

## Tartalom

1. Bevezetés.....	4
2. Célkitűzések .....	8
3. Kutatási módszerek .....	12
3.1. Szekunder adatok és információk .....	12
3.2. A kutatás során alkalmazott primer módszerek .....	14
4. Kutatástörténet, szakirodalmi áttekintés .....	19
4.1. A desztinációlehatárolás problémaköre.....	19
4.2. A Sopron–Fertő-desztináció lehatárolásának problémaköre.....	24
4.2.1. A Sopron–Fertő-desztináció a statisztikai–tervezési, turisztikai, regionális térben.....	25
4.2.2. A Sopron–Fertő-desztináció természeti–táji lehatárolásának kérdésköre.....	29
4.2.3. A Sopron–Fertő-térség mint határon átnyúló desztináció lehatárolási problémája.....	31
4.2.4. Települési lehatárolás a Fertő/ Neusiedler See Kultúrtáj Világörökség státusszal összefüggésben.....	33
4.2.5. A vizsgált mintatérség kijelölése.....	34
5. A Sopron–Fertő-térség komplex turizmusföldrajzi elemzése .....	35
5.1. A desztináció általános jellemzői és a turizmus rendszerének kapcsolata.....	36
5.2. A vizsgált térség turizmustörténete .....	44
5.3. Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálata .....	48
5.3.1. Kulturális, örökség- és műemlékturizmus.....	48
5.3.2. Fesztivál-, rendezvény- és zenei turizmus.....	52
5.3.3. Egészségturizmus .....	55
5.3.4. Aktív- és ökoturizmus .....	58
5.3.5. Láthatatlan turizmus, avagy a bevásárló- és szolgáltatásturizmus a Sopron–Fertő-desztinációban .....	67
5.3.6. Borturizmus és gasztronómiai turizmus .....	72
5.3.7. Élményalapú turisztikai lehetőségek a Sopron–Fertő-desztinációban .....	75
5.3.8. MICE-turizmus.....	76
5.3.9. A Sopron–Fertő-térség kínálatának áttekintése.....	77
5.4. Sopron–Fertő-térség turisztikai kereslete .....	81
5.5. A turizmus szervezetrendszere a mintatérségben.....	87
5.5.1. A szervezetek típusai és működési környezetük sajátosságai .....	87
5.5.2. A Sopron–Fertő-térség meghatározó menedzsmentszervezetei.....	89

5.5.3. Az osztrák oldal turisztikai szervezeti rendszerének néhány jellemzője .....	94
6. A Sopron–Fertő-térség keresletének jellemzői a primer kutatás alapján .....	98
6.1. A Sopron–Fertő-térségbe érkező megkérdezettek demográfiai jellemzői .....	98
6.1.1. A megkérdezettek életkor szerinti megoszlása .....	98
6.1.2. A megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettsége.....	98
6.1.3. A megkérdezettek munkaerőpiaci státusza .....	99
6.1.4. A megkérdezettek egy háztartásra jutó havi nettó jövedelme.....	99
6.1.5. A megkérdezettek háztartásának mérete .....	100
6.2. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták utazási szokásai .....	100
6.2.1. Az utazás gyakorisága.....	100
6.2.2. Az utazás időbelisége, szezonáltság.....	105
6.2.3. A térségbe érkező turisták és útitársaik jellemzői .....	107
6.2.4. A látogatás gyakorisága .....	113
6.2.5. Átlagos tartózkodási idő az utazás során.....	116
6.2.6. A szálláshelyválasztás és a turisztikai költés jellemzői.....	117
6.2.7. Az utazás motivációja .....	125
6.3. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták által használt információforrások .....	130
6.3.1. Jellemző tájékozódási módok az utazás előtt.....	130
6.3.2. Jellemző tájékozódási módok az utazás során .....	137
6.4. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták térbeli aktivitása .....	142
6.4.1. Sopron és térsége térbeli vonzáskörzete.....	143
6.4.2. A megkérdezettek által preferált közlekedési eszközök.....	146
6.4.3. Utazás célpontja – országos viszonylat .....	147
6.4.4. Utazás célpontja – településtípus .....	148
6.5. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták turisztikai aktivitásának települési dimenziói.....	149
6.5.1. A térbeli turisztikai aktivitás a szálláshelyként igénybe vett, valamint az egyéb módon érintett települések vonatkozásában .....	149
6.5.2. A turisztikai aktivitás térbeli súlypontjai.....	153
6.6. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták turisztikai aktivitása és az élményelemek kapcsolata .....	163
6.6.1. Belföldi turisztikai aktivitás .....	163
6.6.2. Határon átnyúló turisztikai aktivitás .....	170
6.6.3. Belföldi és határon átnyúló turisztikai aktivitás összevetése .....	171

6.6.4. Az élményelemekkel kapcsolatos benyomások, az élményelemek megítélése	173
6.7. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták vélekedése Sopron és környéke turizmusáról.....	174
6.7.1. Legnagyobb benyomás.....	174
6.7.2. Vélemények Sopron és térsége turizmusával kapcsolatban.....	177
7. A disszertáció hipotéziseinek vizsgálata a kutatás eredményeinek összefüggésében...	179
7.1. A desztináció területén azonosítható turisztikai termékprofil szervesen illeszkedik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz. ....	179
7.2. A turisták által értelmezett desztináció nem illeszkedik a hivatalosan lehatárolt desztinációhoz (kiemelt turisztikai fejlesztési térség) (H2) .....	182
7.3. A turisták térbeli mozgása alapján értelmezett desztináció tekintetében az országhatár elveszítette jelentőségét (H3) .....	185
7.4. A turisták mobilitását a kínálat mellett a kereslet sajátosságai is befolyásolják (H4)	189
7.5. A hipotézisek összegző értékelése .....	199
8. A Sopron–Fertő-térség fejlesztési javaslatai .....	201
9. Összefoglalás.....	207
9.1 Változó körülmények a desztináció környezetében és turisztikai profiljában .....	208
9.2. Változó terek és térhasználat.....	211
9.3. Változó mobilitás a desztináció szűkebb és tágabb környezetében .....	212
10. A kutatás jövőbeli irányai .....	213
Köszönetnyilvánítás .....	215
Irodalomjegyzék.....	216
Ábrák és táblázatok jegyzéke .....	233
Mellékletek.....	237

## 1. Bevezetés

*„A tér a turizmusorientált gondolkodás alkotóeleme...”*

*(MICHALKÓ G. 2011:56.)*

A tér a turizmusban mindig is alapkategóriának volt tekinthető. A turizmus napjainkban globálisan tapasztalható intenzív fejlődése, melyet a turizmus gazdasági mutatói alátámasztanak, a turizmusföldrajz területén is „felértékelték” a térbeliséggel kapcsolatos kutatásokat. A turizmusban a tér nagyon sokrétűen jelenik meg. Értelmezhető többek között a turizmus természeti és társadalmi erőforrásaként, feltárható a térbeli turisztikai potenciál lokális, regionális, országos és nemzetközi szintjén. Vizsgálhatók a turizmus földrajzi terei, az ország, régió, térség, kontinens, település, szolgáltató szintjein (MARTINEZ L. 2001 idézi DÁVID L. et al. 2007:34.). Elemezhetők a küldő- és fogadóterületek sajátosságai vagy akár a térspecifikus turisztikai termékek. A speciális térszerkezeti elhelyezkedésű területek, mint a határ menti térségek és perifériák kutatása szintén a tér értelmezésének egyedi aspektusát jelentheti. MICHALKÓ G. (2011), DÁVID L. et al. (2007) a turizmus számára operacionalizálható terek között említi az ún. metatereket (szakrális tér, etnokulturális tér, szimbolikus tér, informális tér, virtuális tér).

LEIPER (1981, in: AUBERT A. 2006:336.) rendszerszemléletű turizmusdefiníciójában is hangsúlyos a tér: *„A turizmus egy öt elemből álló és a szélesebb környezettel kölcsönhatásban lévő nyílt rendszer, amelynek elemei a következők: a turisták adják a dinamikus emberi elemet, a kibocsátó terület, a tranzitút és a fogadóterület adják a három földrajzi elemet, végül a turizmus szektor a gazdaságot. Mind az öt elem funkcionálisan és térbelileg rendezett kölcsönhatásban van fizikai, technológiai, társadalmi, kulturális, gazdasági és politikai tényezőkkel. A dinamikus elemet az utazó személyek képezik, akiknek az utazása bizonyos mértékig szabadidőn alapul, és az otthontól távoli időleges, legalább egyéjszakás tartózkodással jár.”.*

A Hágai Nyilatkozat (WTO, Interparlamentális Unió, 1989, idézi LENGYEL M. 1994a:37.) szűkebb definíciójában az alábbiakat összegezte: *„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”.* (Ezt a definíciót napjainkra több változás is „felülírta”, köztük a lakóhely nagyobb mobilizálódása.) MICHALKÓ G. (2010) definíciója új elemként illeszti be az élmény fontosságát, illetve azt, hogy a turisztikai célú

utazás nem csupán helyváltoztatás, hanem környezetváltozás, tehát letérés a mindennapi térpályákról: „*A turizmus az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor.*”. A turizmus térszemléletű értelmezésénél mint térbeli metaforát említhetjük a híd- (mobilitás lehetősége, összekötő szerep) és a kapuszerepet (eltérő fejlettségű régiók összekötői, nemzetközi integráció, nyitottság, befogadás lehetősége) (MICHALKÓ G. 2011:51–55.). „*A térbeli mobilitás a turizmus egyik legszembevetőbb sajátossága.*” A tér turisztikai hasznosításának jellegzetességeit az irány, a távolság és az idő dimenziói alakítják. (MICHALKÓ G. 2011:64.)

A Sopron–Fertő-térségben a tér turisztikai értelmezése sajátos körülmények és feltételek között érvényesül. A térség turisztikai fejlődésének intenzívebbé válása több térbeliséggel összefüggő eseményhez kötődik. Trianon után értékelődtek fel Sopron turisztikai értékei (klimatikus gyógyhely, határváros, kulturális, történelmi vonzerők, „a hűség városa” image). A II. világháború után vált a város és térsége a kommunista és kapitalista világrendszerek térbeli választóvonalává, a vasfüggöny egyik valós színterévé. A rendszerváltás után (1989) új térszerkezeti kapcsolatok formálódtak. A korábban határok által elválasztott, egységet alkotó természeti vonzerők összekapcsolódása teremtődött meg térben a közös nemzeti park (1994) és a világörökségi státusz (2001) elnyerésével. Az EU-csatlakozás (2004) és a schengeni övezethez való csatlakozás (2007) a térbeliségben új dimenziókat nyitott meg a turizmus területén is. Ezek a változások a város és térsége turisztikai élekciklusának alakulását is meghatározóan befolyásolták.

A Sopron–Fertő-térségben a turizmus híd- és kapuértelmezése (MICHALKÓ G. 2011:51.) nemcsak elmélet, hanem történelmi realitás. Sopron „*turisztikai termékportfóliójában*” mindig meghatározó módon jelen volt a határ híd, kapu és korlátozó szerepe, ez a történelmi, politikai, ideológiai, gazdasági tényezők által befolyásoltan, különböző intenzitással és realitással volt jelen.

Napjainkban a Sopron–Fertő-desztináció változatos turisztikai termékínálattal rendelkezik, mely Sopron város vonatkozásában koncentráltan, a térséget tekintve viszont relatíve kis távolságra és felkeresési idővel, de attraktivitásukat tekintve az egyes településeken eltérő színvonallal és intenzitással jelenik meg. A kínálati elemek közt térspecifikus, csoportspecifikus és tevékenységspecifikus ajánlatok egyaránt találhatóak, amelyeket a dolgozatban részletesen ismertetek.

A térség a mobilitás iránya szerint tipizálható a hazai turizmusban a fejlettebb nyugati térségbe irányuló utazásként, nemzetközi, európai viszonylatban viszont a korábbiakhoz hasonlóan mint viszonylagos közelségű kelet-közép-európai desztinációként pozicionálható. A

desztináció kínálatán belül lehetőség van MICHALKÓ G. (2011:68) által említett lineáris, körvonalas, csillagszerű vagy kombinált turisztikai mobilitás megvalósulására. A térség változatos megközelíthetősége és az aktuális, közlekedési hálózatot érintő fejlesztések révén (M85-ös autópálya építése, úthálózat-fejlesztés, GYSEV vasút-korszerűsítés) a távolság mobilitásra gyakorolt hatását pozitív hatásrendszerrel érvényesíti.

A kedvező adottságok és a turisztikai piacon való tartós jelenlét ellenére indokolt a desztináció kutatása és a tapasztalt jelenségek elemzése. A magyar turizmusban tradicionális cél- és fogadóterületként szereplő, Sopron–Fertő turisztikai térségként (*Sopron region*) (Magyar Turisztikai Ügynökség – MTÜ) definiált terület turizmusában a közelmúltban jelentős visszaesés és piacvesztés következett be, amely leginkább Sopron városában érhető tetten, hiszen míg a KSH adatai alapján 2010-ben az összes vendégéjszakaszám (kereskedelmi és üzleti célú, egyéb) 481 171 volt itt, addig 2019-ben 404 088-ra csökkent. Mindez annak ellenére, hogy a térség turisztikai státusát több tényező is potenciálisan befolyásolta. Ezek közt a tényezők közt említhetjük többek közt a rendszerváltás időszakában bekövetkezett határátlépési könnyítéseket, a Fertő tó és környékének turizmusba való bekapcsolódásának lehetőségét, a Fertő–Hanság Nemzeti Park megalakulását, a Fertő-táj Világörökség státus elnyerését, a közelmúltban pedig az Új Magyarország Fejlesztési Terv, a Modern Városok Program, a Kisfaludy Program térséget érintő, már befejeződött, illetve folyamatban lévő fejlesztéseit.

A kedvezőtlenül ható jelenségek objektív mutatói sorában említhetjük többek közt a hazai városok népszerűségi sorrendjében való visszaesést, a vendégéjszakák és vendégek számának alakulását, ezzel egyidejűleg a desztináció határon átnyúló hatókörében az osztrák területen a magyar turisták és vendégéjszakák növekvő számát.

