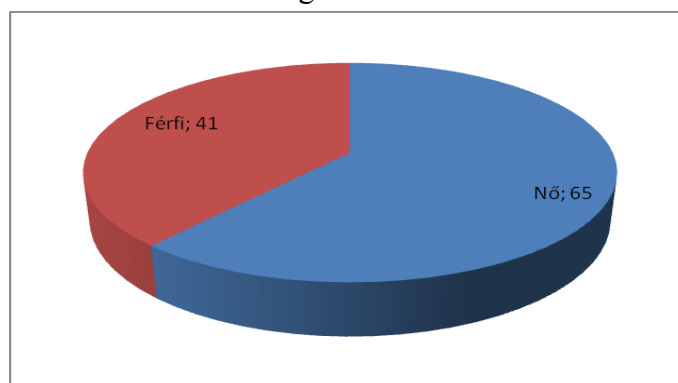


Forrás: Saját kutatás 2014.

A megkérdezettek fesztivállátogatási szokásait az alábbi számok tükrözik. Művészetek völgye (28%), Debreceni Virágkarnevál (25%), Kőszegi Ostromnapok (15%), Sárvári Nádasi Napok (12%), Szentgotthárd-történelmi Napok (3%), Sziget Fesztivál köztársaság (6%), VOLT Fesztivál (4%), Kőszegi Borfesztivál (1%), Balaton SOUND (2%), Kőszegi Borfesztivál (1%), Mesterségek Ünnepe (2%), Gyulai Néptánc Fesztivál (1%), Történelmi rendezvények országszerte (1%), nem vesz részt semmilyen fesztiválon (11%). **A megkérdezettek többsége a kulturális turisztikai rendezvényeket választja.**

3.1.2. A minta demográfiai összetétele

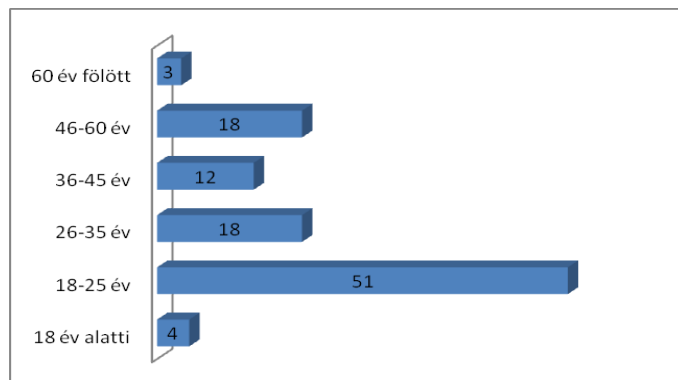
16. ábra: A válaszadók nemek szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A megkérdezettek 61%-a, azaz 65 fő nő, 39%, azaz 41 fő férfi.

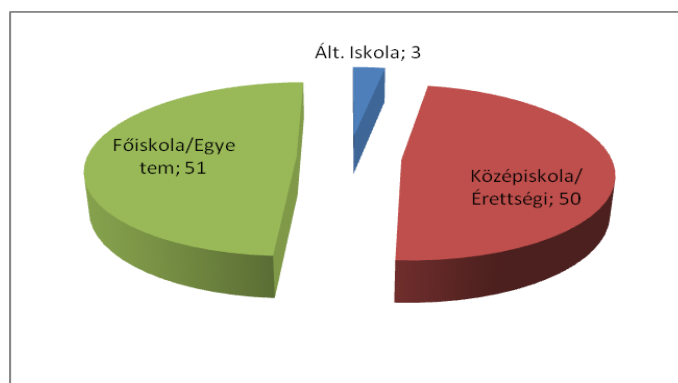
17. ábra: A válaszadók kor szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók többsége a 18-25 év közötti korcsoportba tartozik 48%-kal. Közel egyforma arányban van a 26-35 éves (17%), a 46-60 éves (17%), valamint a 36-45 éves (11%) korcsoport. Legkisebb arányban a 18 évnél fiatalabb (4%) és a 60 évnél idősebb (3%) korcsoporthoz tartozók töltötték ki a kérdőívet.

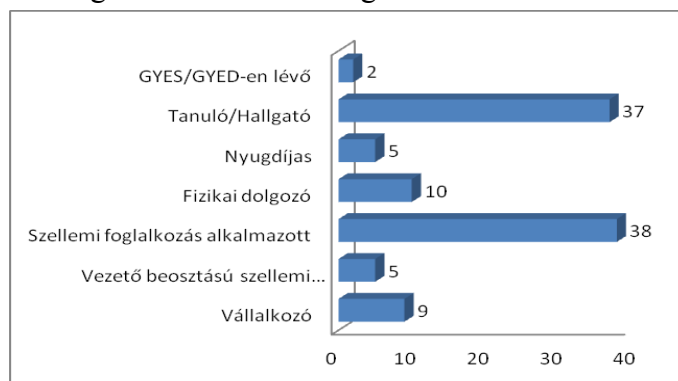
18. ábra: A válaszadók képzettség szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A válaszadók nagy többségének legmagasabb iskolai végzettsége a főiskola/egyetem (48%), ezt követően az érettségivel rendelkezők (47%), illetve az általános iskolai végzettségűek (3%) álltak rendelkezésre a kitöltéshez.

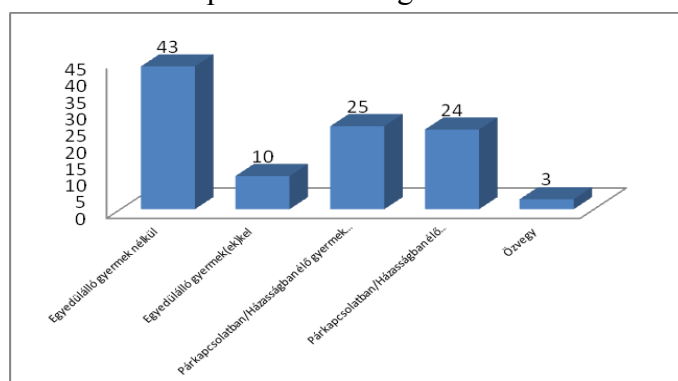
19. ábra: A válaszadók foglalkozás szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A kérdőívet kitöltők 36%-a szellemi foglalkozású alkalmazott, 35%-a tanuló/hallgató, 9%-a fizikai munkát végez. 8%-a vállalkozó, 5%-a nyugdíjas, 5%-a vezető beosztású szellemi munkát végez, 2%-a GYES/GYED-en lévő.

20. ábra: A válaszadók családi állapot szerinti megoszlása

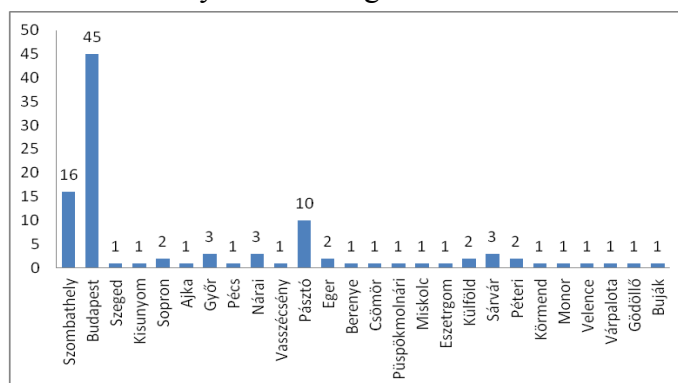


Forrás: Saját kutatás 2014.

A megkérdezettek 50%-a egyedülálló, 46%-a házas és 3%-a özvegy. A válaszadók 64%-ának még nincs gyermeke, míg 32%-a szülő.

A kitöltők nagy arányban 18-25 év közötti egyedülálló nők, akik még gyermektelenek. Legmagasabb iskolai végzettségük a főiskola/egyetem, és szellemi munkát végeznek.

21. Diagram: A válaszadók lakhely szerinti megoszlása



Forrás: Saját kutatás 2014.

A kérdések megírásánál fontosnak tartottam, hogy a látogatók mely településről érkeztek. A válaszadók közül a legnagyobb számban a fővárosból érkeztek (42%). Érdekesnek tartom, hogy az ország majd minden pontjáról érkeztek. ***Össességében elmondható, hogy egy országosan ismert rendezvényről van szó.***

3.1.3. Mélyinterjú értékelés

A dolgozat megírásához teljes körű kutatásra volt szükség. A szakirodalmak, lexikonok, internet böngészése után három mélyinterjút készítettem. Az általam összeállított kérdésekre nem kaptam választ. Az alanyok lelkesen beszéltek munkájukról, a munkálatokról, szívesen osztottak meg velem minden információt. Egyet a város tekintetében a Savaria Turizmus Nonprofit Kft. ügyvezető és TDM menedzserével, Borsody-Vörös Csillával, a Karnevál vonatkozásában Mérei Tamással a Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Alapítvány elnökével, valamint Szommer Ildikóval a rendezvény Fesztiváligazgatójával. Az interjúkból rövid összefoglalókat írtam.

