

Projekt Baltic Stories: badania ankietowe podczas XIII Zlotu Pojazdów Militarnych w Bornym Sulinowie

16 sie 2016 14:56 Autor:

W dniu **14 sierpnia 2016 roku** podczas **XIII Zlotu Pojazdów Militarnych "Gąsienice i Podkowy" w Bornym Sulinowie** przeprowadzone zostały badania ankietowe.

Celem badań ankietowych było zebranie informacji o dotychczas stosowanych działaniach marketingowych przez organizatorów eventów, wystawców, instytucje wspierające i uczestników wydarzeń oraz zidentyfikowanie potrzeb w zakresie jeszcze skuteczniejszej promocji wydarzeń.

XIII Zlot Pojazdów Militarnych "Gąsienice i Podkowy" zorganizowany został w dniach **12-15 sierpnia 2016 roku w Bornym Sulinowie**. Według wykazów rejestracyjnych odnotowano w sztabie zlotu przybycie: 590 pojazdów militarnych, w tym: 456 kołowych różnego typu, 24 pojazdów gąsienicowych i 110 motocykli militarnych. Na wydzielonej części obozowej zlotowiska zameldowało się w sumie 3 674 osób. Oprócz pojazdów militarnych zarejestrowano 794 pojazdy cywilne. Zlot uroczyście otworzyło Wojsko Polskie. Poczet flagowy w asyście pocztu sztandarowego i kompanii honorowej, wystawionej przez 2 Brygadę Zmechanizowaną Legionów im. Józefa Piłsudskiego w Złocieńcu, dokonał ceremonii wciągnięcia flagi państwowej na maszt.

12 Brygada Zmechanizowana im. gen. broni Józefa Hallera w Szczecinie wystawiła na naszym zlocie dwa pojazdy pozostające aktualnie na uzbrojeniu Wojska Polskiego- KTO Rosomak i samobieżną armatohaubicę 152 mm DANA. 52 Batalion Remontowy w Czarnem zapewnił transport ciężkiego sprzętu specjalnymi zestawami niskopodwoziowymi. Nie zabrakło też ekspozycji muzealnej. Muzeum Oręża Polskiego w Kołobrzegu przedstawiło zbiór umundurowania z tzw. „okresu zimnowojennego”, a Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy zaprezentowało wystawę tematycznie związaną z fabryką nitrogliceryny działającą w Bydgoszczy w czasach II Wojny Światowej. Nie zabrakło licznych grup rekonstrukcyjnych. Szczególne zainteresowanie odwiedzających wzbudził obóz wojsk brytyjskich w Afganistanie z fragmentem wioski afgańskiej, jak i stanowisko Grupy Rekonstrukcyjnej 13 batalionu Wojska Polskiego ze Szczecina. Ogromnym zainteresowaniem cieszył się namiot „komisji lekarskiej”- w którym każdy mógł się przebadac i otrzymać stosowny certyfikat o przydatności do służby wojskowej.

Organizatorzy wydarzenia pytani byli m.in. o: Jaki jest kluczowy czynnik, dzięki któremu wydarzenie odnosi sukces? np. interesujący temat wydarzenia, miejsce odbywania się eventu, bogaty program eventu, różnorodne działania promocyjne), Jak event jest promowany? Jak ocenia Pani/Pan wsparcie, otrzymywane od wskazanych partnerów, w zakresie promocji/organizacji wydarzenia w swoim kraju?

Wystawcy pytani byli m.in. o: Jak ocenia Pani/Pan działania promocyjne na rzecz eventu? Co powinien zrobić organizator eventu, aby polepszyć kwestie organizacyjne lub promocyjne eventu?

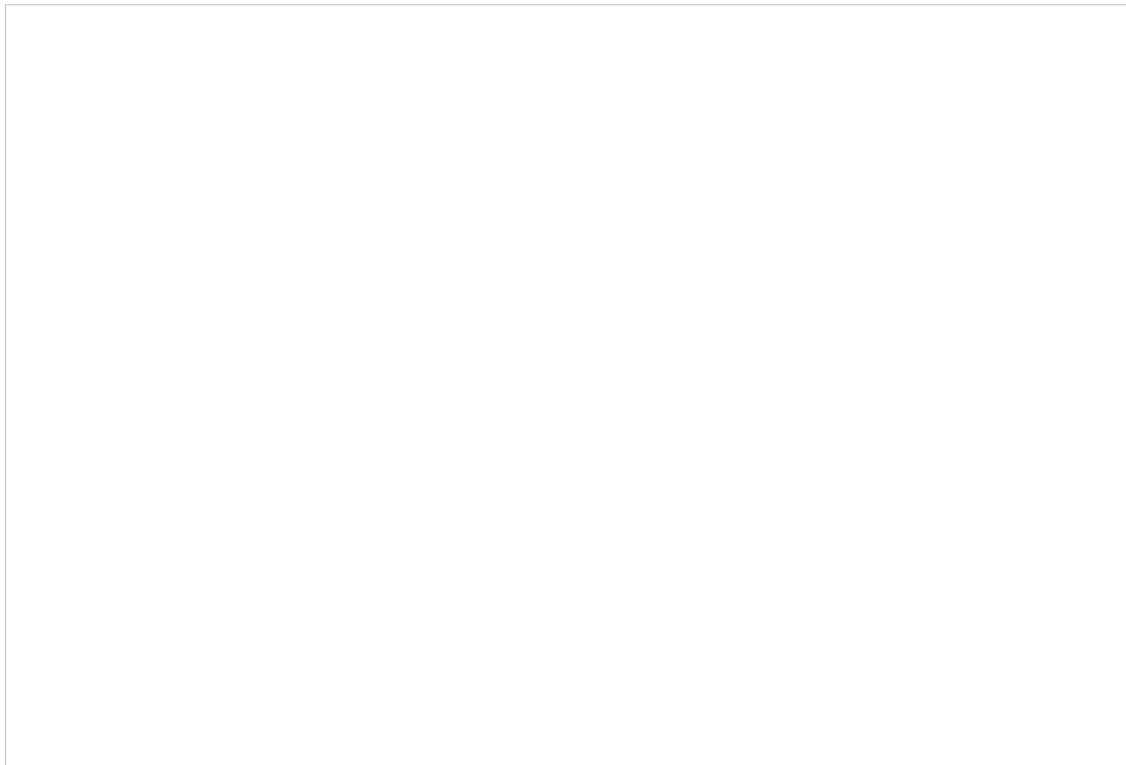
Uczestnicy wydarzenia pytani byli m.in. o: Skąd dowiedziała się Pani/Pan o evencie (z prasy, z telewizji, z internetu, od znajomych itp.)? Jeżeli event będzie odbywał się kolejny raz, czy ponownie wzięłaby Pani/Pan w nim udział lub poleciła go rodzinie/znajomym?

Zebrane informacje zostały wykorzystane do opracowania założeń do projektu głównego.

Zadanie było realizowane w ramach projektu: **"Baltic Stories - Turystyka eventowa w regionie Morza Bałtyckiego oparta**

na historii, tradycji i wspólnej tożsamości kulturowej" realizowanego w ramach programu Seed Money Facility – EU Strategy for the Baltic Sea Region.

Galeria



[1]

<https://turystyka.archiwum-wzp.pl/projekt-baltic-stories-turystyka-eventowa-w-regionie-morza-baltyckiego-oparta-na-historii-tradycji-i/projekt-baltic-stories-badania-ankietowe-podczas-xiii-zlotu-pojazdow-militarnych-w-bornym-sulinowie>