A kutatás mindezeket a tényezőket figyelembe véve egyrészt a Sopron–Fertő-térség desztinációs szemléletű vizsgálatára koncentrálni, amely során kiemelten foglalkoztam a desztinációlehatárolás problémájával, ennek több oldalról történő megközelítésével, illetve a választott térség turizmusföldrajzi jellemzőinek feltárásával. A dolgozatban kitértem Sopron és térsége turisztikai kínálatának termékspecifikus, valamint a turisztikai kínálat és kereslet statisztikai ismereteseire, elemzésére is.

A dolgozatban hangsúlyos szerepet kap a Sopron–Fertő-térség turisztikai keresletének átfogó vizsgálata, amely kutatás során sor került egy kérdőíves felmérésre. Ennek eredményeit elemző fejezetek kitérnek a térségbe érkező vendégek jellemzőire, főbb utazási szokásaira, a vendégek által utazás előtt és alatt használt jellemző információforrásokra.

Munkám során feltártam az ide érkező turisták térhasználatának desztinációs szintű és határon átnyúló jellegét a vizsgált mintán. Így az elemzés során kitértem a megkérdezettek belföldi és határon átnyúló turisztikai aktivitásának jellemzőire, de foglalkoztam az egyes élményelemek megítélésével, és a válaszadók véleményét is összegzem Sopron és térsége turizmusáról. A disszertációban számos ábra, térkép és táblázat segítségével jelenítem meg a kapott eredményeket. Külön fejezetben hangsúlyosan megjelenik a hipotézisek vizsgálata a kutatás eredményeinek tükrében. A dolgozat végén az összefoglalás rövid összegzést ad a kutatás eredményeiről, és a további vizsgálatok lehetséges irányait is körvonalazza.

A dolgozat helyzetelemző fejezeteiben (4. és 5. fejezet) azt a logikát követi, hogy egy turisztikai térség fejlettségét és fejlesztéseit célszerű komplex módon a környezeti tényezők rendszerének ismertetésén keresztül áttekinteni. Ezt mindenképpen fontosnak tartom, hiszen úgy gondolom, hogy egy térség megismerése és fejlesztése csak átfogó ismeretek birtokában lehet hosszú távon hatékony és versenyképes. Ennek elméletét Magyarországon először Lengyel Márton publikálta. MOUTINHO (2000, idézi: DÁVID L. et al. 2007) is előnyösnek véli a környezet elemzését átfogó módon lehetővé tevő SCEPTICAL-rendszernek megfelelő vizsgálatot. Ennek során a társadalmi feltételek (social), a kulturális környezet (cultural), a makrogazdasági tényezők (economic), a fizikai környezet (physical), a műszaki és technológiai környezet (technical), a nemzetközi környezeti tényezők (international), az igazgatási és szervezeti háttér (communications and institutional), valamint a jogi, politikai tényezők (legal and political) figyelembevételével a fontos, amely így átfogó képet nyújt az adott térségről.

Szakmai életutamban is meghatározó a turizmus, családom több mint 20 éve panziót üzemeltet a vizsgált térségben, így már egészen fiatalon beleláthattam a vendégfogadás gyakorlati ismereteibe. Alapító szakmai vezetője voltam 2013-tól a Sopron Régió Turisztikai Központnak (TDM), ahol a teljes hálózat kiépítését irányítottam, soproni önkormányzati képviselőként az ifjúsági, sport- és turisztikai bizottságot vezettem. 2016–2018 között Sopron város fejlesztésekért felelős tanácsnokaként dolgoztam. 2018 óta Sopron és térsége országgyűlési képviselőjeként tagja vagyok a turisztikai albizottságnak az országgyűlésben, amelyet 2022 júliusa óta elnökként vezetek.

Számomra a kutatási területem – Sopron és a Fertő-táj – hazánk legszebb térsége, és örömmel tölt el, hogy a Pécsi Tudományegyetemen Földtudományok Doktori Iskolájában végzett turisztikai tanulmányaimat és doktori kutatásomat gyakorlati ismereteimmel, tapasztalataimmal egészíthetem ki, és a térség fejlődéséért dolgozhatok.

## 2. Célkitűzések

Az értekezés komplex elemzést nyújt a vizsgált térségről, egyik fő célja a Sopron–Fertő-térség desztinációs szemléletű elemzése és a turisták térbeli mozgásának vizsgálata. Számomra fontos, hogy kutatásommal és ahhoz kapcsolódó eredményeimmel segítsen a térség versenyképes fejlődését, hogy az hajtóereje legyen a régiónak, mintaterületként szolgáljon a kultúra és a természet szimbiózisának kiterjesztésében vagy akár mint határon átnyúló világörökségi helyszín.

A Sopron–Fertő-térség hazánk turizmusának meghatározó térszíne, határ menti fekvéséből adódóan térhasználati szempontból sajátos turisztikai fogadóterületnek tekinthető, fejlődése több olyan sajátos jegyet tartalmaz, mely más térségek esetében nem jellemző. A város és a Fertő-táj vonzerői változatosak, a határos osztrák határ menti térségekkel különleges geomorfológiájú táji egységet, hasonló történelmi, kulturális fejlődési folyamatot és értékeket formáltak, ami a magyar–osztrák desztinációk hasonló kínálati oldalát eredményezik. A desztináció határon átnyúló jellegét ezek a tényezők erősítik, a lehatárolás logikáját nehezítik, a térhasználat szempontjából viszont értékes kutatási problémakört jelentenek.

A hetvenes évektől Sopron–Kőszeg-hegyalja üdülőkörzet, majd 2016-tól Sopron–Fertő kiemelt turisztikai térség, aktuálisan a 429/2020. (IX.14.) kormányrendelet alapján a Sopron–Fertő turisztikai térség (Sopron region) deklarált települései térszerkezeti kapcsolódásuk és turisztikai jellemzőik révén nem sorolhatók teljes mértékben a Sopron–Fertő-tájhoz, ezért a kutatási terület vonatkozásában a földrajzi helyzetük, státuszuk, térszerkezeti kapcsolódásuk alapján egyértelműen összetartozó települések desztinációs pozícióit és a hozzájuk kapcsolódó térbeli mozgásokat vizsgáltam.

A fenti célkitűzések mentén az alábbi kérdéskörökkel kiemelten hangsúlyosan foglalkoztam:

- A Sopron–Fertő-térség desztináció lehatárolásának vizsgálata, felülvizsgálata, hiszen úgy gondolom, hogy ez fontos kiindulópontja a desztinációk fejlesztésének, hosszú távú turisztikai piaci sikereinek. A dolgozatban több szempontot figyelembe véve megtörtént a desztináció elvi, térbeli lehatárolásának bemutatása. A vizsgálat során külön kitértem Sopron és térsége vonatkozásában arra, hogy a desztináció itt egyszerre földrajzi határokkal azonosítható területi kategória, valamint határon átnyúló hatásrendszerű komplex turisztikai termék. A térbeli lehatárolás és annak aktualizálása újszerű kutatási



célkitűzés volt, amelynek célja a desztináció hatékonyabb piaci működésének, valamint a versenyképes piaci jelenlétnek az elősegítése belföldön és határon túl egyaránt.

- A Sopron–Fertő-térség teljesítményének desztinációs szemléletű vizsgálata, a termékprofil és a kritikus, fejleszthető pontok feltárása. Úgy gondolom, hogy ezzel a térségben rejlő további turisztikai potenciál azonosítása és a határon átnyúló együttműködések ösztönzése is kiemeltebb figyelmet kaphat. Ennek érdekében elkészült a vizsgált térség átfogó elemzése, a turisztikai kínálat és kereslet bemutatása.
- A sikeres desztinációfejlesztés érdekében nemcsak a turizmus történelmi előzményeinek és a turisztikai kínálatnak az áttekintése fontos, hanem a térségbe érkező turisták jellemzőinek és a turisták térbeli mozgásának, térhasználatának (desztináció felkeresése, desztináción belüli és kívüli mozgás) ismerete is szükségszerű. A turisták térhasználatának elemzésével a desztináció térszerkezeti vonásainak bemutatására is lehetőség nyílik, így a turisták által felkeresett attrakciók mentén egyértelműsíteni lehet az egyes turisztikai termékek térbeli vetületének kapcsolatát, az egyes élményelemek érintettségét Sopron és a Fertő-táj vonatkozásában.

Az témához kapcsolódóan az alábbi hipotézisek megfogalmazására került sor:

### ***Hipotézis 1:***

A desztináció területén azonosítható turisztikai termékprofil szervesen illeszkedik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz.

E hipotézishez kapcsolódnak azok a helyzetelemző fejezetek, amelyek azt vizsgálják, hogy a turisztikai termékprofil fő összetevői mennyiségi és minőségi tekintetben mennyiben vezethetők vissza a táji, történelmi adottságokra, melyeket viszont a modern turisztikai igényeknek megfelelően kell megjeleníteni a kínálatban. Egyezőségeket és eltéréseket vet össze a magyar és osztrák kínálat elemeivel kapcsolatban. Kitér a Fertő tó sajátos helyzetére és annak speciális megjelenítésére a marketingkommunikációban és a valós hasznosításban, továbbá a jövőbeni, teljes mértékben más színvonalú és jellegű turisztikai lehetőségeket vázolja fel.

### ***Hipotézis 2:***

A turisták által értelmezett desztináció nem illeszkedik a hivatalosan lehatárolt desztinációhoz (turisztikai fejlesztési térséghez).

A kutatás ehhez a hipotézishez kapcsolóan vázolja fel a Sopron–Fertő-desztináció különféle szempontok szerint történő lehatárolásának problémáját, mely a többi desztinációval összevetésben különleges, egyedi és speciális helyzetű, és a jelenkori turisztikai fejlődés meghatározó tényezője.

A helyzetelemzés, a mélyinterjúk és terepi bejárás tapasztalatait a kérdőíves felmérés eredményeinek tükrében értelmeztem. A statisztikai adatok táblázatos és szöveges feldolgozása mellett kartográfiai megjelenítéssel ábrázolva történik annak vizsgálata, hogy térbelileg milyen irányú és jellegű eltérés tapasztalható a lehatárolt desztinációhoz képest.

### ***Hipotézis 3:***

A turisták térbeli mozgása alapján értelmezett desztináció tekintetében az országhatár elveszítette jelentőségét.

Az országhatár történelmileg meghatározottan – különösen Sopron és a Fertő tó vonatkozásában – sajátos státuszba helyezte Magyarország tájai és egyben népszerű turisztikai helyszínei között a térséget. A határ menti jelleg domináns tényezője volt Sopron tradicionális USP-jének és turisztikai népszerűségének több évtizeden keresztül. A rendszerváltás és az azt követő történelmi változások az országhatár funkcióváltását eredményezték, melynek következménye ennek az USP-elemnek a gyengülése, illetve új, intenzívebb USP-formálásának szükségessége. A helyzetelemzés, a terepi bejárás a határ mint USP gyengülésének egyes időszakaival foglalkozik. A kérdőíves felmérés adatelemzése és grafikus megjelenítése segíti annak feltárását, hogy ez a jelenség a térbeliség szempontjából mely területeket és milyen intenzitással érinthet.

### ***Hipotézis 4:***

A turisták mobilitását a kínálat mellett a kereslet sajátosságai is befolyásolják.

Így a kutatás ehhez kapcsolódóan vizsgálta és feltárta, hogy a turisták mobilitása számos keresleti sajátossággal vonható összefüggésbe. Ilyen például a/ az:

- előzetes informáltság,
- utazáshoz igénybe vett közlekedési eszközök,
- tartózkodási idő,

- térségen belüli informálódás,
- tematikus motiváció.

Úgy gondolom, hogy a kutatás tudományos értékét és önálló tudományos eredményét jelentheti a komplex, desztinációs szemlélet alapján végzett vizsgálat és annak konkrét eredményei, amelyek:

- a Sopron–Fertő turisztikai térség (korábbi terminológia szerint kiemelt turisztikai fejlesztési térség) első tudományos összevetése a turisták valós térségbeli mozgásával. Hiszem, hogy egy pontosabb desztinációlehatárolás elősegítheti a hatékonyabb turisztikai piaci működést, a térségben az együttműködések kialakítását, amelyek hosszú távon javíthatják a Sopron–Fertő-térség pozícióját a desztinációk versenyében úgy hazánkban, mint a határon túl. A desztinációmenedzsment-szemlélettel kialakított együttműködések és hálózatok segítik a turisták fogyasztásának optimalizálását, amelynek egyik alapja a turisták tényleges mozgásának ismerete az adott térségben.
- határon átnyúló desztinációs szemlélet tudományos megalapozása,
- a turisták desztináción belüli mobilitási aktivitását meghatározó összetevők vizsgálata.

A Sopron–Fertő-desztináció sajátossága, hogy az egyes attrakciók, turisztikai vonzerők – Sopron koncentrált adottságait kivéve – viszonylag nagy területen helyezkednek el, sőt osztrák területekhez is kapcsolódnak (pl. közös világörökség-státusz és nemzeti park). A magyar terület turisztikai fogadóterületként való funkcionálása eltérő időtartamban, intenzitással és jelleggel formálódik, és egyidejűleg áll verseny- és partnerhelyzetben az osztrák határ menti térséggel. A mobilitási aktivitás vizsgálatát a kutatás a kérdőíves felmérés eredményeinek változatos megjelenítésével és elemzésével vizsgálja, és sor kerül a dolgozatban a magyar és osztrák terület eltérő turisztikai menedzsmentjének felvázolására is.

A kutatás abból a szempontból is indokolt, hogy a mobilitási aktivitás feltérképezése a súlypontokat és fejlesztésre szoruló helyszíneket is feltárhatja, és segítséget nyújthat annak tervezésében és megvalósításában, hogy a mobilitási aktivitás kellő mértékben érintse a magyar helyszíneket, és lehetőség szerint minél nagyobb mértékben legyen magyar helyszíni a turisták teljes tartózkodási idejének zöme. Az informáltság és motiváció tényezőinek feltárása az eredmények feldolgozása során a térségi TDM és a turizmus helyi szereplői számára is iránymutató lehet marketingkommunikációjuk tervezése során.