Borsody-Vörös Csilla a megbeszélés folyamán a Szombathelyi Tourinform Iroda működéséről, a város nevezetességeiről, a Karneválról tájékoztatott. „A Savaria Turizmus Nonprofit Kft. üzemeltetésében működik az Iroda, mely Fő tér és a Király utca kereszteződésében található. Ez a város turisztikai információs pontja. A betérők 70% körüli aránya turista, míg a helyieké 30%. A programok iránti érdeklődés, jegy és Hungary Card vásárlás miatt térnek be leggyakrabban. A város az élhető települések közé tartozik, kerékpárúttjai biztonságosak, bőséges program kínálatában mindenki megtalálja a számára értékesnek vélt eseményt. Legnagyobb turisztikai vonzereje a Savaria Történelmi Karnevál, illetve a római múltat megelevenítő építmények, mint az Iseum, a Romkert, az Iseumi Szabadtéri Játékok, továbbá a Szent Márton kultusz. A Karnevál előtt 3-4 hónappal telefonon és e-mailben érdeklődni kezdenek a látogatók. A szervezőktől későn kapott tájékoztatás okán nem tudnak teljes körű információt szolgáltatni. A magyar nyelvű programfüzetet egy héttel, az idegen nyelvtől az első nap bocsátják rendelkezésükre. Vendégösszetétel tekintetében 80% a magyar látogató, az osztrák, illetve német vendégek a tömeg miatt kisebb számban látogatják. A Karnevál legjelentősebb eseménye a felvonulás. Fontosnak tartaná a helyi intézmények, megszólítását, a lakosság bevonását, ezzel erősítve a helyi identitás tudatot. A római kor hangsúlyosabbá tételét, mind a vásár, mind a programok tekintetében, például római színdarabok színpadi előadásával.”

Szommer Ildikó 1999 tavasza óta a Karneváli Bizottság tagja, 2014-ben elnyerte a Magyar Fesztivál Szövetség az Év Fesztiválszervezője címét. „A Karnevál az 1960-as években már megrendezésre került. Ekkor a helyi iskolások vonultak végig a város utcáin, majd színdarabbal emlékeztek meg a történelem eme fejezetéről. Ennek újraélesztésén törték a fejüket a szervezők, majd a millennium évében pályázati forrásokból sikerült megvalósítani az elképzeléseket. Hosszas kutatás után kiderült, hogy a felvonuláshoz kamionnal hozták

Budapestről a jelmezeket, melyek már nem álltak rendelkezésre. A helyi összefogás remekül működött, a Teleki Blanka Szakképző Iskola és Kollégium diákjai varrták meg a jelmezeket, díszleteket. Ma már saját raktárral rendelkeznek, melyben körülbelül 2 000 darab ruha található. A rendezvény háromszor nyerte el a Nyugat-Dunántúli Régió Kiemelkedő Kulturális és Örökségturisztikai Rendezvénye díjat. Kudarcnak az időjárást, valamint a pénzforrások beszűkülését élik meg a szervezők. 1/3 részt az Önkormányzat, 1/3 részt saját bevételek (helypénzek, jegy és ajándéktárgy bevételek) és 1/3 részt pályázati finanszírozásból valósul meg a Karnevál.”

Mérei Tamás a Savaria Szimfonikus Zenekar Igazgatója, illetve a 10 fős Savaria Történelmi Karnevál Közhasznú Alapítvány elnöke 2003 óta. „2003-ban épült meg a Történelmi Témapark egy hektáros alapterülettel. Az Alapítvány feladata a rendezvény megszervezése, mely 20-22 helyszínnel várja az érdeklődőket. Minden helyszínerért egy munkacsoport felel, így eredményesen hangolják össze a programokat. Négy színpadot állítanak, a Fő téren, a Sörtéren, a Borok és a Művészetek utcájában. A felvonulásra 1 000 ember öltözik jelmezbe, eleveníti meg a fontosabb életképeket az ókori Rómától egészen az I. világháborúig. A felvonulás idejére három mobil lelátót helyeznek el, mely 350 fő kényelméről gondoskodik. A Fő téren, valamint a Borok utcájának elején elhelyezett ledfalak informálnak, a műsorokat és a felvonulást élőben közvetítik. A Karneválon nem jelennek meg reklámok, promóciók, erre minden órában csupán 5 perc áll a hirdető rendelkezésére. 2013 óta a rendezvény idejére fényfestéssel díszítik az Önkormányzat épületét.”

Összességében elmondhatom az alanyokkal töltött 30-40 perces beszélgetés során sok új és érdekes információval gazdagodtam. Egy jó ötletnek mindig van esélye. A szervezők, a város teljes összefogással igyekszik mindent megtenni az ide látogatók kényelméért, szórakozási és kikapcsolódási lehetőségeiért.

3.1.4. Weblapelemzés

Weblapelemzés szempontjából mind Szombathely, mind a Savaria Történelmi Karnevál honlapját nagyító alá vettem, melyet az alábbi táblázat foglal össze. A használt kereső a Google Chrome, az elemzés időpontja, 2014. szeptember 7.

3. Táblázat: Weblapelemzés

Szempont	Szombathely	Savaria Történelmi Karnevál
Link	http://www.szombathely.hu/	www.savariakarneval.hu
Keresőbeli rangsor (Google)	Első lehetőségként jelenik meg a város hivatalos honlapja.	Első helyen jelenik meg a karnevál hivatalos honlapja.
Első benyomás	Pozitív benyomást keltő, a látogatónak kedvet csinál a keresgéléshez.	Kissé zsúfolt, nem elég pozitív, nem csinál kedvet a látogatónak a böngészéshez.
Nyitóoldal használhatósága	Minden fontos, aktuális információ megtalálható a nyitóoldalon.	Kissé zsúfolt, nehezen található meg a keresett információ.
Oldalelrendezés, navigáció	A lap tetején a város logója, az oldal megnevezése alatt helyezkedik el a főmenü, alatta egy újabb áttekinthetőbb menüsor található.	A jobb felső sarokban meg a Karnevál logója. Legfelső sorban a menüpontok, alatta figyelemfelkeltő méretben a karnevál időpontja, és szlogene.
Görgetés, lapozás	Azonnal észleli az egér mozgását, nincs akadály a felületen.	Gyorsan reagál az egér mozgására, így akadály nélkül használható az oldal.
Hivatkozások	Kattintás után egyből a kívánt helyre navigál az oldal, akár belső, akár külső a hivatkozás.	Mind a belső, mind a külső hivatkozások gyorsan elérhetőek.
Gyorsaság	Megfelelően megszerkesztett oldal, így azonnal a kívánt felületre lép.	Jól felépített, rendezett az oldal, akadály nélkül a kiválasztott menüponthoz lép.
Kereső opció	A főoldalon nincs keresőopció, azonban bizonyos aloldalakon megtalálható a lehetőség.	Van keresőopció, mellyel a kívánt programra lehet rákeresni.
Elérhetőség	Az intézmények almenüben egyből az elérhetőség villan a látogató szeme elé.	Kapcsolat menüpont alatt találhatóak meg az elérhetőségek.
Tartalom	Könnyen áttekinthető, a tartalom megszűrt, csak a legfontosabb adatok, információk állnak rendelkezésre.	Sok adat van a nyitó oldalon, de mindig az aktuális, friss van legfelül, ezzel felkeltve a figyelmet.
Interaktivitás	A galéria a turizmus menüpont alatt található. Itt a képek sokasága teszi interaktívvá a weblapot.	Képgaléria nem található az oldalon, egy-egy kép jelenik csak meg. A facebook adatlapjuk interaktívabb.
Aktualitás: programok, események	Minden aktuális hír, program, információ megtalálható a nyitóoldalon.	Az aktuális hírek, információk jelennek meg.
Hirdetések	Hirdetések nem találhatóak a honlapon.	Hirdetések nem akadályozzák a böngészést.
Nagy, meggyőző és vonzó képek alkalmazása	A galérián belül van lehetőség a képek miniatűr illetve kinagyított megtekintésére is.	A weboldalon elszórtan található egy-egy kép. Facebook adatlapjuk interaktívabb.
Animációk	Az animációkat mellőzték a galériából, egyszerű lapozós módszerrel tekinthetők meg a képek	Az oldalon sem animációkat, sem áttűnéseket nem alkalmaztak.
Hírlevélre gyors fel és leiratkozási lehetőség	Hírlevélre való feliratkozási lehetőség nincs, azonban lehetőséget biztosítanak a regisztrációra, ezt követően a honlapot saját arcukatunkra formázhatjuk.	Nincs lehetőség hírlevélre való feliratkozásra.
Látogatók száma	összesen 4.391.497 fő, mai napon 803 fő	A látogatók számára vonatkozó adat nem áll rendelkezésre.

Forrás: Saját kutatás, 2014.

Összegzésként elmondható, hogy Szombathely weboldalát sokan látogatják. A Google kereső első helyen hozza ki, ha bármelyik kulcsszóra keresünk rá (Szombathely, Savaria Történelmi Karnevál), ezáltal segítve, hogy a látogatóból már csak vendéget kell csinálni. A honlapok jól strukturáltak és az összes fontos információ (árak, programok, események) aktuális és könnyen megtalálható. Mind a két weboldal mobiltelefonra optimalizált, ami szintén előny, hiszen okostelefonokon is könnyen elérhető egyszerűsített formában, azonban a legfontosabb információkat így is tartalmazza. A Savaria Történelmi Karnevál honlapján lehetőség van mobil applikáció letöltésére, mely a programokat tartalmazza, illetve a hivatalos Facebook adatlapja interaktív, szinte azonnal megjelennek rajta fontos és aktuális információk, valamint rengeteg képpel vonzzák a látogatókat.

4. SWOT ANALÍZIS

Bemutatom a város, illetve a Savaria Történelmi Karnevál SWOT - analízisét, melyet a szekunder és primer kutatásaim alapján határoztam meg.

4.1. SZOMBATHELY SWOT ANALÍZISE

Erősségek	Gyengeségek
Hagyományörző város	Nagy távolság Budapesttől
Megyeszékhely	Autópálya hiánya
A város folyamatos fejlődése	Nincs gyógy-és termálvize
Híres és látogatott programok	Kevés parkolóhely
A város ismertsége a Savaria Történelmi Karnevál miatt	Vakok és gyengén látók számára kevés biztonságos gyalogos átkelőhely
Megfelelő Volán és MÁV tömegközlekedés	Mezőgazdasága csekély
Ausztria közelsége	Reptér kihasználatlan
Rendezett városkép, sok zöldterület	Kötött pályás tömegközlekedése megszűnt
Város körül megépült körgyűrű	Sűrűn lakott település
Megfelelő közbiztonság	Kerékpár utak bővíthetősége, gyalogos forgalomtól külön
Alap-, közép-, felsőfokú oktatás széleskörű a városban	Turizmus a kulturális és sporteseményekre épül
Infrastrukturális kiépítettség megfelelő	Ausztria közelsége miatt sok munkaerő elhagyja a várost
Lehetőségek	Veszélyek
Hagyományörzők egyesítése	Emberek érdektelensége a hagyományörző rendezvények iránt
Szombathely reklámozása TV-ben, rádióban	Reklámok hiteltelensége
Reptér felújítása, kihasználása	Nincs elegendő tartalék a város, illetve a szálláshelyek fejlesztésére
Szálláshelyek épülése, fejlesztése	A Karnevál, mint turisztikai termék hanyatlása
Turisztikai képzés kialakítása	A turisztikai kereslet nincs összehangolva a kínálattal
Lehetőség a külföldi és belföldi beutazó turizmus fejlesztése	Oktatási-rendszer nem változik meg
Pályázati források	Ausztria közelsége miatt sok munkaerő elhagyhatja a várost
Ipari, Logisztikai központokkal munkahelyteremtés	

Forrás: Saját összeállítás, 2014.

4.2. SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL SWOT ANALÍZISE

Erősségek:	Gyengeségek:
Minőségi munkavállalóik, az átlagosnál szakképzettebbek	Minőségi munkavállalóik utánpótlása
A Savaria Történelmi Karnevál technikai eszközei kiváló minőségűek	Megújulás hiányában érdektelenné válhat
Országsszerte ismert rendezvény	Fővárostól való távolság
A szolgáltatások magas színvonala	Esetleges tőkehiány
Önkéntesek létszáma	Technikai eszköz ellátottság
Országosan, Kelet-Európában egyedülálló rendezvény	Parkolási lehetőségek
Hatékony marketing	Időjárás
Lehetőségek:	Veszélyek:
EU-s pályázatok, források	Fejlesztések elmaradnak
A szombathelyi turizmus erősödése	A forgalommal járó környezeti terhelés
Programok igényessége	Dolgozók esetleges létszámhiánya
Intézményi együttműködés	Pályázati források elapadása
Hazai pályázatok	Önkéntesek esetleges létszámhiánya
Külkapcsolatok megerősítése	Érdeklődés fenntartása

Forrás: Saját összeállítás, 2014.

Fontos az erősségek hangsúlyozása, szinten tartása és lehetőség szerint tovább erősítése. Gyengeségek tekintetében lényeges, hogy tudomást kell venni jelenlétükről és fejlesztésükre stratégiák kidolgozása mellett folyamatosan figyelni, és minden szükséges lépést megtenni a megvalósításra. Lehetőségek terén a megfelelő pillanatra kell várni, hiszen külső tényezőktől függ bekövetkezésük. Veszélyekkel minden esetben számolni kell és a lehető legkisebb százalékos arányt hagyni bekövetkezésükre.

5. JÖVŐKÉP ÉS FEJLESZTÉSI JAVASLATOK

A város tekintetében javasolnám valamely autópályával való közvetlen összeköttetés (M1, M7), lehetőség szerint négy sávos közlekedést biztosító autótút megépítését.

Szombathely északi részén elterülő reptér újra üzembe helyezését, mellyel a térség turisztikai vonzereje jelentős fejlődésnek indulna, főleg az osztrák, német nyelvterületről érkező vendégek tekintetében.

Mivel a település nem rendelkezik gyógy-termálvízzel, így a kulturális és sporteseményekre kell nagyobb hangsúlyt fektetni. Ezen rendezvények célcsoportjait meg kell határozni, és megfelelő marketingeszközökkel elérni őket. Kulturális rendezvények a 20-45 év közötti egyedülálló, gyermektelen nőket érdekli a legjobban, a hetilapokkal, magazinokkal célszerű az információt eljuttatni hozzájuk, míg a sportesemények ugyanezen korcsoport férfi tagjait vonzza, őket internetes hirdetésekkel, sportmagazinok hasábjain, sportműsorok közötti célzott reklámmal lehetne minél hatékonyabban megközelíteni.

Mérei Tamással és Szommer Ildikóval folytatott beszélgetésem során kiderült, hogy a Savaria Történelmi Karnevál, oly nagy népszerűségnek örvend, hogy a város szállodái megtelnek a rendezvény idejére. Javasolnám további szálláshelyek megépítését, vagy a meglévők bővítését, azonban mindenképpen figyelembe kell venni az év többi részében a vendégéjszakák alakulását.

A Karnevál legfőbb marketingeszköze a szájreklám. A leghatékonyabb, hiszen szívesen adunk közeli ismerőseink, barátaink, családtagjaink véleményére. Ezzel azonban nagyon vigyázni kell, mert a legkisebb negatívum is hatalmas lehet, hiszen az emberek szeretnek túlozni, felnagyítani.

Borsody-Vörös Csilla, a Savaria Turizmus Nonprofit Kft. ügyvezetője az interjú során megemlítette, hogy a lelkes karneválrajongók hetekkel előbb felkeresik a szombathelyi Tourinform Irodát, hogy bővebb tájékoztatást kapjanak. Azonban az Iroda munkatársainak nem áll rendelkezésükre elegendő információ, az idegen nyelvű programfüzeteket a rendezvény első napján kapják meg, így nem tudnak az érdeklődőknek segítséget nyújtani, ezzel hitelességüket veszítik. Az Iroda, valamint a Karnevál szervezőinek össze kell fogniuk, együtt kell dolgozniuk gördülékeny információáramlással, hiszen mindkét szervezetnek ugyanaz a célja, a vendégforgalom növekedésével a lehető legnagyobb bevétel elérése.

A célcsoport további szegmentálására szükség van. Mind a 2013.évi hatásvizsgálatból, mind a saját empirikus kutatásomból kiderül, hogy a város legnagyobb turisztikai

vonzerejével rendelkező esemény a 18-30 éves korcsoportot vonzza a leginkább koncertjeivel, szórakozási lehetőségével.

A Tourinform Iroda a Karnevál ideje alatt ingyenes idegenvezetéssel városnéző túrákat indít. Erről sehol nem jelenik meg információ. Csomaggá szervezéssel a múzeumi belépőjegyek megvásárlásával, helyi idegenvezetéssel bevétel növekedés érhető el, de mind a programfüzetben, mind szórólapokon való kommunikációját javaslom magyar, valamint több idegen nyelven.

Az időjárás sem tehet tönkre egy ilyen nagyszabású, országosan ismert rendezvényt. A szervezők munkáját dicséri, hogy a vihar közeledtére mind az óriáskivetítőkön, mind a honlapon, a facebookon felhívták a figyelmet, valamint a rendőrök hangosbemondón keresztül tájékoztatták a vendégeket.

6. ÖSSZEGZÉS

Dolgozatom célja volt minden oldalról megvizsgálni Szombathely, valamint a Savaria Történelmi Karnevál turisztikai vonzerejét. Véleményem szerint, melyet kérdőíves megkérdezésem alá is támaszt, a célcsoport jelenleg rossz szegmentálásban van. A rendezvényt leginkább a 18-30 éves korosztály keresi fel a szórakozási lehetőségért. A város turisztikai vonzereje a kulturális és sporteseményeken alapszik. Aki a programok miatt érkezik, megnéz más turisztikai attrakciót a városban, de nem szívesen néznek meg látványosságot a környező településeken, esetleg Ausztriában. Szombathely marketingjéért jelenleg a Savaria Turizmus Nonprofit Kft. felel. PR cikkekkel, szakmai kiállításokon való részvétellel, illetve saját kiadványokkal igyekeznek a település attrakcióra felhívni a figyelmet. A Karnevál a helyieknek intézi elsősorban az információt, szórólapokkal, programfüzetekkel, óriásplakátokkal. A résztvevők a programok sokszínűségét, színvonalát szeretettel osztják meg ismerőseikkel, családjukkal, ami a leghatásosabb marketingeszközök egyike.

A dolgozat megírása során három általam felállított hipotézisre kerestem a választ.

1. A Savaria Történelmi Karnevál országos ismertsége és marketingkommunikációja ellenére a Nyugat-Dunántúl kiemelkedő rendezvényének számít.
2. A Savaria Történelmi Karnevál jelenlegi célcsoportjának a családokat feltételezem.
3. A város a Savaria Történelmi Karnevál adta lehetőségeket maximálisan kihasználja.

A hipotézisek közül az első teljes mértékben igaznak bizonyult. Szegmentálást tekintve további kutatások elvégzésével konkrétabban kell meghatározni. Saját empirikus kutatásom alapján a 18-25 éves korcsoport női tagjai látogatják előszeretettel a rendezvényt, azonban mivel a rendelkezésemre álló minta kicsi, nem reprezentatív, így ebből nem lehet általános következtetéseket levonni. Az utolsó hipotézisem, miszerint a város a Karnevál adta lehetőségeket maximálisan kihasználja, igaznak bizonyult, javaslok, hogy újításokkal, fejlesztésekkel, új ötletekkel tovább színesítsék a programokat, hogy a rendezvény látogatottsága megmaradjon az érettség szakaszában.