### 3. Kutatási módszerek

A kutatás során az általam egységes turisztikai desztinációként értelmezett Fertő-táj mint mintatárság esetében vizsgáltam a turisták jellemzőit és azok térbeli mozgása által értelmezett desztinációt, valamint az ezeket befolyásoló tényezőket (*így például előzetes informáltságuk, az utazáshoz igénybe vett közlekedési eszköz, tartózkodási idő, térségen belüli informálódás, egyéni motiváció, a desztinációmenedzsment kommunikációs aktivitása*), mindezt összevetve az MTÜ által hivatalosan lehatárolt Sopron–Fertő turisztikai fejlesztési térséggel és az országhatárok által megszabott keretekkel.

A kutatás során komplex módszertant alkalmaztam, így szekunder forrásfeldolgozásra és primer kutatásra egyaránt sor került. A változatos kutatási módszerek alkalmazását indokolták a kutatási célok és az ahhoz kötődő hipotézisek, valamint a térség speciális helyzete (történelmi előzmények, határ menti fekvés, desztinációlehatárolás kérdése stb.).

#### 3.1. Szekunder adatok és információk

A kutatási célok eléréséhez a szekunder adatokat tekintve szükséges volt egyrészt a mintatárság általános adottságainak és turizmus-specifikus jellemzőinek feltárása, valamint a kapcsolódó kvalitatív adatok begyűjtése. Ehhez kapcsolódóan fel kellett tárni a térség vonzerőit és potenciális attrakcióit, szálláshely- és vendéglátás-kínálatának összetételét és jellemzőit, turisztikai célzatú rendezvényeit, komplex program- és szabadidős kínálatát, a kapcsolódó kereskedelmi lehetőségeket és a turisztikai kínálatba bevonható szolgáltatásokat.

Az elemzések elvégzéséhez szükséges adatok köre érinti a turizmuságazat kínálat és keresleti oldalát egyaránt. Számszerűsített adatok szükségesek a kapacitások nagyságáról és összetételéről (attrakció- és szolgáltatástípusonként az egységek és férőhelyek nagysága, azok belső struktúrája), illetve a vendégforgalom nagyságáról és belső szerkezetéről, mindezt idősoros módon tekintetem át.

A kvalitatív ismeretek és a kvantitatív, számszerűsített adatok begyűjtése alapvetően két módszerre támaszkodik.

## 1. Dokumentumelemzés:

- releváns hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozása – kiemelt területek: turizmus, turizmusföldrajz, desztinációmenedzsment, desztinációlehatárolás, térbeliség, turistatipológiák, turisták mozgása, turisták motivációi és az azokat befolyásoló tényezők;
- módszertan szempontjából releváns hazai és nemzetközi kutatások és publikációk;
- térségi szempontból releváns tudományos és szakmai publikációk, jogszabályok;
- korábbi és aktuális települési szintű, térségi szintű és nagytérségi szintű fejlesztési koncepciók;
- releváns korábbi, folyamatban lévő és tervezett projektek;
- a szezonális mérésére az értekezésben a Gini-index felhasználása történik, amely kvantitatívan reprezentálja a turistaforgalom szezonális egyenlőtlenségeit.

## 2. Szekunder statisztikai adatok:

- a. KSH – Tájékoztatási adatbázis,
- b. települések releváns statisztikai,
- c. térségmenedzsment és desztinációmenedzsment funkciójú szervezetek adatgyűjtései,
- d. kiemelt attrakciók vendégforgalmi adatsorai,
- e. szolgáltatók vendégforgalmi adatsorai,
- f. releváns tudományos és szakmai kutatások adatai és elemzései.

### **3.2. A kutatás során alkalmazott primer módszerek**

A kutatás során alkalmazott primer módszerek közé tartozik a kérdőíves felmérés, a mélyinterjúk készítése a térség turisztikai szakembereivel, valamint a terepi bejárás, tapasztalatgyűjtés.

A kérdőíves felmérés egyik célja a vendégkör összetételének feltérképezése, valamint a turisták térbeli mozgásának és az azt befolyásoló tényezőknek a feltárása volt. A hipotézisek során megfogalmazottakkal összhangban az adatgyűjtés kitért arra, hogy mely attrakciókat és szolgáltatókat, illetve mely településeket kereste fel az adott turista, kiemelten vizsgálva a hivatalosan lehatárolt turisztikai fejlesztési térség határait és az országhatárt. A magyarázó tényezők közül pedig adatok és információk gyűjtésére került sor a turisták előzetes tájékozódásával és tájékozottságával, az igénybe vett közlekedési eszközökkel, a tartózkodási idővel, a térségen belüli informálódásukkal, tematikus motivációikkal, valamint a desztinációmenedzsment kommunikációs aktivitásával kapcsolatban.

A településeken a szállásadók és vendéglátók, valamint a turisztikai attrakciók üzemeltetőinek megkeresése után kerültek kihelyezésre a kérdőívek. A kérdőíveket minden településen a szálláshelyek jelentős része fogadta, a fontosabb és hangsúlyosabb vendéglátóhelyek úgyszintén. Minden soproni szállodában és jelentősebb turisztikai szolgáltatóhelyen fogadták a kérdőívet (1. számú melléklet), melyet 2013–2016 között a Sopron és térségi TDM-szervezet szakmai vezetőjeként végzett szakmai kapcsolatomban alapozott meg. A kérdőív (6 oldal) kérdéseire kapott válaszok komplex és széles körű kutatási adatokat tartalmaznak. A kérdőívek kitöltése a legtöbb esetben a szállás–vendéglátóhely dolgozója és a kitöltő között közös munkával történt, így az eredmények minősége még pontosabbnak mondható. A kérdőívek kitöltésébe bekapcsolódtak még a soproni Tourinform iroda és TDM munkatársai, továbbá együttműködési megállapodás alapján egyes rendezvények esetében a fertődi Soproni SzC Porpáczy Aladár Technikum és Kollégium turisztikai technikus tanulói (szaktanári felügyelettel). A kérdőíves felmérés főbb paramétereit az 1. táblázat ismerteti.

## 1. táblázat

### A kérdőíves felmérés főbb paramétereit

<b>A mintavétel időtartama:</b>	2019. jan. 15. – 2019. dec. 21.
<b>A mintavétel helyszíne:</b>	Sopron, Sopron–Balf, Fertőboz, Fertőd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszéplak, Hegykő, Hidegség, Sarród, Sarród–Fertőújlak. Nagycenken szálláshely hiánya miatt a Széchenyi-kastély látogatói, Fertőbozon a Julianus-völgy látogatói, Fertőszéplakon és Fertőhomokon a tájház és rendezvények, Hidegségen a rendezvények látogatói közt történt helyszíni kitöltés.
<b>A kérdőív kitöltésének módja:</b>	papír alapú, írásos kitöltés, szóbeli lekérdezés, online kitöltés
<b>A kérdőív nyelve:</b>	papír és online alapon egyaránt magyar, német, angol
<b>A kérdőív terjedelme*:</b>	6 oldal
<b>A kérdések száma:</b>	28, ebből az utazásra vonatkozó: 15, a pihenési szokásokra rákérdező: 5, a válaszadó személyével kapcsolatos: 8. Feleletválasztásos kérdések száma: 23
<b>A kitöltés minimális időtartama:</b>	15 perc
<b>A kérdőívek feldolgozásának módja:</b>	SPSS számítógépes adatfeldolgozó program
<b>Az eredmények értékelésének módja:</b>	keresztlemzéssel szövegesen és grafikusán

\*A kérdőív magyar változata a 2. számú mellékletben található.

A kutatás során a változók kapcsolatának, a kapcsolat szignifikáns jellegének megállapításához keresztábra-elemzést, korrelációelemzést, valamint varianciaelemzést alkalmaztam. A vizsgálat szoftveres környezetét az SPSS 23.0 program képezte. A keresztábra-elemzés során két minőségi változó összefüggése meglétének vagy hiányának megállapítása 5%-os szignifikancia szint mellett a khi-négyzet-teszt statisztika értékére alapozva történt. A keresztábrán belüli szignifikáns relációk azonosítására a korrigált standardizált reziduuumokat (Adjusted Residual, AR) használtam. Amennyiben a mutatószám értéke elérte vagy meghaladta a +2-t, akkor a szakirodalmi ajánlásokat figyelembe véve úgy tekintettem, hogy a vizsgált relációk szignifikánsan összefüggenek, ha -2 vagy az alatti értéket kaptam, akkor pedig biztos, hogy nem függenek össze egymással (SAJTOS L. – MITEV A. 2007).

Két mennyiségi skálán mért ismérv kapcsolatának vizsgálata korrelációelemzés segítségével történt. A korrelációs elemzés során a kapcsolatok szignifikáns jellegének megállapítására szintén 5%-os szignifikanciaszintet alkalmaztam. Tekintettel a kapcsolódó

változók mérési skálájának megfelelőségére (legalább ordinális mérési szintű változók), a mintaelemszám nagyságára, valamint arra, hogy a változók nem minden esetben követtek normális eloszlást, a Spearman-féle rangkorrelációt használtam. A minőségi ismerv (ok) és mennyiségi ismerv (okozat) típusú vegyes kapcsolatok elemzésekor a varianciaelemzés módszertani eszköztárára támaszkodtam. A kapcsolat szignifikáns jellegének megállapítása 5%-os szignifikanciaszinten az F-próba értékének figyelembevételével történt. A fentiekén túl szintén az SPSS-programban történt több leíró statisztika, valamint egyes eloszlás vizsgálatok lefuttatása is.

A kutatás alapvető célja a turisták térbeli mozgásának, illetve az azt befolyásoló tényezőknek a feltárása volt, így a reprezentativitás szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bírtak a turisták tartózkodási helyei, amelyek közül egyértelműen beazonosíthatók a szálláshelyek és a regisztrációhoz (leggyakrabban díjfizetéssel együtt) kötött élménypontok. A turizmust gazdasági jelenségként értelmező szemlélet esetén elegendő is lenne csupán azon helyek feltárása, ahol a jelentősebb pénzköltés történik, illetve az adott desztináció szempontjából turizmushoz kapcsolódóan jövedelem keletkezik. A földrajzi szemléletben azonban a mozgáson és a tartózkodáson van a hangsúly, így a reprezentativitás meghatározása során a szálláshely- és belépőadatok korrigálásra kerültek az ingyenes programok, szabadtéri látnivalók felkeresésének becsült számadataival. A kutatással összefüggésben ezért előzetes adatgyűjtést végeztem.

A vendégéjszakák száma a KSH Tájékoztatási adatbázis alapján került a táblázatba. A kutatási terület településein a belépődíjas látnivalók esetében a szolgáltatóktól történt adatgyűjtés a regisztrált vendégek számáról, mely kiegészült a belépődíj nélkül látogatható nevezetességeknek az önkormányzatok által megadott, becsült látogatószámával. A megoszlás meghatározásánál a vendégéjszakaszám tehát a legfontosabb alapot határozta meg, de ahhoz, hogy a 2.000 fős elemszám a szakmai kritériumoknak eleget tegyen, fontos volt a regisztrált belépőjegyek számát, valamint a további látogatószám becsült értékét is meghatározni, mely a településen található, de belépődíj nélkül látogatható attrakciók, események és látnivalók látogatottságából adódik. A kutatási terület vonatkozásában a korrekció több település esetében is indokolt volt. Nagycenken például jelentős turisztikai forgalmat bonyolít le a Széchenyi-kastély, a Széchenyi-emplékhelyek és a Széchenyi-múzeumvasút, de szálláshelyek hiányában a vendégéjszakák száma 0. A múzeumvasút csak hétvégén üzemel belépődíjas attrakcióval, de a szabadtéri kiállítás ingyenesen, folyamatosan látogatható. Továbbá Fertőboz, Hidegség esetében, noha nincs belépődíjas látnivaló, Fertőhomokon is csupán a tájház (belépődíj nélkül),



viszont a hagyományos rendezvények és a Fertő tó körüli kerékpárút jelentős vonzerő, de vendégéjszakák vonatkozásában kisebb volumenű turisztikai forgalmat realizál.

A látogatószám összesítése során kiemelt szempont volt az adott látogatási kategória jelentősége, így a vendégéjszakák száma háromszoros, a regisztrált vendégforgalom kétszeres, míg a további látogatások egyszeres szorzóval szerepelnek. A kérdőíves kutatás összesen 2.000-es elemszáma az így kalkulált összes vendégforgalom településenkénti megoszlásának figyelembevételével tekinthető reprezentatívnak.

A 2. táblázatban a kvótás mérés során az egyes települések esetében a megoszlás meghatározása a kutatási térség turisztikai mérőszámai alapján történt (2018), ezek alapján került sor a 2019-ben végzett felmérésben a településenkénti arányok és a kutatásba bevont turisták számának meghatározása.

## 2. táblázat

### *A kvótás mérés megoszlási adatai a kutatási térség turisztikai adatai alapján, 2018*

Település	Kereskedelmi vendégéjszakák száma (db)/ 2018	Regisztrált vendégek (fő, db belépőjegy)/ 2018	További látogatás (fő)/ 2018	Összesen (fő)/ 2018	Megoszlás (%)/ 2019	Kérdőívek száma (db)/ 2019
<b>Sopron és Sopron–Balf</b>	379 187	273 850	53 000	1 738 261	50,34	1 006
<b>Fertőrákos</b>	6 196	149 352	18 000	335 292	9,71	194
<b>Fertőboz</b>	1 211	0	12 000	15 633	0,45	9
<b>Hidegség</b>	2 482	300	9 000	17 046	0,49	10
<b>Fertőhomok</b>	1 784	0	4 000	9 352	0,27	5
<b>Hegykő</b>	126 870	216 335	6 000	819 280	23,73	475
<b>Nagycenk</b>	0	36 808	21 000	94 616	2,74	55
<b>Fertőszéplak</b>	3 103	1 318	8 000	19 945	0,58	12
<b>Fertőd</b>	9 318	72 364	130 000	302 682	8,77	175
<b>Sarród</b>	5 861	14 254	55 000	101 091	2,93	59
<b>Összesen</b>	<b>536 012</b>	<b>764 581</b>	<b>316 000</b>	<b>3 453 198</b>	<b>100</b>	<b>2 000</b>

*Forrás: saját szerkesztés*

Mindezt összevetve és figyelembe véve az egyes látogatói kategóriához kapcsolódó súlyozást, a vendégforgalom kalkulált megoszlásában Sopron részesedése meghatározó, 50% feletti. Kiemelkedik még a gyógyturisztikai központ, Hegykő közel 25%-os aránnyal, továbbá a Fertő tavi lehetőségek, a páneurópai emlékhely és az egyedülálló barlangszínház révén Fertőrákos, valamint az emblematikus Esterházy-kastélyt és a kapcsolódó kulturális örökséget bemutató Fertőd (közel 10–10%-kal). Jelentősebb kalkulált összforgalommal rendelkezik még a

Széchenyi-örökség révén Nagycenk, valamint Sarród az unikális ökoértékekkel és a Fertő–Hanság Nemzeti Park ökoturisztikai létesítményeivel (közel 3–3%). A további települések kalkulált összes látogatószáma nem éri el a desztinációs érték 1–1%-át. Ennek megfelelően alakult a kérdőíves kutatásba bevont látogatók/ turisták száma településenként.