Mélyinterjúk készítése során számtalan új ismerettel gazdagodtam a Karnevált illetően. Hangsúlyossá vált a nem megfelelő kommunikáció a szervezetek között, de kiemelendő a város teljes összefogása a rendezvény zavartalan lefolyásának érdekében. A helyiek évről-évre várják, összekovácsoló hatása, remek kikapcsolódási lehetőségei miatt. A jelmezeket a helyi iskolában diákok varrják, az árusok többsége szombathelyi. A testvérvárosokból artisták, zászlóforgatók érkeznek, ezzel a sokszínűséget bővítve.

A dolgozat megírása során arra a következtetésre jutottam, hogy további vizsgálatokat lehetne készíteni a témában. Szombathely és a Savaria Történelmi Karnevál országosan ismertek, ismertebbé kell-e tenni a rendezvényt? Milyen lehetséges lépésekkel óvható meg, hogy a rendezvény az érettség szakaszában nem csak kiteljesedjen, de ebben a státuszban is maradjon? Hogyan kapcsolható össze a két turisztikai termék, a desztináció és a Karnevál attrakcióinak megtekintésére vonatkozó ösztönzés? Milyen eszközökkel lehetne elérni, hogy minél szélesebb körű látogatottságosságot?

FELHASZNÁLT IRODALOM

SZAKIRODALOM

1. A Savaria Turizmus Nonprofit Kft., mint Szombathely és kistérsége TDM szervezet marketing kommunikációs eszközei a szombathelyi turisztikai desztináció népszerűsítése érdekében 2014-ben, 2014.
2. Balogh Ferenc: Magyarország országismeret, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2007.
3. Horváth Attila Dr.: Turizmus a kultúrában, kultúra a turizmusban, Magyar Művelődési Intézet, Budapest, 1999.
4. Lengyel Márton Dr.: A turizmus általános elmélete, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2004.
5. Egyszerűsített Megvalósíthatósági Tanulmány- CsabaPark (Hagyomány és Gasztronómia), Békéscsaba Vagyonkezelő Zrt., 2012. május.
6. Hoffmann Istvánné: Stratégiai Marketing, Budapest, Aula Kiadó, 2000.
7. Kotler – Keller: Marketingmenedzsment 2012., Budapest, Akadémia Kiadó, 2012.
8. KSH jelentés a turizmus 2010.évi teljesítményéről, 2010.
9. Magyar Turizmus Zrt. 2009. évi marketingterve, 2009.
10. Magyar Turizmus Zrt. 2010. évi marketingterve, 2010.
11. Majoros Pál: A kutatómódszertan alapjai, Perfekt Nyomda, Budapest, 2004.
12. Papp-Váry Árpád: JPÉ Marketing (Elmélet és gyakorlat józan paraszti ésszel), Századvég Kiadó, Budapest, 2009.
13. Piskóti István – Dankó László – Schupler Helmuth: Régió- és településmarketing, Complex Kiadó, Budapest, 2002.
14. Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000.
15. Rác Tamara: Kultúra szerepe a turizmusban és a városfejlesztésben, Kultúrpontróda, Budapest, 2006.
16. Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013.
17. Savaria Történelmi Karnevál Programfüzete, 2014.
18. Savaria Turizmus Nonprofit Kft., Szombathely, ahol Neked is járnod kell! című kiadványa, 2013.
19. Szombathely megyei jogú város településfejlesztési koncepciója, integrált településfejlesztési stratégiája, valamint településszerkezeti terve 314/2012 (XI.8)

kormányrendelet szerinti megalapozó vizsgálata, Városfejlesztés Zrt., Budapest, 2014.05.30.

20. TDM Működési Kézikönyv, Heller Farkas Főiskola, Budapest, 2008.
21. Turizmus Bulletin XIII. évfolyam 3. szám, Sulyok Judit – Sziva Ivett: A fesztiválturizmus hazai és nemzetközi tendenciái
22. Turizmus Bulletin, XIII. évfolyam, 3. szám, Kovács Bence – Újszászi György: Zöld Fesztiválok
23. Turizmus Bulletin, XIII. évfolyam, 3. szám, Lakatos Gyuláné: A kulturális turizmus statisztikai mérése
24. Turizmus Bulletin, XIV. évfolyam, 3. szám, Sulyok Judit – Polgár Judit: A Kulturális Turizmus Éve 2009 témaév legfontosabb eredményei

INTERNETES FORRÁSOK:

1. <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-magyarorszagon-1990-2002>.
2. http://savariadancefestival.com/cgi_bin/savariadance/index.cgi?nyelv=hu
3. <http://savariakarneval.hu/karnevaltortenet/>
4. <http://szakmai.itthon.hu/magyar-turizmus-zrt>
5. <http://szakmai.itthon.hu/tourinform-halozat>
6. <http://szombathely.varosom.hu/blog/kozlekedes/Szombathely-Kozlekedes.html>
7. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3u7SfRYOx5gJ:www.360.oc.hu/resourcea2/90/pOi2htlRQGdQGk5fvPeU6nlSp.doc+&cd=3&hl=hu&ct=clnk&gl=hu>
8. http://www.kozpont.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=4136%3Aa-hagyomanyrzes-oesszekoet-kapocs-multunk-es-jelenuenk-koezoett&catid=38%3Atarsadalom&Itemid=57
9. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyormegyeszekhely.pdf>
10. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorturizmus.pdf>
11. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/gyorturizmus.pdf>
12. http://www.kulturpont.hu/content.php?hle_id=9715
13. http://www.ma.hu/belfold/19519/Savaria_Tortnelmi_Karneval
14. <http://www.mohacsibusojaras.hu/?b=2>
15. <http://www.programturizmus.hu/ajanlat-savaria-tortenelmi-temapark-szombathely-info.html>

16. http://www.sikermarketing.hu/mi_marketing
17. <http://www.szombathely.hu/turizmus/szallaskalauz/>
18. http://www.szombathely.hu/turizmus/varostortenet/a_kozepkori_varos/
19. http://www.szombathely.hu/turizmus/varostortenet/a_mai_varos/
20. <http://www.terpont.hu/regiok/magyarorszag-regioi/nyugat-dunantuli-regio>
21. <http://www.westpa.hu/cgi-bin/westpa/news.cgi?view=ck&tID=89&nID=5073>
22. [webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cydv5x1zpzWJ:www.vilagnakvirag](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cydv5x1zpzWJ:www.vilagnakvirag.hu/kotetek/palocok.pdf+&cd=8&hl=hu&ct=clnk&gl=hu)
[a.hu/kotetek/palocok.pdf+&cd=8&hl=hu&ct=clnk&gl=hu](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cydv5x1zpzWJ:www.vilagnakvirag.hu/kotetek/palocok.pdf+&cd=8&hl=hu&ct=clnk&gl=hu)
23. [webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nrrsz11oTi4J:www.batarzsoltboton](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nrrsz11oTi4J:www.batarzsoltbotond.hu/nepmo.doc+&cd=6&hl=hu&ct=clnk&gl=hu)
[d.hu/nepmo.doc+&cd=6&hl=hu&ct=clnk&gl=hu](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nrrsz11oTi4J:www.batarzsoltbotond.hu/nepmo.doc+&cd=6&hl=hu&ct=clnk&gl=hu)
24. www.martonnap.hu
25. www.parameter.sk/rovat/kultura/2009/08/10/sziget-fesztival-tortenete
26. www.sopron.co.hu/tartalom/volt-story.htm
27. [www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejl](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztés/ch05.html#id520752)
[esztés/ch05.html#id520752](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztés/ch05.html#id520752)
28. <http://www.denttours.hu/regiok.php>
29. <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/turizmus-regionalitas/nyugatudnantul>

MELLÉKLETEK

1. SZÁMÚ MELLÉKLET: ÖRÖKSÉGATTRAKCIÓK TÍPUSAI

4. Táblázat: Örökségattrakciók típusai

Típus	Példa
Természeti örökségek	nemzeti park, akvárium, madárpark, barlang
Tudományos örökség	tudományos-technikai múzeum, interaktív technikai központ
Mezőgazdasági örökség	farm, tejfeldolgozó üzem, borászat, lazaclépcső
Kézművesség	szobrászműhely, üvegfüvő, csipkeverő, kirakodóvásár
Ipari örökség	porcelángyár, sörgyár, whiskylepárló, bánya, vaskohó
Közlekedési örökség	közlekedési múzeum, kisvasút, csatorna, repülőgépgyár
Társadalmi örökség	prehisztorikus megalit, népviselet-kiállítás, játékmúzeum
Híres emberek öröksége	szülőház, regényalakok otthona, festmény helyszíne
Előadó-művészet	színház, cirkusz, filmmúzeum
Kertek, parkok	rózsakert, japánkert, kastélypark, botanikus kert
Tematikus parkok	történelmi kalandpark, örökség témára épülő parkok
Galéria	festmények, szobrok kiállítása
Fesztivál, felvonulás	hagyományos fesztivál, karnevál, esemény újrarájátszása
Sporttal kapcsolatos örökség	tradicionális sportágak, volt olimpia stadion
Történelmi épületek	királyi palota, kastély, udvarház, parlament
Vallási Örökség	katedrális, templom, apátság, kolostor, mecset, szentély
Katonai örökség	csatamező, lovagvár, erőd, hadifogolytábor
Emberiségellenes tettek öröksége	koncentrációs tábor, emlékhely, holokausztmúzeum
Város, városkép	óváros, történelmi városmag
Vidéki élet	falu, tanya, múzeumfalu
Táj, tájkép	nemzeti park, kultúrtáj, festői út
Tengerpart, vízpart	kikötő, móló, dokkok, hajó, tengeri üdülőhely
Regionális örökség	különleges történelmi vagy földrajzi területi egységek
Gasztronómia	bor, ünnepi ételek, tájjellegű ételek
Nyelv	kisebbségi nyelv, tanult idegen nyelv
Zene	zeneszerző lakhelye, hangversenyterem, opera, fesztivál

Forrás: Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig⁸⁰

⁸⁰ Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000, 75. oldal

2. SZÁMÚ MELLÉKLET: MAGYAR NÉPSZOKÁSOK

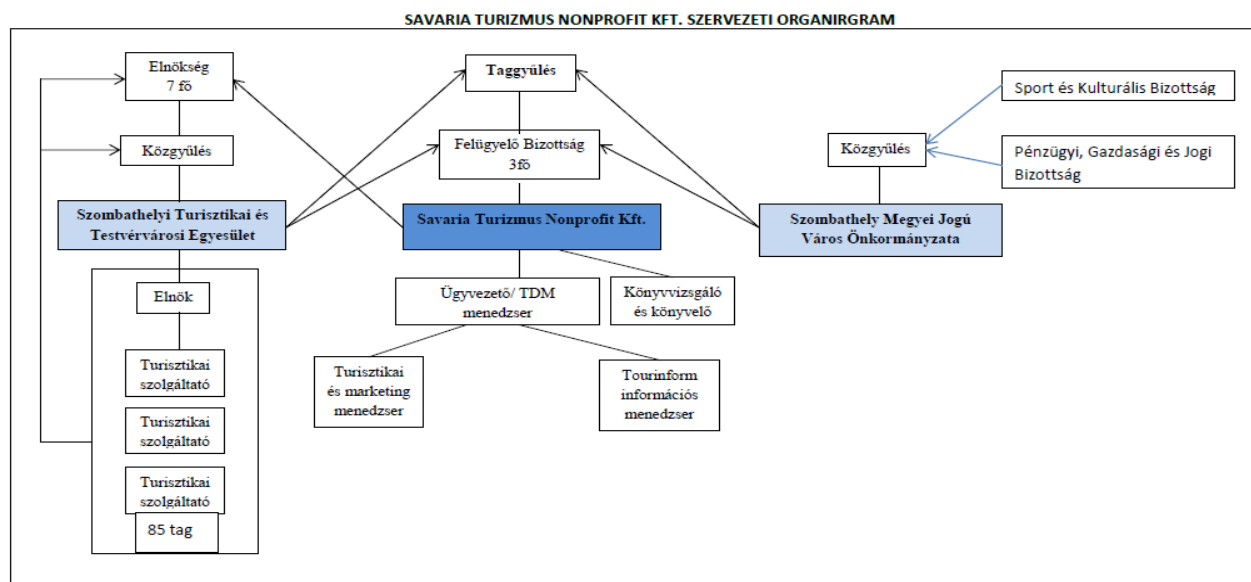
5. Táblázat: Magyar népszokások

Népszokás neve	Ideje	Célja
Regölés	december 26	Újév köszöntése
Vízkereszt	január 6	Házszentelés
Farsang / Busójárás	február	Tél elűzése
Balázsjárás/Gergelyjárás	február 3, március 12	Adománygyűjtés iskolák részére
Húsvét	március, április	"Öntözés" és tojásfestés
Szent iváni tűzgyújtás	június 24	Nyári napforduló
Arató ünnep	augusztus	Aratás vége
Szüreti multságok	szeptember	Szőlő betakarítás vége
Mindenszentek napja	november 1	Halottakról való megemlékezés
Márton nap	november 11	Gazdasági év lezárása
Luca Napja	december 13.	Asszonyoknak munkaszüneti nap, Luca szék készítésének napja
Karácsony	december 24	Luca székével a boszorkányok felfedése

Forrás: Saját kutatás, 2014.⁸¹

3. SZÁMÚ MELLÉKLET: SZOMBATHELY TURISZTIKAI INTÉZMÉNYRENDSZERÉNEK FELÉPÍTÉSE

22. ábra: Szombathely turisztikai intézményrendszerének felépítése



Forrás: Savaria Turizmus Nonprofit Kft.

⁸¹webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nrrs11oTi4J:www.batarzsoltbotond.hu/nepmo.doc+&cd=6&hl=hu&ct=clnk&gl=hu 2014.08.07.

4. SZÁMÚ MELLÉKLET: SZOMBATHELY TURISZTIKAI ATTRAKCIÓI

Fő tér: A 13. században itt tartották a vásárokat, ma ez a város szellemi és kulturális központja.

Iseum Savariense Régészeti Műhely és Tárház: Szombathely egyik legfontosabb ókori építészeti emléke. Isis, egyiptomi istennő tiszteletére épített szentély. Ma állandó várostörténeti kiállításának ad otthont.

Járdányi Paulovics István Romkert: Az ókori Savaria emlékeinek gyűjteménye. Részletek maradtak meg a császári palota, a közfürdő, a vámház, műhelyek, valamint az utak alapjaiból.

Székesegyház: Magyarország harmadik legnagyobb templomát Szily János Püspök építette a római maradványokra.

Szent Márton Templom: A legenda szerint Szent-Márton szülőházára épült. Bejárata fölött olvasható „Hic natus est Santus Martinus”, vagyis „Itt született Szent Márton”.

Zsinagóga: Magyarország első tornyos zsinagógáinak egyike. Ma hangverseny teremként működik.

Smidt Múzeum: Dr. Smidt Lajos sebészorvos magángyűjteménye látható, mely a kőkortól a biedermeierig 14 gyűjtemény egységet mutat be.

Vasi Múzeum: Vas megye elmúlt két évszázadának paraszti életét, népi építészeti kultúráját mutatja be.

Kámoni Arborétum: A 27 hektáros területen ökoturisztikai látogató és oktató központ található. Pannónia legszebb gyűjteményes kertje.

Csónakázótó: 10 hektáros vízfelület kikapcsolódási, szórakozási, sportolási lehetőséget nyújt az idelátogatóknak a város zöld övezetében.⁸²

Iseumi Szabadtéri Játékok: A 2000 éves szentély kiváló akusztikai adottságaival 50 éve ad otthont a szabadtéri operajátszásnak.

Szent Márton Ünnepe: Szent Márton Szombathelyen látta meg a napvilágot. Személyiségéhez kapcsolódó kultusz egyre erősebb a helyiek körében, ennek „jegyében egyházi megemlékezések, lampionos felvonulás, táncházak, koncertek, kiállítások, előadások várják az érdeklődőket. A szombathelyi éttermek gasztronómiai rendezvényekkel, jellegzetes libaételekkel csábítják az ingyencsempészeket.”⁸³

Savaria Nemzetközi Táncverseny: „Az első Savaria Nemzetközi Táncversenyt még 1966-ban rendezték meg. A rendezvényt professzionális táncosok bemutatói teszik

⁸² Savaria Turizmus Nonprofit Kft., Szombathely, ahol Neked is járnod kell! című kiadványa, 2013. 2-10. oldal

⁸³ Savaria Turizmus Nonprofit Kft., Szombathely, ahol Neked is járnod kell! című kiadványa 2013. 23. oldal

izgalmasabbá, változatosabbá. A verseny négy évtizedes múltja méltán vívta ki a szakmai körök elismerését, s tette Szombathelyt nemzetközi szinten elismertté.”⁸⁴

Nemzetközi Bartók Szeminárium és Fesztivál: Kurzusok, koncertek, műhelytalálkozások, előadások, kiállítások, és más tematikusan illeszkedő művészeti és tudományos programok együttese, melynek középpontjában Bartók Béla életműve áll.”⁸⁵

Savaria Történelmi Karnevál: „Augusztus végén immáron tizenötödik születésnapját ünnepli a Savaria Történelmi Karnevál. Három napon át történelmi időutazás Szombathelyen, megelevenedik a 2 000 éves város régmúltja. Közép-Európa legnagyobb jelmezes, históriás ünnepe igazi turisztikai látványosságokat, igazi kulturális kalandot kínál.”⁸⁶

⁸⁴ http://savariadancefestival.com/cgi_bin/savariadance/index.cgi?nyelv=hu 2014.11.04.

⁸⁵ Savaria Turizmus Nonprofit Kft., Szombathely, ahol Neked is járnod kell! című kiadványa 2013. 28. oldal

⁸⁶ <http://www.programturizmus.hu/ajanlat-savaria-tortenelmi-temapark-szombathely-info.html> 2014.11.04.

5. SZÁMÚ MELLÉKLET: SZÁLLÁSHELYEK SZOMBATHELYEN

6. Táblázat: Szálláshelyek Szombathelyen

Név	Cím	Weboldal	Kategória
City Cafe & Hotel ***	9700, Szombathely, Kossuth Lajos u. 2.	www.citycafe.hu	Hotel
Gerendás Hotel ***	9700, Szombathely, 11-es Huszár út 118.	www.gerendashotel.hu	Hotel
Hotel & Café Ciao Amico ***	9700, Szombathely, Arad u. 2.	www.ciaoamico.hu	Hotel
Hotel Claudius ****	9700, Szombathely, Bartók Béla krt. 39.	www.claudiudhotel.hu	Hotel
Park Hotel Pelikán ****	9700, Szombathely, Deák Ferenc u. 3-5.	www.hotelpelikan.hu	Hotel
Alvég Panzió és Étterem	9700, Szombathely, Izsó Miklós u. 18.	www.alvegpanzio.hu	Panzió
Kisfaludy Vendégház Hostel	9700, Szombathely, Kisfaludy u. 17.	www.kisfaludyszallo.hu	Panzió
KispiPA Panzió és Vendéglő	9700, Szombathely, Sólyom u. 70.	www.malalula.hu	Panzió
Assisi Szent Ferenc Kollégium	9700, Szombathely, Aréna u. 1.		Kollégium
Martineum Felnőttképző Akadémia Turistaszálló	9700, Szombathely, Karmelita u. 4.	www.martineum.hu	Turistaszálló
Tópart Kemping	9700, Szombathely, Kenderesi u. 4.	www.topartkemping.hu	Kemping

Forrás: Szombathely weboldala, 2014. ⁸⁷

⁸⁷ <http://www.szombathely.hu/turizmus/szallaskalauz/> 2014.08.31.