A dolgozat eredményeinek feldolgozása kiemelten támaszkodik a kérdőíves felmérésre, de a személyes interjúk tapasztalatai is hasznos információkkal segítik a célkitűzések és hipotézisek vizsgálatát. Az interjúk készítése során (összesen hat darab) törekedtem arra, hogy a térség turizmusa szempontjából meghatározó szakemberek megkérdezésére kerüljön sor.

### ***Személyes interjúk***

- Egresitsné Firtl Katalin ügyvezető, Eszterháza Kulturális, Kutató- és Fesztiválközpont Közhasznú Nonprofit Kft., Fertőd
- Taschner Tamás titkár, Fertő-táj Világörökség Magyar Tanácsa, Fertőszéplak
- Kulcsárné Roth Matthaia igazgató, Fertő–Hanság Nemzeti Park, Sarród
- Kovács Gazdag Nikoletta ügyvezető, Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft., Sopron
- Sopron MJV Önkormányzata, Sopron
- Szarjas Tímea ügyvezető, Hotel Sopron

A kutatási körülmények között szerzett adatokat kiegészíti a kutatási terület terepi bejárása és a térségi lakosként szerzett információk. A dolgozatban megjelennek azok a tapasztalatok, melyeket a helyismeret és előzetes kutatások révén szereztem. A térségi fejlődés dinamikájának feltárását segítette, hogy a határtérség turizmusával foglalkozott a 2012-ben mesterképzésen írt szakdolgozatom, mely 2013-ban 3. helyet ért el az év turisztikai szakdolgozata pályázaton (Magyar Turizmus Zrt.), *Rekreálódás határok nélkül: A magyar–osztrák határ menti térség rekreációs turisztikai lehetőségeinek egyes aspektusai a kapcsolatok térbeli és időbeli változásainak tükrében* címmel.

Ezt követően Sopron Megyei Jogú Város (továbbiakban MJV) önkormányzati képviselőjeként az ifjúsági, sport- és turisztikai bizottság elnökeként, majd 2016-tól a város fejlesztésekért felelős tanácsnokaként volt alaposabb betekintésem a térségi fejlesztésekbe. 2013–2016 között pedig a térségi TDM szakmai vezetőjeként több kutatásban vettem részt. 2018 óta Sopron és térsége országgyűlési képviselőjeként és az országos turisztikai bizottság tagjaként is foglalkozom a vizsgált térség fejlesztésével.

## 4. Kutatástörténet, szakirodalmi áttekintés

### 4.1. A desztinációlehatárolás problémaköre

Napjainkra a turisztikai desztináció széles körben használt kifejezéssé vált, tartalmi összetevői tekintetében sokrétűnek tekinthető. A desztináció fogalmi összetevőinek vizsgálatokor változatos definíciókat és értelmezéseket vehetünk figyelembe. Sopron esetében is kiemelten megjelenik ez a kérdéskör, hiszen a desztináció táji adottságai, történelmi előzményei vagy akár csak a térség határ menti fekvése is nagyban meghatározza a desztináció lehatárolásának jellemzőit. Amint azt később látni fogjuk, többféle megközelítés, lehatárolás is létezik, amelyek között eltérő mértékű az átfedés, így különösen fontos lesz majd tisztázni jelen disszertáció szempontjából a konkrétan vizsgált területi egységet.

AUBERT A. (2011a) egy térség turisztikai folyamatainak feltárásához a turizmus külső környezetének, társadalmi–gazdasági környezetének figyelembevételét, komplex szemléletét tartja szükségesnek. Kiemelt jelentőségűnek gondolja a turisztikai tér táji kereteinek tisztázását a turisztikai termékek erőforrásainak feltárása érdekében, mely a valódi desztinációvá válás esélyét adhatja meg. Figyelembe kell ugyanakkor venni, hogy míg a desztináció földrajzi, táji határai behatárolhatók, azonosíthatók, a mentális határok megállapítása nehézségekbe ütközik, hiszen egyénenként eltérő lehet (EGYED K. 2014a).

STEINECKE A. (2013) úgy véli, hogy a turisták utazás során kiterjedtebb térségeket érzékelnek, természeti és kultúrtájokban gondolkodnak, azaz nemcsak adott térséget és annak kínálati elemeit, hanem érdeklődésüknek megfelelően annak szűkebb és tágabb, közvetlen környezetét is felkeresik a látogatás során.

AUBERT A. értelmezésében a desztináció „a turisták által kiválasztott földrajzi terület egység, amelynek geográfiai és történelmi szempontból is egyedi jellemvonásai vannak. Ez a terület egység az attrakciók megjelenésének helyszíne, amelyek összekapcsolódnak a turisztikai infrastruktúrával és a szolgáltatásokkal” (AUBERT A. 2011b:17.). Ugyanakkor a desztinációk lehatárolásánál más tényezők, például akár számszerűsíthető mutatók (így a vendégszám, vendégéjszakaszám) is fontos szerepet kaphatnak (AUBERT A. et al. 2009), amely alapján a hazai TDM-modell adaptálása is zajlott, hiszen a kialakuló szervezetek a regisztrált vendégéjszakák számának függvényében pályázhattak a rendelkezésre álló forrásokra (AUBERT A. et al. 2017, PÁLFI A. 2017).

MICHALKÓ G. (2011) ugyanakkor arra világít rá, hogy bár az emberek fejében az egyes desztinációk csupán mint települések, térségek vagy akár tájak jelennek meg, valójában

az esetek többségében ezek jól meghatározható közigazgatási, terület- és településfejlesztési egységek, illetve a turizmusban is léteznek különböző funkcionális szintek, amelyek segítik a tervezést vagy akár a forráselosztást. Ilyenek például hazánkban az 1979-ben kijelölt, kiemelt üdülőkörzetek, vagy az 1998-ban kialakított idegenforgalmi régiók, vagy akár napjainkban ilyennek tekinthetők a turisztikai fejlesztési térségek, aktuálisan pedig (2020-tól) a turisztikai térségek. E gondolatmenetből kiindulva jól látható, hogy míg a szomszédos Ausztriában a tartomány jól márkázható egységet jelent, mind a turizmusirányítás, mind a kereslet szempontjából szinte megfogható, addig a magyar gyakorlatban a megyék egyáltalán nem jelennek meg önálló vonzerőként, kevés a márkajegyek mentén kommunikáló desztináció. E márkázási folyamatokat kívánta elindítani az MTÜ a turisztikai fejlesztési térségek kialakításával, a turisztikai fejlesztési térségek kijelölésével és a térségek márkaprofiljának meghatározásával, majd 2020 őszétől a 429/2020 és 430/2020 (IX.14.) Korm. rend. a turisztikai térségeket preferáló fejlesztésekkel.

Megemlíthetjük még BUHALIS D. (2000) értelmezését, aki a turisztikai desztináció meghatározó elemei közül az alábbiakat tartja fontosnak: turisztikai attrakció, turisztikai szolgáltatások, megközelítés, termékcsomagok, közszolgáltatások, a turista által végezhető tevékenységek (aktivitások). Felfogásában hangsúlyosabb az egyes alkotóelemek értelmezése, mintsem azok kapcsolatrendszer.

BIEGER T. (2005) a célterületek tartalmi összetevői között említi a földrajzi kiterjedést, továbbá hangsúlyozza, hogy a desztináció a vendégek által választott célterület, éppen ezért szükségesnek tartja a turistafogadáshoz elengedhetetlen feltételek (szolgáltatások és létesítmények) meglétét. A desztinációt tulajdonképpen a beutaztatás legfontosabb versenyegységének, egyben stratégiai üzleti egységnek (*Strategy Bussiness Unit – SBU*) tekinti.

PECHLANER H. szerzőtársaival (2006) a desztinációk sokszínűségét és összetettségét hangsúlyozza, amely szerintük elengedhetetlen ahhoz, hogy a desztináció határain belül együttműködések, hálózatok épüljenek ki. E felfogás is a desztinációalapú, stratégiai tervezést és a desztinációk versenyképes egységként való kezelését erősíti.

Erre világít rá több több hazai turisztikai desztinációkat és desztinációmenedzsment-tevékenységet vizsgáló disszertáció is. Így TŐZSÉR A. (2010) PhD-értekezése, amely a Mátra-vidéket helyezte vizsgálatának középpontjába. A disszertációban saját kutatásaira alapozott turisztikai versenyképességi modellje mellett több más modellt is bemutat, eredményei alátámasztják a turisztikai versenyképesség és a fenntarthatóság közötti összefüggéseket, valamint a helyi lakosság kulcsszerepét a desztinációkfejlesztésben. Úgy gondolja, hogy ezek nélkül elképzelhetetlen a desztinációk hosszú távú versenyképessége. SZIVA I. (2010)

disszertációja szintén a versenyképességi vizsgálatokat helyezi előtérbe, amely során egy hazai és két nemzetközi mintaterületen folytatott kutatás eredményeit ismerhetjük meg. A disszertáció klaszterközpontú megközelítést alkalmaz, emellett megnevezi a desztinációk mag- és támogató szereplőit, a turisztikai érintettek közötti kapcsolatok jellemzőit, a TDM-elveken alapuló működés siker- és kudarctényezőit. SZIVA I. vizsgálatában is hangsúlyos szerepet kap a desztináció gazdasági, társadalmi és természeti környezete, amelyek adottságok és versenyképességet meghatározó tényezők is egyben.

Fontos megközelítés azonban, hogy a desztinációk értelmezése a kínálat oldaláról egészen eltérő lehet, hiszen a turisták eltérő módon, saját preferenciáik mentén értelmezik az adott célterületeket. BIEGER T. (2005) és FREYER W. (1999) ezzel kapcsolatban arról ír munkájában, hogy a desztináció lehet akár egy üdülő (resort) vagy egy város, egy térség, de akár egy ország is. Mindkét szerző a desztinációk sokszínűségének fontos szerepét hangsúlyozza munkáiban, a desztinációt egy sokszereplős, változatos kínálati egységnek tekintik, amelyben ugyan az egyes termékek, szolgáltatások, attrakciók egymástól jól elkülöníthetők, ugyanakkor piacra vitelük, a márkázási tevékenységük egy – akár nonprofit – egység (TDM-szervezetek) összefogása alatt valósul meg.

2006-ban az UNWTO (World Tourism Organization) konferencián elhangzott definíció utazási célként, fizikai helyszíneként és turisztikai terméként értelmezte a desztináció fogalmát, továbbá egy többek által vitatott összetevőt is említett meghatározásában: a turista legalább egy éjszakás helyben tartózkodását. E fogalom is rávilágít a desztináció kettősségére, vagyis arra, hogy a desztináció a kereslet szempontjából úti cél, a kínálat szempontjából attrakciókkal, intézményekkel, szolgáltatásokkal rendelkező térszín, amelyet a kínálati oldal piacra visz, a turista úti célként választ.

Magyarországon a 2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól az állam szemszögéből határozta meg a turisztikai térség (desztináció) fogalmát az alábbiak szerint: *„olyan földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész, amely a turisztikai kínálati piacon egységes fogadóterületként jeleníthető meg, épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotják, ezért egységes koncepcióban történő tervezéséhez, fejlesztéséhez és térségi turisztikai márka kialakításához országos érdek fűződik”*.

A törvényi megfogalmazás tartalmazza az UNWTO meghatározásával összhangban lényeges összetevőként a fogadóterület-funkciót, a turisztikai kínálati piacon való megjelenést, utal az épített környezet, valamint a természetföldrajzi, kulturális értékek mint alkotóelemek

jelentőségére, az egységes, mégis jól beazonosítható jellegre, amely elengedhetetlen feltétele a márkázásnak, de mindezt az országos érdekek való megfelelés összefüggésében értelmezi.

EGYED K. (2014a) hangsúlyozza, hogy a kínálati elemek komplex és strukturált rendszere, továbbá kritikus tömege és a tematikus tartalom relatíve homogenitása szükséges ahhoz, hogy a desztináció a potenciális turisták számára célterület lehessen. CARTER R. és FABRICIUS M. (2006) azt a szempontot emeli ki, hogy a desztináció fizikai helyszínével kapcsolatos elvárás, hogy megfelelő vonzerővel bírjon, és legalább egy éjszakás tartózkodást lehetővé tevő termékek és szolgáltatások rendelkezésre álljanak. Kedvező, ha a desztináció értékegyüttese mint központi elem több homogén jellemzővel bír. Ez a homogén jelleg a Sopron–Fertő-táj esetében több területen is fennáll, mint például a közös történelmi múlt, a természeti értékek hasonló vonásai, a táji értékek egysége, kultúrtáji sajátosságok és részben a közigazgatási egységhez tartozás. A viszonylagos homogenitás a márka- és imázsalakítást segítheti, és lehetőséget adhat a különféle turisztikai termékeket és a térséget érintő hálózatosodásnak, együttműködéseknek.

Az egy turisztikai desztinációban lévő turisztikai együttműködések lehetséges formáit mutatja be például AUBERT A. et al. (2015) és LŐRINCZ K. – RAFFAY Á. (2017) munkája. Ilyen együttműködési formák például a klaszterek, a tematikus utak vagy akár a TDM-szervezetek.

A desztinációk lehatárolásánál a hazai gyakorlatban új szint jelentett a TDM-szemlélet megjelenése, amely a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában lett először nevesítve Magyarországon (NTS 2005). A desztinácómenedzsment hazai elméleti kereteit alapozza meg LENGYEL M. (2008) TDM működési könyv című munkája, amely a TDM-rendszer kiépítésének alapvető szabályait írja le gyakorlati példákon keresztül.

A rendszer kiépítésének keretét biztosító, első pályázati felhívás 2008-ban jelent meg, amely vendégéjszakaszámhoz kötötte a forrás megítélését, 150.000 vendégéjszaka felett kiemelt turisztikai desztinációkat, 80.000–150.000 vendégéjszaka között turisztikai desztinációkat különböztetett meg a Balaton-régióban, míg az egyéb régiókban az úgynevezett desztinációsintű helyi turisztikai együttműködések támogatása volt lehetséges a forrásból. Utóbbiak esetében 50.000 vendégéjszaka alatt is lehetett pályázni. A második körben megjelent pályázatok (2011, 2012) helyi, gyógyhelyi és térségi TDM-szervezetek létrehozását irányozták elő. Ez esetben is meghatározták a pályázáshoz szükséges minimális vendégéjszakaszámokat, amelyek nagysága turisztikai régióként eltérő volt (RAFFAY Á. et al. 2016, AUBERT A. et al. 2017). A pályázati kiírásokhoz igazodva a vezető desztinációk mellett megjelentek olyan kisebb desztinációk is, amelyek gyakran a forrás reményében kötöttek – valós vagy formális –

együttműködési megállapodást. Így az egy vagy pár településből álló desztinációk mellett megjelentek a több, akár 25 települést magukba foglaló célterületek. Elmondható, hogy az „újonnan” létrejött TDM-szervezetek működési területét nagyban befolyásolta a vendégéjszakák számához kötött pályázati kiírás (PÁLFI A. 2017).

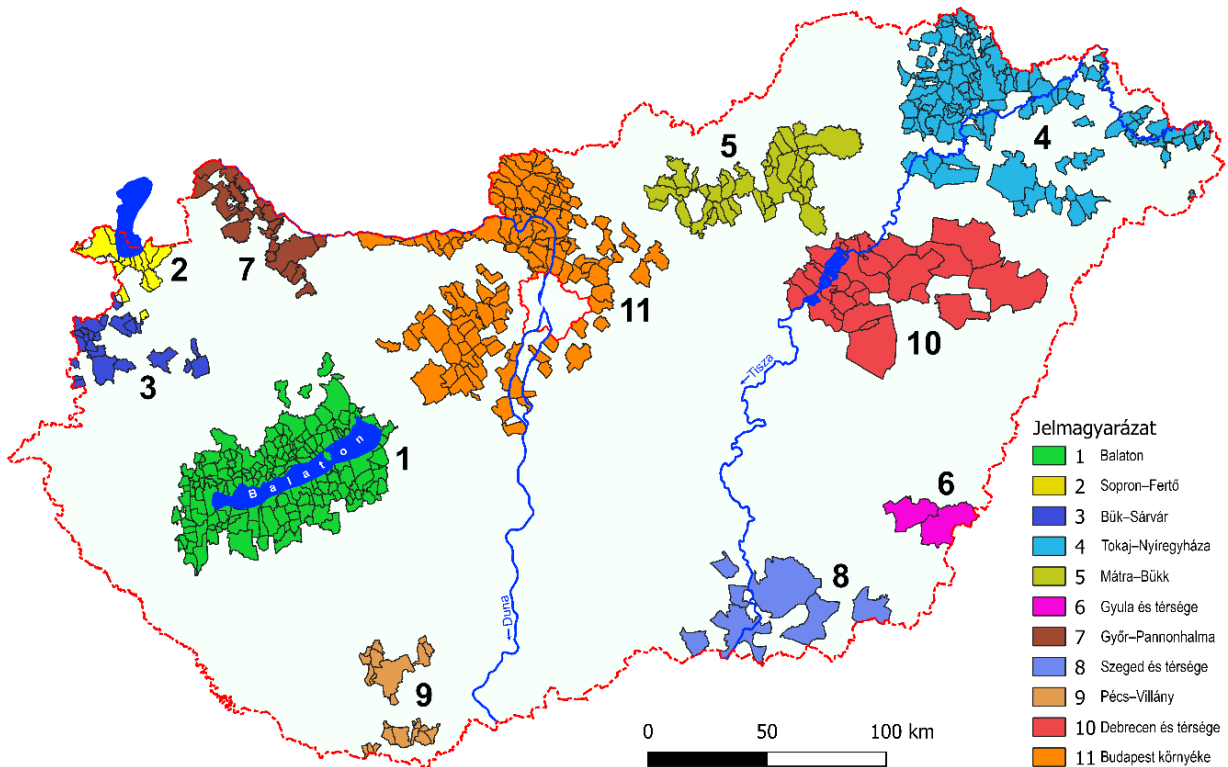
A magyar desztinációk területi lehatárolásánál fontos lépés volt a 429/2016. (XII. 15.) kormányrendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról, mely egyben nevesítette a desztinációkhoz tartozó településeket.

Később, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-ban (NTS 2030) a desztinációk lehatárolásának sarokpontjai közül az országos érdekre vonatkozó rész kikerült, viszont a meghatározás kiegészült azzal, hogy a desztináció egy keresleti kategória is, mely a vendégek utazási döntéseinek szintje (MTÜ 2017:17). Lényeges összetevő továbbá, hogy a desztináció településeinek összessége, a kínálat együttese szükséges ahhoz, hogy a vendégforgalom volumene a szolgáltatások gazdaságos működtetését lehetővé tegye. Fontos elem, hogy a vendég utazási döntésének alapmotívuma a desztinációs szintű élményígéret és a kínálat minden eleme komplex turisztikai terméként, elégedettség- és élménybefolyásoló tényezőként érvényesül. A turizmusfejlesztési stratégia tartalmából is kitűnik, hogy a korábbi termékközpontú szemlélet helyett a turizmus fejlesztésében a desztinációs szemlélet és logika alapján történő fejlesztés térnyerése zajlik. A desztinációk lehatárolására a NTS 2030 (MTÜ 2017:58.) három csoportból álló kritériumrendszert határozott meg, melyek a vonzerő alapú, turisztikai, földrajzi és infrastrukturális mutatók alapján segítik a valós potenciál felmérését és a márkaprofil és márkapozíció formálásának és a turisztikai teljesítménynek a növelését. A stratégia kiemelt turisztikai fejlesztési térségeket nevez meg, így a Balaton, a Sopron–Fertő, a Tokaj, a Felső-Tisza és Nyírség, a Dunakanyar, a Debrecen, a Hajdúszoboszló, a Hortobágy Tisza-tó kiemelt turisztikai fejlesztési térségeket.

A lehatárolásban további változást jelentett a korábban már említett 429/2020. (IX.14.) Korm. rendelet, melyhez kapcsolódóan alkották meg a Turizmus 2.0. – NTS 2030 dokumentumot. 11 turisztikai térség került nevesítésre, plusz a főváros (MTÜ 2021) (1. ábra). Ebben a stratégiai dokumentumban is megerősítették, hogy az MTÜ továbbra is a desztinációs logikára épít tevékenysége során. E dokumentum kimondja, hogy a korábban kijelölt öt térség inkább fejlesztési és beruházási célok mentén került lehatárolásra, míg a legújabb dokumentumban már a desztinációs márká kialakítására és a desztinációk mint egységes turisztikai termékek menedzselésére törekednek. A területi lehatárolásnál éppen ezért az egyik szempont a későbbiekben kiépíthető márkaprofil, valamint az együttműködési és szolgáltatásfejlesztési lehetőségek.

## 1. ábra

### Magyarország turisztikai térségei



Forrás: MTÜ

Szerkesztette: Gyenizse P. (2021)

#### 4.2. A Sopron–Fertő-desztináció lehatárolásának problémaköre

A kutatás során fontos feladat volt a mintatérség kijelölésének kérdésköre, hiszen ahogy arra a korábbi fejezet elején is utaltam, Sopron speciális helyzetben van, határ menti fekvése, táji, történelmi múltja jelentősen meghatározza a desztináció határait, amelyet ugyanakkor a különböző kezdeményezések (UNESCO) vagy akár funkcionális területi lehatárolások komoly mértékben befolyásolnák. Az alábbiakban ezeket a lehatárolási egységeket mutatom be, mert úgy gondolom, ezek ismerete szükséges a végső vizsgálati mintatérség szempontjából is.



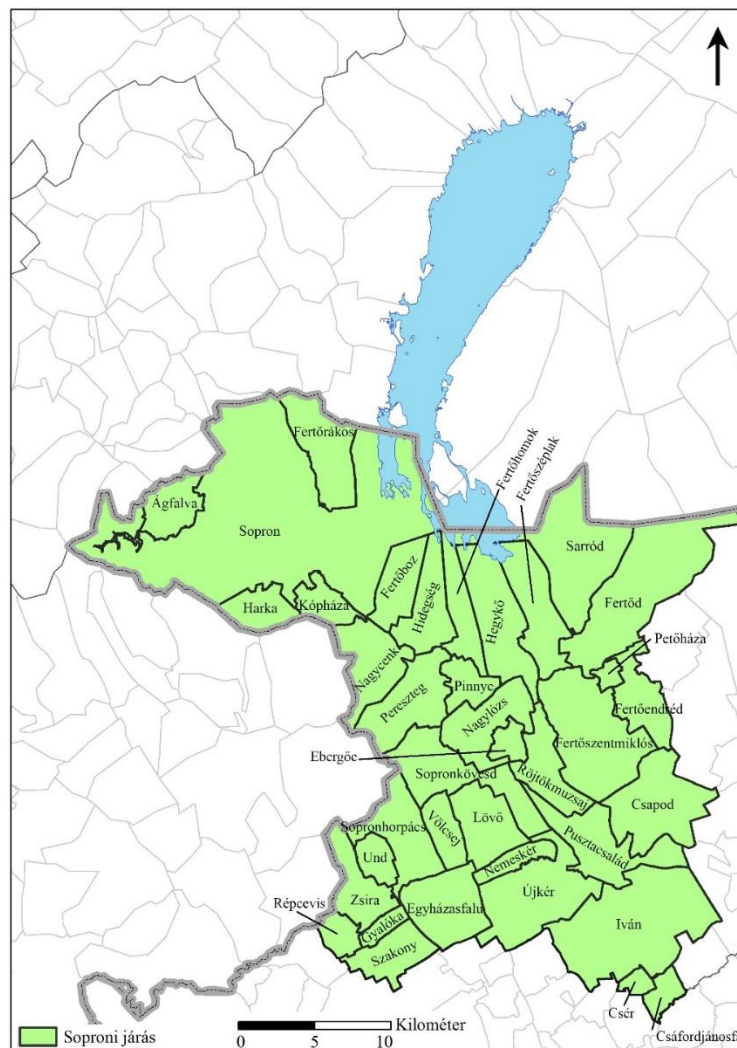
#### 4.2.1. A Sopron–Fertő-desztináció a statisztikai–tervezési, turisztikai, regionális térben

Sopron–Fertő-desztináció a Nyugat-Dunántúl turisztikai régió része, a Dunántúl (NUTS1 szint) nagyrégióba, ezen belül Nyugat-Dunántúl (NUTS2 szint) tervezési–statisztikai régióhoz, 14 települése Győr–Moson–Sopron megyéhez, 1 települése (Simaság) Vas megyéhez tartozik (NUTS3 szint).

A soproni járáshoz a 86/2019. (IV.23.) kormányrendelet alapján 38 település tartozik (KSH, TEIR 2020), 3 várossal (Sopron, Fertőd, Fertőszentmiklós) (2. ábra). Településszáma a megye településeinek 21%-a, 102.584 fő lakónépességgel (TEIR 2020) a második legnépesebb járás, a megye lakónépességének 22%-a.

2. ábra

*A Soproni járás települései*



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

A tágabban értelmezett nyugati határ régióban, azon belül a Sopron vonzáskörzetének tekinthető térségben számos területi lehatárolás létezik párhuzamosan. BENKO G. (1999) megkülönböztet politikai, közigazgatási és tervezési–statisztikai funkciójú területegységeket. A gazdasági tevékenységek térbeli sűrűsödése mentén kirajzolódó ún. csomóponti, valamint a homogén régiólehatárolások mindegyikére található példa a térségben (BENKO G. 1999). Politikai lehatárolás szempontjából említést érdemel a Győr–Moson–Sopron megyei 4. sz. országgyűlési egyéni választókerület. Közigazgatási szempontból Sopron és a további települések közigazgatási területe, illetve a Soproni járás, amelyek a területi statisztikai adatok gyűjtésének és a fejlesztési koncepciók kidolgozásának, így a tervezésnek is alapegységei. Csomóponti térségnek tekinthető a soproni középiskolák beiskolázási körzete vagy a térség munkaerő-áramlásában meghatározó ingázási erővonalak, amelyek tekintetében a határok légiesedése is egyértelműen kimutatható. A homogenitás pedig számos vonatkozásban, így természetföldrajzi, történelmi, nemzetiségi stb. tekintetben értelmezhető.

Emellett ugyanakkor léteznek további térségi együttműködések is, amelyek részben vagy teljesen felülről irányított módon, illetőleg az önkormányzatok és a civil társadalom aktivitása révén alulról jövő kezdeményezésként valósulnak meg. Előbbire a szociális ellátórendszerek területi szervezése, a Sopron–Fertő nevesített turisztikai térség vagy az Alpokalja–Fertőtáj Leader helyi akciócsoport működési területe, míg utóbbira az önkormányzatok társulásai, a Sopron régió turisztikai desztináció menedzsmentszervezete vagy a legkülönbözőbb térségi civil együttműködések a jellemző példák.

Turisztikai szempontból lényeges, hogy Sopron megyei jogú városhoz tartoznak olyan, korábbi időszakokban részben vagy egészben önálló, területileg elkülönült települések, melyek jelenlegi státusa településrészi önkormányzat, de sem a Soproni járásra vonatkozó települések között, sem a desztináció rendeleti lehatárolásánál nincsenek nevesítve, és a KSH turisztikai statisztikáiban sem jelennek meg önálló adatokkal.