**6. SZÁMÚ MELLÉKLET: A KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL ADATAI
SZOMBATHELY TURISZTIKAI KÍNÁLATÁRA ÉS KERESLETÉRE
VONATKOZÓAN 2000-2012.**

7. táblázat: KSH adatok Szombathely turisztikai keresletére és kínálatára vonatkozóan 2000-2012.

Szombathely turisztikai kínálata (2000 - 2012)	Szállodák száma (db)	Panziók száma (db)	Turista szállások száma (db)	Kempingek száma (db)
2000	4	10	3	1
2001	4	13	3	1
2002	7	12	4	1
2003	6	14	3	1
2004	8	11	4	1
2005	8	10	3	1
2006	7	10	4	1
2007	7	10	5	1
2008	7	10	3	1
2009	7	10	3	1
2010	7	9	-	1
2011	8	6	-	1
2012	7	6	-	1

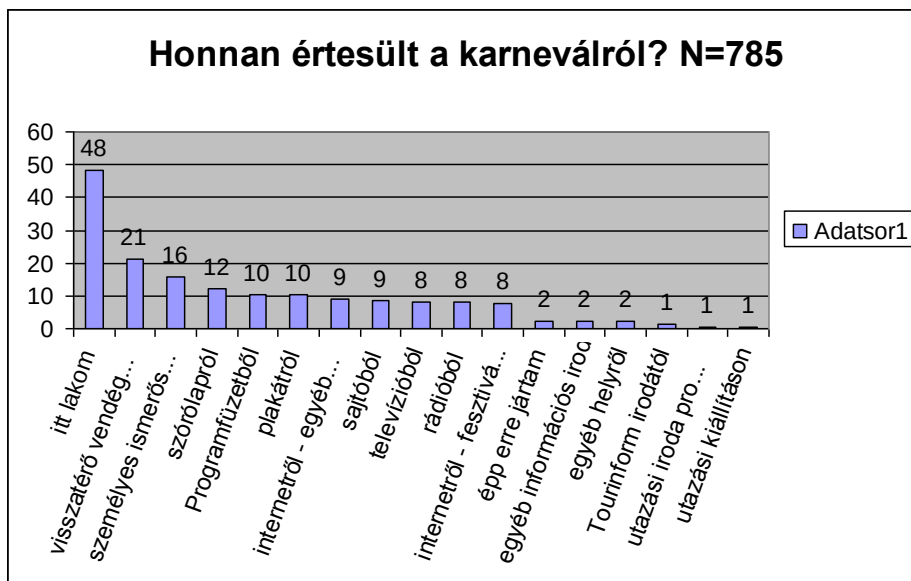
Szombathely turisztikai kínálata (2000 - 2012)	Egyéb szállások száma (db)	Közösségi szálláshelyek száma (db)	Üdülőházak száma (db)	Vendéglátóhelyek száma (db)
2000	38	-	2	386
2001	33	-	2	407
2002	31	-	3	419
2003	35	-	2	434
2004	32	-	1	432
2005	30	-	1	448
2006	27	-	1	451
2007	57	-	1	432
2008	45	-	1	402
2009	49	-	1	407
2010	46	3	1	419
2011	42	8	1	426
2012	32	7	1	435

Szombathely turisztikai kínálata (2000 - 2012)	Éttermek, cukrászdák száma (db)	Italüzletek és zenés szórakozóhelyek száma (db)	Éttermek, büfék száma (db)	Cukrászdák száma (db)
2000	260	52	-	-
2001	278	52	-	-
2002	285	51	-	-
2003	296	54	-	-
2004	292	55	-	-
2005	299	60	-	-
2006	298	61	-	-
2007	277	66	-	-
2008	258	57	-	-
2009	259	59	-	-
2010	-	160	161	29
2011	-	167	164	29
2012	-	167	173	30

Szombathely turisztikai kereslete (2000 - 2012)	Vendégek száma összesen a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	Külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (vendégéjszaka)	Külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (vendégéjszaka)
2000	42 894	8 857	89 568	21 148
2001	44 075	8 403	90 685	20 087
2002	53 253	9 762	105 032	24 892
2003	52 974	11 039	107 901	28 355
2004	53 232	11 738	103 522	30 125
2005	59 983	12 134	114 482	27 026
2006	58 523	13 344	113 110	32 207
2007	56 218	13 473	110 929	31 733
2008	52 771	12 377	111 404	31 986
2009	43 309	9 982	86 999	24 887
2010	42 915	11 820	87 703	26 137
2011	41 462	10 872	82 286	25 668
2012	39 370	9 539	82 869	22 290

Forrás: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> 2014.10.23.

7. SZÁMÚ MELLÉKLET: SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL 2013.ÉVI HATÁSVIZSGÁLATA

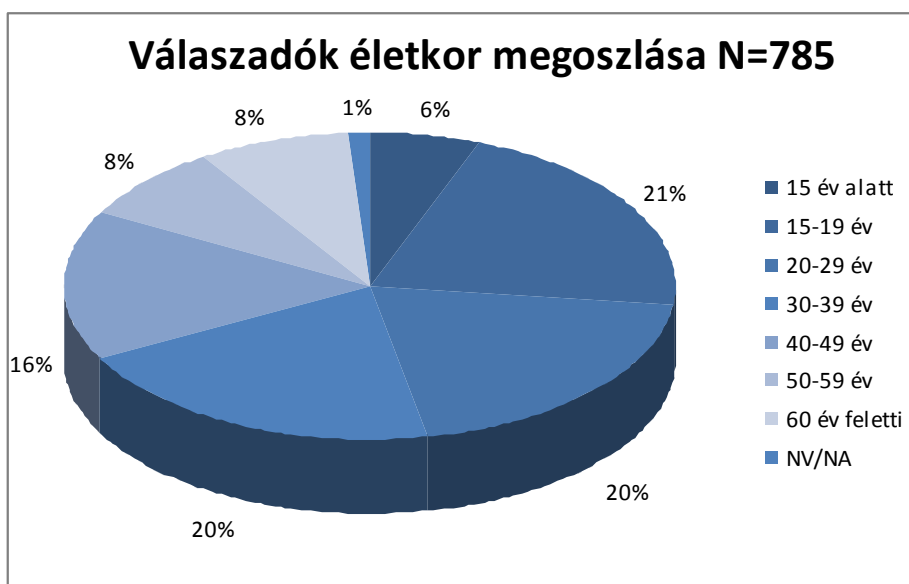


Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 7. oldal

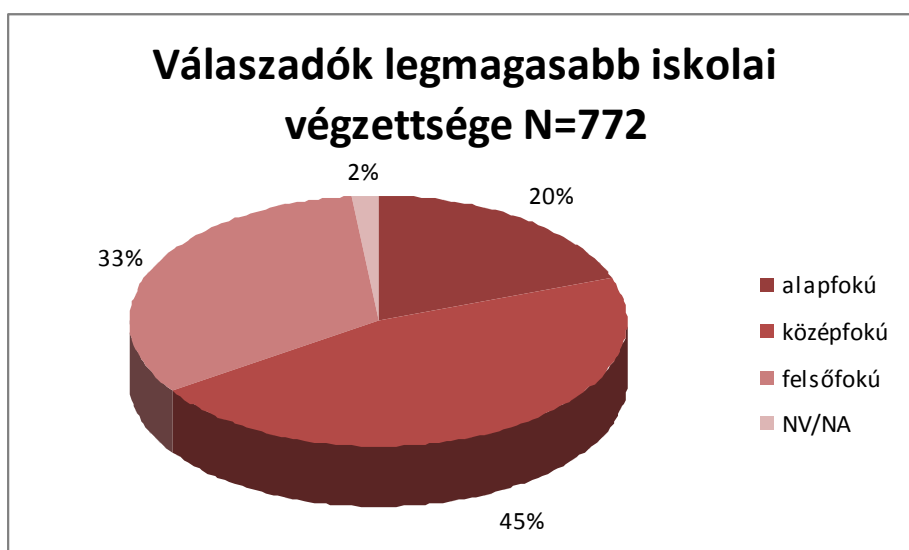
8. SZÁMÚ MELLÉKLET: SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁL 2013.ÉVI HATÁSVIZSGÁLATA