Ezek a következők:

- Balf településrészi önkormányzat (1985-ig önálló település),
- Brennbergbánya, Ó-Hermes, Új-Hermes, Görbehalom településrészi önkormányzat,
- Sopronkőhida–Tómalom–Jánostelep településrészi önkormányzat

A felsoroltak közül indokoltnak tartom az értekezésben Balf és Brennbergbánya turizmusának rövid megemlítését – annak ellenére, hogy a desztináció települései között nincsenek nevesítve – a következő indokok alapján: Balf gyógyhatású fürdővize révén jelentős fejlesztés előtt álló település, mely a Fertő körüli kerékpáros útvonalnak is szerves része. Brennbergbányán a

rendszerváltás előtt úttörő-/ ifjúsági tábor működött, mely több korszerűsítés nyomán 192 fő kapacitású (2020. évi adat), változatos kialakítású és komfortfokozatú szálláshellyel várja a turistákat.

A fejlesztési források vonatkozásában a térség települései – Simaság kivételével – az Alpokalja – Ikva mente Leader Egyesület illetékességi területéhez tartoznak, melynek települései: Ágfalva, Agyagosszergény, Csáfordjánosfa, Csapod, Csér, Ebergőc, Egyházasköves, **Fertőboz, Fertőd, Fertőendréd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszentmiklós, Fertőszéplak,** Gyalóka, Harka, **Hegykő, Hidegség,** Iván, Kópháza, Lövő, Nagycenk, Nagylózs, Nemeskér, Pereszteg, Petőháza, Pinnye, Pustacsalád, Répceszemere, Répcevis, **Röjtökmuzsaj, Sarród, Sopronhorpács,** Sopronkövesd, Szakony, Újkér, Und, Völcséj, Zsira. (A kiemelt települések a Sopron–Fertő turisztikai térséghez tartoznak.)

Összegezve megállapítható, hogy a desztináció településeinek statisztikai–tervezési, közigazgatási pozíciója – Simaság kivételével – elősegítheti a kistérségi homogén célok alapján történő, megyei önkormányzati hatáskörben, illetve uniós forrásokból megvalósítandó turisztikai célú fejlesztéseket, melyeket a hatályos fejlesztési időszakra vonatkozó fejlesztési dokumentumok tartalmaznak.

A magyar desztinációk területi lehatárolásánál fontos lépés volt a 429/2016. (XII. 15.) kormányrendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról, mely elsőként nevesítette a desztinációkhoz tartozó településeket. Ez a rendelet a kiemelt turisztikai térségek közé sorolta be a Sopron–Fertő-térséget 16 településsel és a Fertő–Hanság Nemzeti Parkhoz tartozó területekkel. Az egyes települések desztinációhoz sorolása a térségben már ekkor kérdéseket vetett fel. Bekerült például Fertőszentmiklós város, mely sem világörökség státussal, sem turisztikai nevezetességekkel nem rendelkezett, és Fertő-táji értékek vonatkozásában sem volt a tradicionális Fertő menti településekhez sorolható. Aktív térszerkezeti kapcsolódásai tekintetében is eltért ezektől. Nem került viszont be a Fertőszentmiklóssal gyakorlatilag napjainkra teljesen egybeépült, regionális hatókörű vendégkört vonzó, termálfürdővel rendelkező Petőháza. Sarród település a desztináció része, ám a közigazgatásilag Sarród részét képező, különleges nemzeti parki értékekkel rendelkező Fertőújlakot vagy a Fertőd–Pamhagen határátkelő közvetlen környezetében található, közigazgatásilag szintén Sarródhoz tartozó Nyárligetet nem nevesítették külön településként. 2016-ban szintén a Sopron–Fertő-desztinációhoz sorolt Bükfürdő vitathatatlanul turisztikai szempontból a régió egyik „zászlóshajója”, önmagában is vonzó desztináció, de más közigazgatási térségi státusa (Vas megye, Kőszegi járás) és térszerkezeti kapcsolódásai

elkülönülnek a Sopron–Fertő-térségtől. Zsira térségi besorolása szintén vitatható volt, tekintve Bükfürdőhöz és Közép-Burgenlandhoz való turisztikai kapcsolódásait.

Vélhetőleg ennek tudható be, hogy 2020-ban a 429/2020. (IX. 14.) kormányrendelet a turisztikai térségek meghatározásáról több település vonatkozásában változást hozott. Bükfürdőt Bük–Sárvár turisztikai térség néven önálló desztinációnak jelölte meg, és Zsira is ennek a desztinációnak lett a települése. Térségileg még Röjtökmuzsaj és Sopronhorpács különül el a klasszikusnak tekinthető Sopron–Fertő-térségtől. Röjtökmuzsajt kastélyszállója teszi turisztikai tényezővé, Sopronhorpács esetében a Széchenyi-kastély és parkja, a település neves szülőiteinek szellemi öröksége még csak potenciális turisztikai vonzerőnek tekinthető.

A Sopron–Fertő-desztináció jelenleg hatályos lehatárolása a már hivatkozott 429/2020. (IX. 14.) kormányrendelet alapján a következő településeket foglalja magában: Sopron, Fertőboz, Fertőd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszentmiklós, Fertőszéplak, Fertőújlak, Hegykő, Hidegség, Nagycenk, Röjtökmuzsaj, Sarród, Simaság, Sopronhorpács.

A desztináció megnevezése tükrözi fő turisztikai vonzerejének elemeit, mely Sopron városa történelmi, műemléki, kulturális és örökségturisztikai értékeiből, határ menti fekvéséből adódó tranzit-, bevásárlóturisztikai vonatkozásaiból, egészségturisztikai pozícióiból (a fogorvosok fővárosa, klimatikus gyógyhely), ismert rendezvényturisztikai eseményeiből, komoly- és könnyűzenei turizmusban elfoglalt helyéből, aktív- és kalandturisztikai kínálatából, természeti értékeiből, az Európai Örökség díjas (2015) Páneurópai Piknik Emlékhely fejlődő nemzetközi turisztikai potenciáljából adódik. A másik fő összetevő a Fertő-táj, a Fertő tó, mely az UNESCO Kultúrtáj Világörökség (2001) magyar településeinek falusi turizmusával, kerékpáros és ökoturizmusával, a Fertő–Hanság Nemzeti Park természeti értékeivel, a fertői Esterházy-kastély és a nagycenki Széchenyi-kastély épületegyüttesével, Hegykő termál- és egészségturisztikai kínálatával, Fertőrákos egyedülálló kőfejtőjének, barlangszínházának különleges élménykínálatával és az egyetlen Fertő tavi vízitelep fejlődő vízi turisztikai lehetőségeivel várja a turistákat. Ebben a lehatárolásban Simaság település az, mely mind közigazgatási vonatkozásban (Vas megye, Sárvári járás), mind földrajzi elhelyezkedését és térszerkezeti kapcsolatait tekintve kevésbé illeszkedik a turisztikai térségbe.

Az elvi lehatárolás kérdéskörénél megemlítendő, hogy a hazai desztinációk fejlesztéséhez pályázati támogatással létrejött turisztikai desztinációmenedzsment-szervezetek közül a Sopron–Fertő-térségben a Sopron Régió TDM alapvetően a desztináció körébe tartozó települések turisztikai fejlesztése érdekében tevékenykedik, de a hálózatosodás és a térségi fejlesztés dinamikáját figyelembe véve a többi település turisztikai mentorálását is végzi.

A TDM más szakmai és civil szervezetekkel (kamara, Leader szervezet, klaszterek, Világörökség Egyesület, stb.), szolgáltatókkal különböző szinteken formális és/ vagy informális keretekben együttműködve tudja a desztináció fejlődését elősegíteni.

A lehatárolás során figyelembe kell venni a Sopron–Fertő-térség esetében, hogy földrajzi fekvésénél fogva a desztináció határon átnyúló jellegű. A táji egységből, közös történelmi múltból, többnyelvű kultúrából eredő regionalitás a térség sajátossága volt a történelmi időszakok során, melyben csak a legújabb kori történések (Trianon, hidegháború) okozott törést. A rendszerváltás után, majd a schengeni folyamattal ismét lehetőség nyílt a korábban egységes táj térszerkezeti kapcsolatainak, gazdaságának, turizmusának összekapcsolódására. Sopron mint nyugati kapu turisztikai imázsához akkor is hozzátartozott Ausztria mint küldő- és fogadóterület, amikor a ki- és beutazást adminisztratív akadályok nehezítették. A térségbe érkező magyar turisták utazási döntését jelenleg is meghatározó mértékben befolyásolja az osztrák desztináció kínálata (BARCZA A. et al 2017). Az osztrák határtérség lakossága és turistái szintén nagy gyakorisággal keresik fel a magyar oldal desztinációs kínálatának vonzerőit.

A vendégforgalmi adatok és különféle felmérések egyaránt megerősítik, hogy a turisták mentális térképén a magyar–osztrák térség desztinációs kínálata egy térségként jelenik meg. Mindez egyrészt előny, hiszen több vendéget vonz a változatos kínálat, másrészt hátrány, mert az osztrák terület turizmusa mennyiségi és minőségi értelemben más kategóriát képvisel.

A desztináció elvi lehatárolású, jelenlegi települései – noha jobban igazodnak a térség valós turisztikai területeihez, de – a határon átnyúló jelleg miatt nem jelentik sem a desztináció hatóköri határait, sem a mentális határokat

#### **4.2.2. A Sopron–Fertő-desztináció természeti–táji lehatárolásának kérdésköre**

A turizmus térségi folyamatainak feltárásához a turizmus külső környezetét alkotó fizikai, gazdasági–társadalmi környezetből kell kiindulnunk (AUBERT A. 2011a), melynek része a turisztikai tér táji kereteinek lehatárolása.

A desztináció egyik fő jellemzője, hogy komplex, változatos turisztikai kínálattal rendelkezik, és a kínálat hangsúlyos elemei közé tartozik egyrészt a természeti környezet, másrészt a már említett kultúrtájjelleg. A viszonylag érintetlen természeti környezet mint turisztikai tér a Fertő–Hanság Nemzeti Park térségi területein érhető el az ökoturizmus, kerékpáros turizmus keretében. A természetföldrajzi alapon történő tájlehatárolást nehezíti, hogy éppen a változatos táji jellemzők révén a desztináció fizikai tere több nagytájhoz,

középtájhoz és kistájhoz tartozik, melyeken belül részesevése eltérő arányban fordul elő. A táji eltérések turisztikai szempontból az esztétikai vonzerő mellett változatos aktivitásokat tesznek lehetővé. A táji besorolásnál és a jellemzők feltárásánál DÖVÉNYI Z. (2010) Magyarország kistájainak katasztere, SOMOGYI S. (1987) Magyarország természeti adottságainak idegenforgalmi értékelése című munkáit tekintem alapirodalomnak AUBERT A. (2011a) megállapítását figyelembe véve, mely szerint a legújabb trendek alapján „a természettel való interakció központjába sokkal inkább maga a turisztikai tevékenység kerül, mintsem az egyedi tájképi elemek esztétikai élvezete”.

A Sopron–Fertő-desztináció természetföldrajzi szempontból a Kisalföld és a Nyugat-magyarországi Peremvidék nagytájhoz, az Alpokalja, Győri-medence, Sopron–Vasi-síkság középtájhoz, a Fertő-medence, Soproni-medence, Fertő-melléki-dombság, Ikva-sík, Soproni-hegység kistájhoz tartozik. A változatos természetföldrajzi adottságok és kistájhoz tartozások nehezítik a táji értékekkel és turisztikai hasznosításukkal kapcsolatos egyértelmű lehatárolást. A turisztikai térség további sajátossága és egyben a táji lehatárolás nehézsége, hogy az államhatárok több, természetföldrajzi szempontból szervesen egybetartozó tájegységet választanak szét, mely erősíti a desztináció határon átnyúló jellegét. Ebből következően viszont a táji értékek turisztikai hasznosítása jellegében nagy hasonlóság fedezhető fel a magyar és az osztrák oldalon. Történeti, politikai és gazdasági okokra visszavezethetően viszont a fejlődésbeli eltérések számottevőek, a hasznosítás intenzitása és eredményessége jelentős nagyságrendben eltér a két területen.

Ebből következően Sopront és a Fertő-tájat természeti adottságai alapján a marketingkommunikációban úgy is említik, mint ami több táj vonzásában található, melynek fő alkotóelemei a Soproni-medence és a Fertő-melléki-dombság lankái, a Fertő-medence síkvidéke és a tó vízfelülete, de a táj képéhez szervesen hozzátartozik az osztrák területen az Alpok vonulatainak látványa. Turisztikai szempontból a változatos táji, természeti értékek adják a desztináció egyik fő komponensét, melyet a turisták a Fertő–Hanság Nemzeti Park térségi területeinek felkeresésével, a Fertő-táj Világörökség területeire való ellátogatással, illetve a klimatikus gyógyhelyek felkeresésével ismerhetnek meg.

### **4.2.3. A Sopron–Fertő-térség mint határon átnyúló desztináció lehatárolási problémája**

A Sopron–Fertő-desztináció meghatározó tényezője határ menti elhelyezkedése és ebből következően határon átnyúló jellege, mely földrajzilag, történelmileg és turisztikai adottságai tekintetében is sajátos jellemzőkkel bír.

Lényeges tényező, hogy a desztináció északi és nyugati területe Ausztriával határos mintegy 80 kilométeres határszakaszon, melyen a rendszerváltást követően több határátkelőhely létesült. A Fertő tó táji egysége és a táji értékkel bíró természeti értékek szintén a határon átnyúló jellegét erősítik. Földrajzilag a Fertő-táj természeti, táji adottságait tekintve egységesnek tekinthető, és a trianoni döntésig a táj egysége fennállt, nem szakították meg határok. A Sopron–Eisenstadt-térség földrajzi, táji, történelmi adottságai tekintetében szintén több párhuzam vonható, melyek a kínálati elemek hasonlóságában is megjelennek.

A természeti adottságok és táji értékek mint vonzerők a magyar és osztrák térség esetében egységes kínálati elemként jelennek meg, de turisztikai és desztinációs kidolgozottságukban, hasznosításukban még igen jelentős nagyságrendi eltérések tapasztalhatók.

A magyar és osztrák térség közös történelmi múltja, adottságai, a településszerkezet, az épített örökség hasonló vonásai vagy éppen a gasztronómiában, a kulináris értékekben fellelhető hasonlóságok a határon túlra kiterjesztik a desztináció hatókörét. A közös Fertő/Neusiedler See Kultúrtáj Világörökséghez tartozás (2001), a Fertő–Hanság Nemzeti Park és a Neusiedler See – Seewinkel Nationalpark természetvédelmi területei által meghatározott természetvédelmi értékek, a határtérség nyelvi és kulturális sokszínűsége elősegíti a két terület vonzerőinek egy turisztikai terméként történő megjelenítését. A rendszerváltás óta fejlődő térszerkezeti összekapcsolódások, közlekedésföldrajzi változások, fejlesztések napi szintű kontaktusokat tesznek lehetővé a magyar és osztrák térség között.

A határátlépési korlátozások megszűnése a szomszédos ország szabadidős turisztikai kínálatát is nagyobb mértékben „beemelte” a vonzerők közé, mely egyszerre jelentkezik előnyként és a konkurencia, valamint az eltérő fejlettségű, mennyiségű és minőségű turisztikai infra- és szuprastruktúra, marketingkommunikáció miatt hátrányként.

Határ menti helyzetéből következően a desztináció turisztikai fejlődésére dinamikus hatással voltak és vannak jelenleg is a határ különböző funkcióiból és annak aktuális működéséből, a potenciális interakciók jellegéből (MARTINEZ 1994. idézi HARDI T. 2004) adódó lehetőségek. NEMES NAGY J. (1998) szerint a határ alapvető funkciói tekintetében lehet elválasztó térelem (államhatár), szűrőzóna (kapukkal), perem- és ütközőzóna,

kontaktzóna, melyek mindegyikének érvényesülésére a Sopron–Fertő-tájon az egyes történelmi időszakokban találhatunk példákat.

A desztináció határon átnyúló jellegének sajátosságai:

- a határátkelés az európai integráció és a schengeni folyamat következtében adminisztratív akadályok nélküli,
- a rendszeres, napi szintű átkelés lehetősége adott,
- több határátkelőhely áll rendelkezésre,
- mindkét ország turistái számára az utazási döntés tényezőjeként érvényesül a szomszédos ország turisztikai attrakcióinak felkeresése,
- mindkét ország turisztikai marketingjében (eltérő mértékben) megjelenik a konkurens kínálat is, mely egyszerre jelent előnyt és hátrányt,
- a turisztikai alap infra- és szuprastruktúra tekintetében a magyar oldalon jelentős előrelépés történt, de az eltérő fejlettség, lemaradás jelenleg is fennáll.

Az osztrák térség hasonló földrajzi, természeti, kulturális, történelmi adottságain és értékein alapuló kínálata Sopron és a magyar Fertő-táj turizmusának egyrészt kiegészítő kínálati elemeként, másrészt viszont lényegesen több fejlesztési forrással és bevezetett marketinggel rendelkező, eltérő turisztikai szervezeti rendszerrel működő, fejlett élményelemeket és minőségi szolgáltatásokat kínáló, hálózatosodó, változatos célszegmensekre irányuló konkurenseként is működik. Ezt erősítették meg az interjú során a megkérdezett szakemberek is, akik kiemelték, hogy az osztrák oldal jelentős minőségbeli előnyöket tudhat magáénak, amely éppen a fizetőképes kereslet számára vonzó. A határ túloldalán lévő fejlesztések ugyanakkor jelenős hatással vannak a hazai fejlesztésekre is, nemcsak a turisztikai termékek esetében, hanem a magyar kínálat egyéb elemeinek alakulására is, így például egyre jelentősebb a bio élelmiszerek, biokínálat iránti kereslet, amely a minőségi gasztronómia irányába mozdítja el a piacot, emelte ki Egresitsné Firtl Katalin.



#### **4.2.4. Települési lehatárolás a Fertő/ Neusiedler See Kultúrtáj Világörökség státusszal összefüggésben**

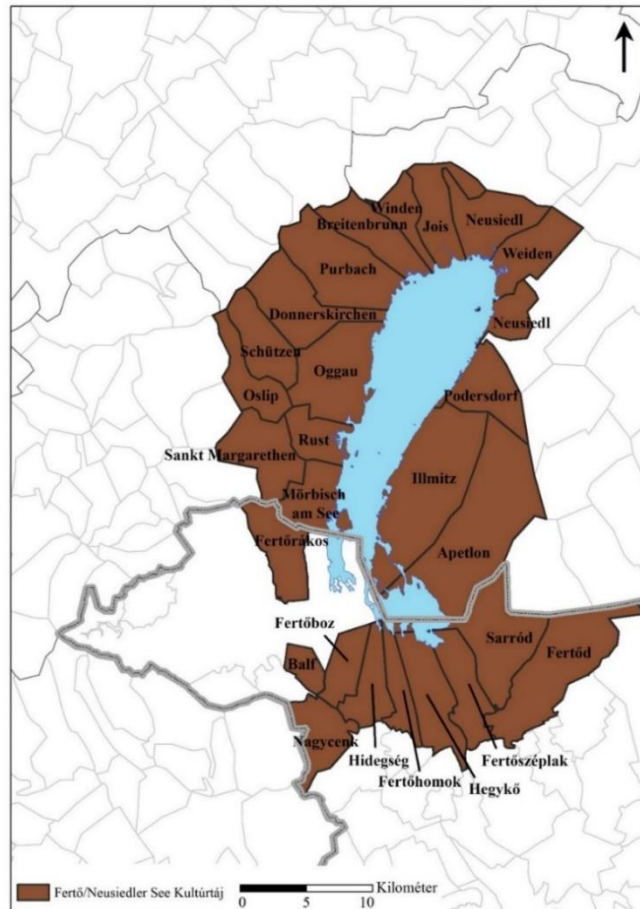
Az UNESCO Világörökség státusz elnyerése komoly jelentőséggel bírt a térségben, nemcsak a két ország közötti kapcsolat és a létező, valamint a potenciális együttműködések, hanem a turisztikai versenyképesség tekintetében is. BACSI ZS. – TÓTH É. (2020) tanulmányában arra világít rá, hogy a világörökségként jegyzett vonzerők és a turisztikai versenyképesség között összefüggés mutatható ki, mégpedig pozitív értelemben. Így komoly potenciál rejlik a cím elnyerésében. Magyar oldalon a kultúrtájhoz tartozik a Fertő–Hanság Nemzeti Park Fertő-táji területe, Fertőrákos település műemléki településmagja és többi területe a Páneurópai Piknik Emlékparkhoz vezető útig, a nagycenki volt Széchenyi-kastély védett műemléki környezete és a hársfasor, Fertőd belterülete a fertődi Esterházy-kastély védett műemléki környezetével együtt, Fertőd tó felé eső területe a Pamhagenbe vezető útig, Sarród (Fertőújlak településsel), Fertőboz, Fertőszéplak, Hegykő, Fertőhomok, Hidegség, Balf (Sopron) települések beépített és tó felé eső területei. Az ütközőzónához Nagycenk, Hidegség, Fertőhomok, Hegykő, Fertőszéplak külterületei tartoznak. Gyakorlatilag a kutatási területet a Fertő-táj települései alkotják (3. ábra).

A desztináció határon átnyúló jellege és a közös kultúrtájstátusz indokolja az osztrák területek és települések megemlítését a behatárolás során.

Az osztrák kultúrtáj része az UNESCO által bioszférarezervátumnak nyilvánított Neusiedlersee–Seewinkel (Fertő tó – Fertőzug) ramsari terület, a tó nyugati partján fekvő Rust szabad városa és műemlékvédelem alatt álló óvárosa, Mörbisch, Oggau, Donnerskirchen, Purbach, Breitenbrunn és Winden tóparti települések földjeikkel és földhasználati rendszerükkel együtt, St. Margarethen területének egyes részei (római kőfejtő), Oslip, Schützen, Jois Neusiedl és Weiden egyes területei – továbbá a tótól keletre eső Neusiedlersee – Seewinkel Nemzeti Park (STADTLAND AVL – VÁTI KHT (2003): Kezelési terv) (3. ábra).

### 3. ábra

*Fertő/ Neusiedler See Kultúrtáj települési területei a világörökség státusszal összefüggésben*



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

*Forrás: saját felmérés*

A világörökség településeit a kutatás időpontjában már fejlett közút- és kerékpárút-hálózat köti össze. A kapcsolatok fejlődését erősíti a magyar és osztrák Világörökség Egyesület (Verein Welterbe Neusiedler See, Eisenstadt, Fertő-táj Világörökség Magyar Tanácsa Egyesület, Fertőszéplak), a Fertő–Hanság Nemzeti Park és a Neusiedler See – Seewinkel Nationalpark együttműködése.

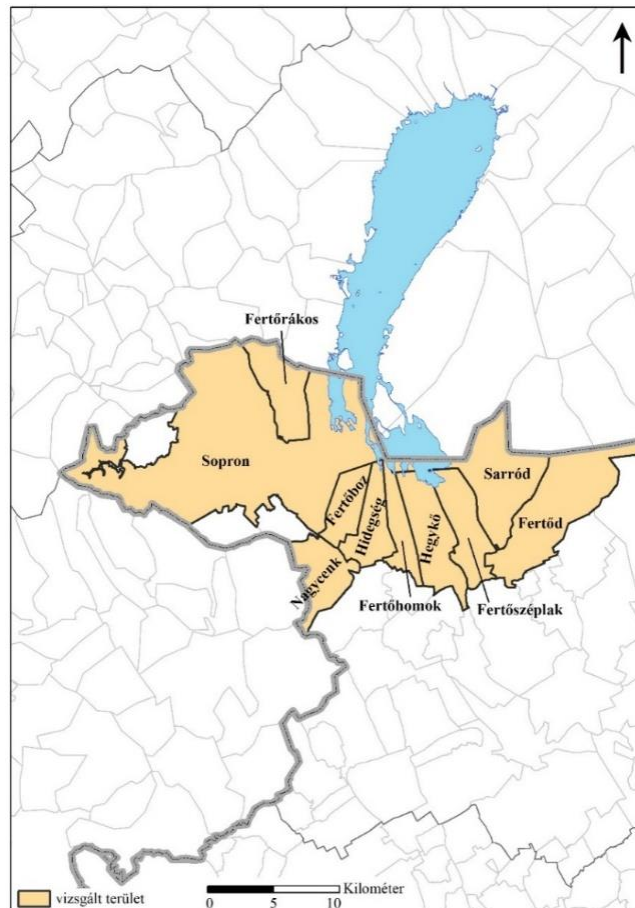
#### 4.2.5. A vizsgált mintatérség kijelölése

A térség alapadottságait, valamint a formális és informális területi együttműködések megvizsgálva PhD-kutatásom szakmai–tudományos tartalmához igazodóan egy, a turizmus szempontjából többé-kevésbé homogénnek tekinthető területi lehatárolást alkalmazok, amely

magában foglalja Sopront és a Fertő-kultúrtáj UNESCO Világörökség-térség érintett magyarországi településeit (Sopron és Sopron–Balf, Fertőrákos, Fertőboz, Hidegség, Fertőhomok, Hegykő, Nagycenk, Fertőszéplak, Fertőd, Sarród, Sarród–Fertőújlak) (4. ábra).

#### 4. ábra

##### *A vizsgált mintatérség települései*



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

*Forrás: saját felmérés*

A lehatárolás alapjai a hasonló/ közel azonos természetföldrajzi adottságok, a közös tájtörténet, a népi és főúri vonatkozások, a hagyományos életmód és kultúrtáj elemei, amelyek a turizmusban egységes termék(ek), és közel homogén élményígéret(ek) kialakítását teszi(k) lehetővé. Ugyanakkor szükséges megjegyezni, hogy az említett homogenitásban mesterséges választóvonalat jelent az országhatár. A desztináció turisztikai szempontú piaci bevezetése részben megtörtént az UNESCO Világörökség-térség kapcsán, ebben azonban további kiaknázatlan lehetőségek rejlenek.

## 5. A Sopron–Fertő-térség komplex turizmusföldrajzi elemzése

### 5.1. A desztináció általános jellemzői és a turizmus rendszerének kapcsolata

Az alábbiakban néhány, a turizmus rendszerét meghatározó tényezőt mutatok be Sopron vonatkozásában, amelyek jelentősen meghatározzák a turizmus jelenlegi jellemzőit, a kialakult turisztikai kínálatot. A turizmus rendszerszemlélete (LENGYEL M. 1994a) alapján a természeti, a gazdasági, a társadalmi, valamint a politikai, a technológiai és a kulturális környezet mint makrokörnyezeti tényező befolyásolja a turizmus működésének meghatározó tényezőit és kereteit. Sopron és a Fertő-táj történetében ezeknek a tényezőknek a sajátos hatásrendszere markánsan érvényesült/ érvényesül.

*A természetföldrajzi helyzet és adottságok képezik a desztináció természeti környezetét, amelyben annak természeti vonzerői kialakultak, formálódtak. Magában foglalja a domborzat, a vízrajz, az éghajlat, a térségre jellemző növény- és állatvilág kialakulását, aktuális jellemzőit. Az egyes települések és környezetük mint az ember természeti környezete által meghatározott élőhely az életmód és a kultúrtáj formálói. A természetföldrajzi feltételek önmagukban is jelenthetnek turisztikai vonzerőt és élményt, de adottságokat jelenthetnek egyedülálló, USP élménykínálat kialakításához. A Sopron–Fertő-desztináció természeti környezetének két meghatározó eleme a Kisalföld és a Nyugat-magyarországi Peremvidék nagytájunk. Középtáji szinten az Alpokalja, a Győri-medence és a Soproni–Vasi-síkság része. Kistájként a Fertő-medence, a Soproni-medence, az Ikva-sík, a Fertő-melléki-dombság és Soproni-hegység alkotja (DÖVÉNYI Z. 2010).*

A megye és a térség egyik legjelentősebb állóvíze a 20.000 éves Fertő tó, mely Európa ötödik legnagyobb, Közép-Európa harmadik legnagyobb, sziki sóstó jellegű (sztyepp-) tava. A tó Magyarország és Ausztria területén helyezkedik el, melyet nyílt vízfelületen vízi határ jelöl. Átlagos területe 309 km<sup>2</sup>. Nagyobb része Ausztriához, kisebb része Magyarországhoz tartozik ([www.vizugy.hu](http://www.vizugy.hu)). Magyar partvidéke a Fertő–Hanság Nemzeti Parkhoz, az osztrák terület egy része a Neusiedler See/ Seewinkel Nemzeti Parkhoz tartozik. Az alacsony vízmélység miatt vize nyaranta gyorsan felmelegszik, ami kedvező a turizmus számára.