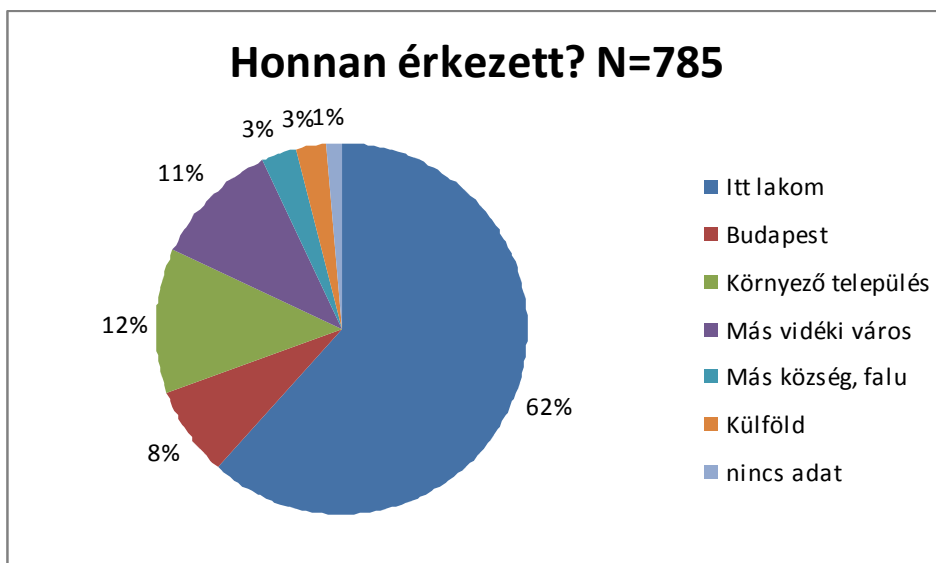
Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 5. oldal



Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 6. oldal



Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 5. oldal



Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 26.

oldal

Hányadik alkalommal vesz részt a rendezvényen?	
Alkalom	Válaszadók száma (fő)
1	88
2	73
3	66
4	55
5	86
6	43
7	36
8	30
9	21
10	66
11	14
12	28
13	36
14	118
Hiányzó elemszám (fő)	25
Összesen (fő)	785

Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 31-

32. oldal

Kiadási tételek	2012	2013
	Költött (%)	Költött (%)
rendezvényen fogyasztott étel, ital	76	87
ajándék, emléktárgy	55	46
közlekedés, utazás	38	51
belépőjegy, bérlet	34	42
rendezvényen kívüli étkezés	32	39
szállás	9	5
rendezvényen kívüli vásárlások	9	19
rendezvényen kívüli egyéb programok	8	8

Forrás: Savaria Történelmi Karnevál 2013. évi Hatásvizsgálata, PannonPorta Kft., 2013, 43.

oldal

9. SZÁMÚ MELLÉKLET: DOLGOZATI ÜTEMTERV

8. táblázat: Dolgozati Ütemterv

Dolgozat Ütemterv	
Feladat	Határidő
Konzultáció	2014. március 13.
Tartalomjegyzék	2014. április 7.
Konzultáció	2014. április 10.
Bevezetés	2014. május 5.
Konzultáció	2014. május 15.
Anyagok begyűjtése	2014. május 31.
Konzultáció	2014. június 2.
Kultúra és Turizmus szerepe napjainkban	2014. július 6.
Módszertan	2014. július 6.
Mélyinterjúk	2014. július 27.
Marketing stratégia	2014. augusztus 12.
SWOT	2014. augusztus 20.
Kérdőív befejezése	2014. szeptember 11.
Konzultáció	2014. szeptember 18.
Kérdőívelemzés	2014. szeptember 20.
Összegzés	2014. szeptember 30.

Konzultáció	2014. október 2.
Javítások	2014. október 20.
Konzultáció	2014. október 24.
Dolgozat leadása	2014. november 10.

Forrás: Saját összeállítás, 2014.

10. SZÁMÚ MELLÉKLET: SAVARIA TÖRTÉNELMI KARNEVÁLRA KÉSZÍTETT KÉRDŐÍVEM

Savaria Történelmi Karnevál Kérdőív

1. Honnan értesült a Savaria Karneválról?

- | | |
|--|--|
| ☐ Óriásplakát | ☐ Barátok/Ismerősök |
| ☐ Rádió | ☐ Nyomtatott sajtó |
| ☐ Televízió | ☐ Egyéb: _____ |
| ☐ Weboldal | _____ |
| ☐ Közösségi média | |

2. Milyen céllal érkezett a Karneválra?

- ☐ Hagyományőrző rendezvény érdekessége
- ☐ Történelmi korszak érdekel
- ☐ Szombathely a kedvenc városom
- ☐ Szórakozási lehetőség
- ☐ Gyermek/család ösztönzött

3. Kivel érkezett a Karneválra?

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ Egyedül | ☐ Kollégával |
| ☐ Párommal | ☐ Egyéb: _____ |
| ☐ Barátokkal | _____ |
| ☐ Családdal | |

4. Hány napot tölt a városban?

- | | |
|---|------------------------------------|
| ☐ 24 óránál kevesebbet | ☐ Egy hetet |
| ☐ 1 napot | |
| ☐ 2 napot | |
| ☐ 3 napot | |
| ☐ 4 napot | |

5. Hol száll meg a Karnevál idejére?

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ☐ Otthon | ☐ Szállodában |
| ☐ Rokonnál | ☐ Egyéb: _____ |
| ☐ Ismerősnél/Barátnál | — |

6. Milyen közlekedési eszközzel érkezett?

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| ☐ Autó | ☐ Kerékpár |
| ☐ Vonat | ☐ Egyéb: _____ |
| ☐ Busz | — |

7. Hányadik alkalommal jár a Karneválon?

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ☐ Első | ☐ Sokadik |
| ☐ Második | ☐ Rendszeresen/Mindig |
| ☐ Harmadik | |

8. Milyen szolgáltatásokat vesz igénybe a Karnevál idején, és azokkal mennyire elégedett?

	Nagyon elégedett	Elégedett	Közepesen elégedett	Elégedetlen	Nagyon elégedetlen
Tömegközlekedés					
Parkolási lehetősége					
Infrastruktúra					
Szállás					
Vendéglátás					
Higiénia					
Árszínvonal					
Vendégszeretet					
Programok					
Személyzet					
Város nevezetességei					

9. Mely program érdekli a legjobban?(több választ is megjelölhet)

- ☐ Történelmi Temapark programjai
- ☐ Koncertek
- ☐ Vásár

- ☐ Felvonulás
- ☐ Kalandvár gyermek programjai
- ☐ Borok utcájának forgataga
- ☐ Sörtér koncertjei
- ☐ Romkert színdarabjai
- ☐ Művészetek utcájának sokszínűsége
- ☐ Mediterrán udvar hangulata

10. Megnéz más turisztikai attrakciót az itt tartózkodása idején,

Szombathelyen?(több választ is megjelölhet)

- ☐ Székesegyház
- ☐ Járdányi Paulovics István Romkert
- ☐ Savaria Múzeum
- ☐ Kámoni Arborétum
- ☐ Vasi Skanzen
- ☐ Smidt Múzeum
- ☐ Iseum Savariense Régészeti Műhely és Tárház
- ☐ Zsinagóga
- ☐ Történelmi Témapark
- ☐ Savaria Legio Bemutatóraktára
- ☐ Kalandváros
- ☐ Csónakázótó

11. Környező településeken, esetleg Ausztriában?

12. Vissza fog térni a városba, a Karneválra?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| ☐ Biztosan | ☐ Talán |
| ☐ Szeretnék | ☐ Nem |

13. Ajánlaná-e ismerőseinek, barátainak, családjának a város, illetve a Karnevál látogatását?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ☐ Igen feltétlenül | ☐ Nem biztos |
| ☐ Valószínűleg | ☐ Nem hiszem |
| ☐ Esetleg | |

14. Jár-e más nagy fesztiválokra?

- ☐ Művészetek völgye
- ☐ Debreceni Virágkarnevál
- ☐ Kőszegi Ostrom Napok
- ☐ Sárovari Nádasdi Napok
- ☐ Szentgotthárd – Történelmi Napok

15. Neme

- ☐ Nő
- ☐ Férfi

16. Életkora

- ☐ 18 év alatti
- ☐ 18-25 év
- ☐ 26-35 év
- ☐ 36-45 év
- ☐ 46-60 év
- ☐ 60 év fölött

17. Legmagasabb iskolai végzettsége

- ☐ Ált. iskola
- ☐ Középiskola/Érettségi
- ☐ Főiskola/Egyetem
- ☐ Egyéb: _____
-

18. Foglalkozása

- ☐ Vállalkozó
- ☐ Vezető beosztású szellemi foglalkozás
- ☐ Szellemi foglalkozás alkalmazott
- ☐ Fizikai dolgozó
- ☐ Nyugdíjas
- ☐ Tanuló/Hallgató
- ☐ GYES/GYED-en lévő
- ☐ Egyéb: _____
-

19. Családi állapota

- ☐ Egyedülálló gyermek nélkül
- ☐ Egyedülálló gyermek(ek)kel
- ☐ Párkapcsolatban/Házasságban élő gyermek nélkül
- ☐ Párkapcsolatban/Házasságban élő gyermek(ek)kel
- ☐ Özvegy

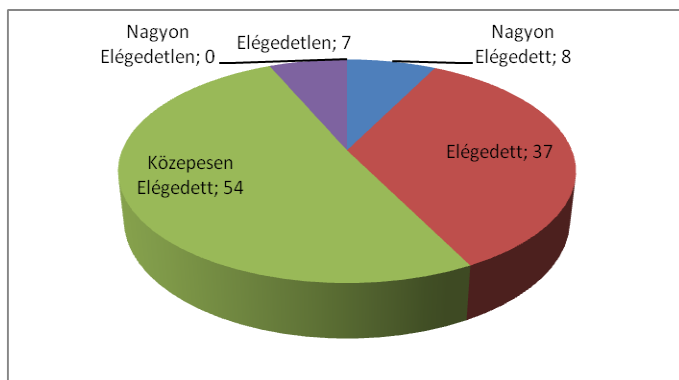
20. Az ország mely részéről érkezett?

- ☐ Szombathely
- ☐ Budapest

☐ Egyéb település: _____

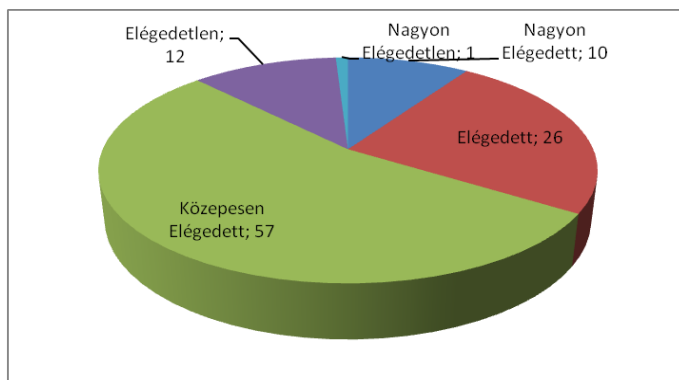
11. SZÁMÚ MELLÉKLET: 8. ÁBRA: A VÁLASZADÓK ELÉGEDETTSÉG SZERINTI MEGOSZLÁSA SZOLGÁLTATÁSOK TEKINTETÉBEN

Tömegközlekedés



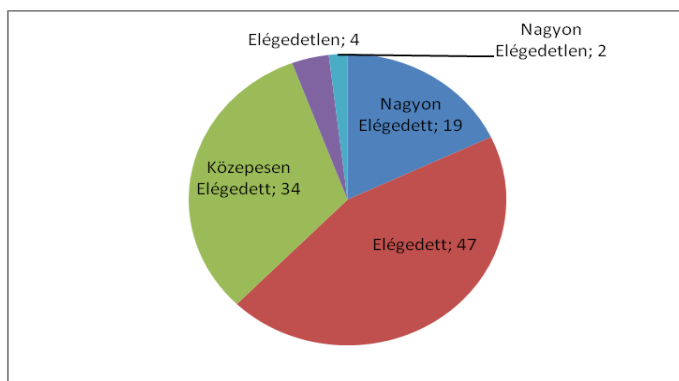
Forrás: Saját kutatás 2014.

Parkolás



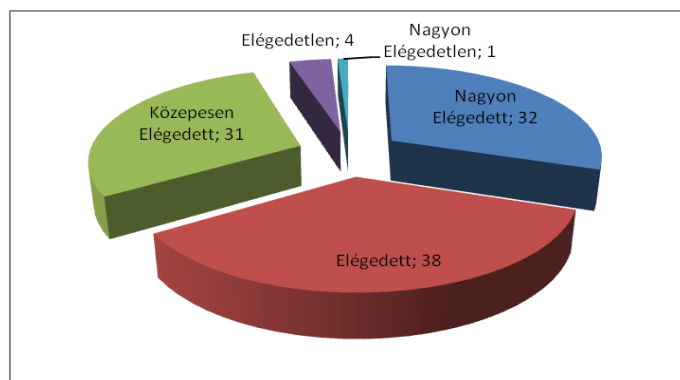
Forrás: Saját kutatás 2014.

Infrastruktúra



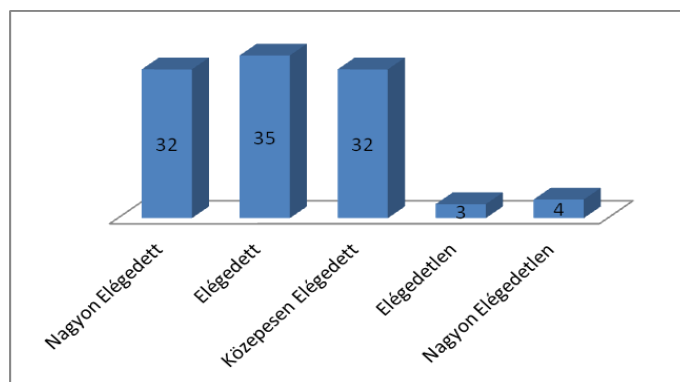
Forrás: Saját kutatás 2014.

Szállás



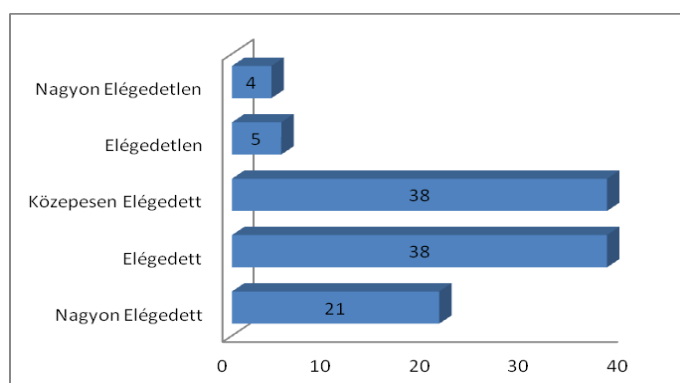
Forrás: Saját kutatás 2014.

Vendéglátás



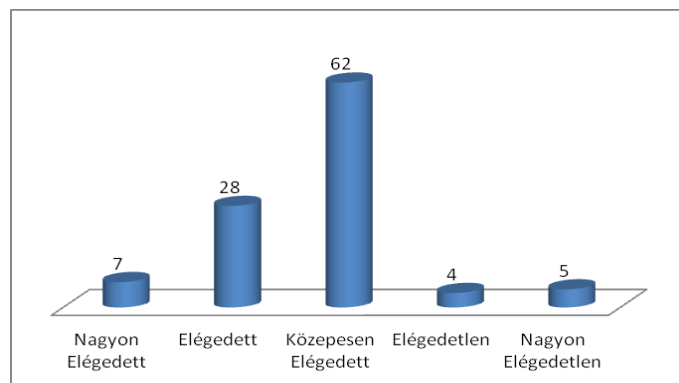
Forrás: Saját kutatás 2014.

Higiénia



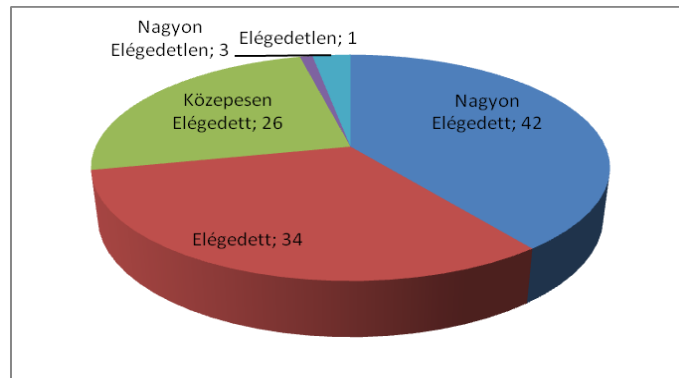
Forrás: Saját kutatás 2014.

Árszínvonal



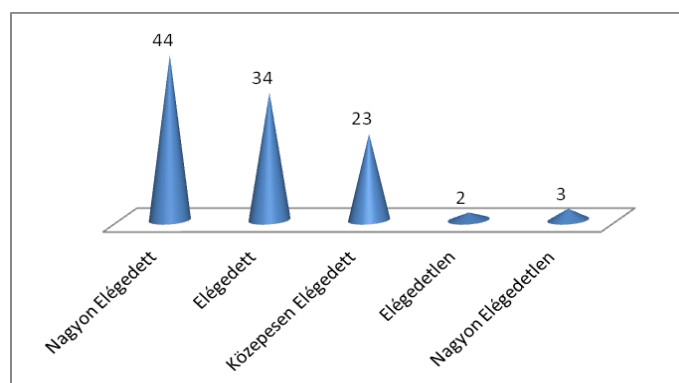
Forrás: Saját kutatás 2014.

Vendégszeretet



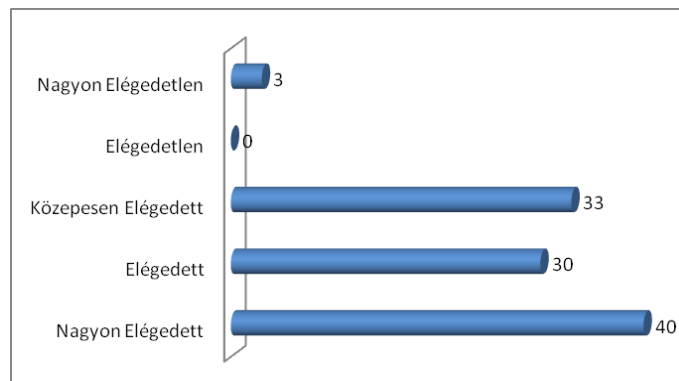
Forrás: Saját kutatás 2014.

Programok



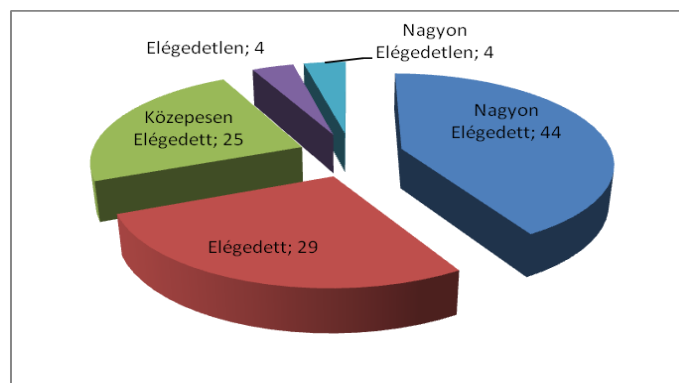
Forrás: Saját kutatás 2014.

Személyzet



Forrás: Saját kutatás 2014.

Város nevezetességei



Forrás: Saját kutatás 2014.