A tó és környezete része a magyar és osztrák oldalon védettséget élvező, 2001 óta UNESCO Világörökség Kultúrtájnak kedvező mezőgazdasági (szőlő- és borkultúra) és turisztikai adottságokkal. Mind vízrajzi, mind turisztikai szempontból lényeges a tó megfelelő vízellátása. Megoldandó problémaként jelentkezik a megfelelő vízutánpótlás biztosítása, mivel a forróbb nyarakkal összefüggésben a tó párolgási vízmennyisége gyakran meghaladja a

vízutánpótlás mennyiségét, ami a vízszint és vízfelület csökkenésével, valamint a nádasodás fokozódásával jár, sőt a szakemberek szerint hosszabb távon a tó kiszáradásának veszélyével is számolni kell. 2020 nyarán rekordalacsony volt a tó vízállása. Nagyobb csapadékmennyiség esetén a Hanság-főcsatorna fertőújlaki zsilipjével, osztrák oldalon Seewinkelnél csökkenthető a tó vízmennyisége, mellyel megóvhatók pl. az osztrák oldal kiépített strandjai, parti létesítményei. A tó aktuális állapotát többek közt az Interreg III. támogatással megvalósult a Fertő tavi hidro-ökológiai tájékoztató rendszerrel kontrollálják (<https://www.vizugy.hu/index.php?module=content&programelemid=43>).

A *desztináció történelmi múltja* megvilágítja azt a folyamatot, mely a települési lét jelenlegi állapotához, formálódásához vezetett. A természeti adottságok talaján kialakuló közösségi (urbánus vagy rurális) életmód, annak környezeti leképeződése a térszerkezetben és településképben, a térségben zajló történelmi eseményekben figyelhető meg, míg az itt élő történelmi személyiségek a kulturális és gazdasági örökség fő tényezői. Imázsteremtő hatásuk (pl. Sopron, a hűség városa) a turizmusban a brandépítésben hasznosulhat, az épített és kulturális örökségre épülő tematikus kínálat alapja lehet (PÁLFI A. et al. 2017).

A török kiűzése után a térséget is érintették a betelepülések. A Délvidékről érkező magyarok, a betelepülő svábok és horvátok révén ettől az időszaktól a térség jellemzőjének számít a többnyelvűség, amelynek köszönhetően a sokszínű kultúra tovább gazdagodott (TÓTH J. 2001). Sopron térségi szerepét jelzi az 1681-es ödenburgi (Sopron) országgyűlés, melyen Ruszt szabad királyi város rangot kapott. A mezőgazdaság és a kereskedelem fejlődését a XVI. századtól a birtokkoncentráció is segítette, mely a Széchenyi-, Viczay-, Cziráki-, Festetics-, Esterházy-család vagyongyarapodásának alapja volt (CSATKAI E. 1960). Erre az időszakra tehető napjaink turizmusának alapját képező több építészeti és kulturális örökség létrejötte (Esterházy-kastély, Fertő, Eisenstadt, Széchenyi-kastély, Nagycenk, Fertő menti falvak parasztkastély építésze).

A XIX. század második fele a térség számára erőteljesebb gazdasági fejlődést, Sopron város számára pedig intenzívebb urbanizációs folyamatokat eredményezett. A polgárosodási folyamatokkal párhuzamosan a város közigazgatási szerepköre kibővült, melyet az 1871-es közigazgatási átszervezés is elősegített. Sopron és Győr szabad királyi városként, Szombathely pedig kivételes mezővárosként kapott törvényhatósági városi rangot. Ruszt és Kismarton rendezett tanácsú város státuszt kapott (SOMFAI A. 2002). Noha a századfordulóra a Kisalföld könnyű- és élelmiszeripara országos szinten vezető szerepet ért el, Budapest kiépülő gazdasági és közigazgatási dominanciájával járó folyamatok gátolták a térségi városok regionálisközpont-jellegű fejlődését. A XIX. század végére, a XX. század elejére tehető Magyarország természetes

régiókezdeményeinek, „előregióinak” kialakulása, melyet a térség vonatkozásában elősegített, hogy az egységes tájat nem szakították meg markáns elkülönülést jelentő politikai határok (TÓTH J. 2002). Az I. világháborút lezáró Saint-Germain-i (1919. szept. 10.) és a trianoni (1920. jún. 4.) békekötés a térség történelmi megosztását hozta. Az új határokat a győztes hatalmak és részben az osztrák igények (1918. jún.) alapján határozták meg (ORMOS M. 1990). 1921 októberében a velencei jegyzőkönyvben megadták a népszavazás lehetőségét Sopron és a környező 8 falu számára. Sopronban a szavazati joggal rendelkezők 72%-a döntött a Magyarországhoz tartozás mellett a németajkú lakosság támogatásával. Érdekesség, hogy Fertőboz, Fertőrákos, Balf, Sopronbánfalva, Harka, Sopron–Brennbergbánya községekben az Ausztria mellett voksolók voltak többségben. Területi szinten 15.338 fő támogatta 8.223 fő ellenében a térség magyar státusát (FOGARASSY L. 1991). A népszavazás eredménye nyomán kapta Sopron 1922-ben a leghűségesebb város (Civitas Fidelissima) címet (TARJÁN M. T. 2013). Ez a politikai esemény határozta meg éveken keresztül Sopron marketingkommunikációs tevékenységét és ezzel együtt imázsát (PÁLFI A. et al 2017).

A II. világháború után, a kétpólusú világrend létrejöttével a nyugati határ nemcsak Ausztriát és Magyarországot, hanem két szembenálló, eltérő politikai, gazdasági, ideológiai rendszert választott el egymástól (NÉMETH I. 1997). Kiépült a nyugati határszakaszon a műszaki zár (kettős drótkerítés, műszaki jelzőrendszer, elaknásított területek, megfigyelőtornyok, úttorlaszok). 1952-től engedélyhez kötötték a 20 kilométeres határövezetbe való belépést azok számára, akik nem a térségben laktak, az engedélykötelezettség Sopront is érintette. A Fertő tó és a vízfelülethez közeli partszakasza (Fertőrákos, Fertőújlak térsége) teljes egészében a határsávba tartozott. A térség „holt határrá” vált. Az egyetlen napi rendszerességű kapcsolatot Ausztriába a magyar–osztrák tulajdonban lévő GYSEV (Győr–Sopron–Ebenfurti Vasút) vonatjáratok jelentették. A határforgalom drasztikus lecsökkenését érzékelteti, hogy 1955-ig az éves kiutazó forgalom átlagosan 25 ezer fő volt, a beutazó pedig 400 ezer fő körül alakult (BENCSEK P. 2003). Sztálin halála (1953) és az osztrák semlegességről szóló államszerződés aláírása (1955) enyhüléssel járt a világrendszerek kapcsolatában, melynek hatására 1955 októberétől megkezdték az aknazár felszedését a nyugati határszakaszon. Az 1956-os forradalmat követően a határszakasz a nyugatra menekülő magyarok migrációs útvonala volt. 1957. március 2-től ismét lezárták a határszakaszt, ismét műszaki zárat létesítettek, és aknásítottak is. Az aknazár 1971-ig, a műszaki zár változó technikai kiépítettséggel 1989-ig fennállt. Az 1965–1989 közti időszakot enyhülés és békés egymás mellett élés kifejezéssel szokták jellemezni. A határforgalom élénkítése, enyhülő be- és

kiutazási szabályok, növekvő turistaforgalom, élénkülő gazdasági, kulturális kapcsolatok jellemezték az időszakot (LOCSMÁNDI SZ. 2004).

A rendszerváltást követően három döntés eredményezte a határforgalom és a magyar – nyugat-európai kapcsolatok dinamikus növekedését, így az Európai Unióhoz való csatlakozás (2004. május 1.), a schengeni övezetbe tartozás (2007. december 21.), illetve a munkaerő szabad áramlásának EU-s elvével összefüggő intézkedések hatályba lépése (munkaerőpiaci nyitás, könnyített munkaerőpiaci hozzáférés, illetve korábbi engedélyezési rendszer fenntartása, 2004–2011 közti időszak). Az európai integrációs folyamattal összefüggésben napjainkban a határ – a Covid-járvány korlátozó időszakainak kivételével – korlátozás nélküli kapcsolatot biztosít az országhatár gazdasági, turisztikai, kulturális célú átlépéséhez (KORMÁNY 2007).

A turizmusban az utazási döntési folyamat lényeges szempontja *a megközelíthetőség és a térségen belüli közlekedési lehetőségek* minél magasabb színvonalú, gyorsaságot, átjárhatóságot biztosító állapota. A tömegközlekedésen belül pedig fontos szempont az intermodalitás és a modalitás, hogy az egyes közlekedési módok (közúti, vasúti, vízi, légi) fizikai és menetrendi összekapcsolódása lehetséges legyen. Az egyes közlekedési lehetőségek turisztikai vonzerőként, élményelemként is megjelenhetnek (CSAPÓ J. – HUSZTI ZS. 2012). Így például a térségben a nagycenki múzeumvasút vagy Oberpullendorfban a kézihajtány-túra (Draisinentour).

A közlekedésföldrajzi helyzet három fő meghatározó tényezőjeként értelmezhetők a természetföldrajzi adottságok, a történelmi múlt által meghatározott térszerkezeti pozíciók, kapcsolatok és az adott időszak közlekedésföldrajzi feltételei.

A megye és ezen belül Sopron fontos szerepet tölt be közlekedésföldrajzi szempontból a hazai és a nemzetközi közlekedési folyosókhoz való kapcsolódásban. A személy- és teherforgalmat egyaránt lebonyolító Sopron–Klingenbach és Kópháza–Deutschkreutz (súlykorlátozással) nemzetközi határátkelőhely egyrészt a kelet–nyugati irányú európai közlekedési korridorok útvonala, másrészt az észak–déli irányú (Baltikum–Adria-összeköttetés) kapcsolódást is biztosítja a 85. számú, Győrt Sopronnal összekötő főút révén. Évtizedek óta várt fejlesztés valósult meg 2020 decemberében az M85-ös gyorsforgalmi út Győr–Sopron szakaszának átadásával, mely jelentősen megnövelte az útvonal áteresztőképességét, biztonságát, és lerövidítette a menetidőt Győr–Sopron között 60 percre, egyben felgyorsította Budapest elérhetőségét is az M1-re való rácsatlakozással 2 óra 14 percre, amely mind gazdasági, mind turisztikai szempontból fontos tényező. Ezzel egyöntetűen egyetértettek a mélyinterjú során megkérdezettek is (28. számú melléklet). Az építkezés

jelenleg is zajló szakasza a Sopront elkerülő útvonallal pedig biztosítja majd Fertőrákos csomóponttal az államhatárig a gyors közlekedést. A fejlesztés megvalósulásával autópálya-minőségű összeköttetés létesülhet Sopron–Klingenbach-határátkelőnél az osztrák úthálózattal. Sopron–Bécs között az A3/ A2 autópálya igénybevételével mindössze 54 perc a menetidő. Sajnos, osztrák oldalon nem tervezik az A3-as autópálya Klingenbach–Sopron-határátkelőhelyig tartó meghosszabbítását. A Fertőd–Pamhagen-határátkelőhely forgalma lényegesen kisebb, de több rácsatlakozási lehetőség biztosított a Bécs–Budapest (A4) autópályára Fertőd–Bécs útvonalon 1 óra 20 perces menetidővel. A szlovák fővárosból, Pozsonyból Sopron az osztrák úthálózat igénybe vételével 1 és negyed óra alatt, részben a magyar M1-esen (E60/ E75) haladva másfél óra alatt érhető el. Ezen kívül a térségben még 5 személygépkocsival és 5 kerékpáros, gyalogos, lovas közlekedéssel igénybe vehető határátkelőhely működik.

Fertő-táj vonatkozásában a turisztikailag érintett útvonalak közül jelentős a magyar világörökségi státuszú települések zömét és a térségi nemzeti parki területeket összekötő ún. Fertő-parti út (8518. sz.) és a Fertőd–Pamhagen-határátkelőhely felé vezető út (8531. sz.). Ezeknek minősége fejlesztésre szorul. A Fertőrákos – Fertő tó útvonalon 2019-től a vízitelep fejlesztéséhez kapcsolódóan történik az úthálózat fejlesztése.

A vasúthálózat fejlődése során a Sopron – Wiener Neustadt-vonal (1847) megteremtette a Béccsel való összeköttetést, a Győr–Sopron-vasútvonal megépítése (1873–1876), a Győr–Sopron–Ebenfurti Vasúttársaság megalakulása (1875), a Fertőszentmiklós – Neusiedl am See vonal (1879) a közlekedés, a kereskedelem és a térszerkezeti kapcsolatok terén jelentett előrelépést. (LOVAS GY. 2001) A Sopron–Fertő-térség vasúthálózata a GYSEV (Győr–Sopron–Ebenfurti Vasút, német elnevezése Raab–Oedenburg–Ebenfurter Eisenbahn AG, rövidítve Raaberbahn AG) vonalai révén kapcsolódik a belföldi MÁV által üzemeltetett szakaszokhoz. Nemzetközi összeköttetését az ausztriai vasúthálózattal Neusiedl am See és Ebenfurt végpontig a GYSEV, a további szakaszokat az ÖBB (Osztrák Szövetségi Vasutak – Österreichische Bundesbahnen) biztosítja. Napi szinten több európai nagyváros érhető el közvetlen járatokkal. A térségi vasútvonal sajátosságai közé tartoznak az ún. eurégiós (Euroregio – ER) vonatok, melyek a szomszédos országok nagyvárosai között biztosítanak kedvező díjszabással összeköttetést. Sopronból közvetlen járatokkal közelíthető meg Bécs (Wien), Bécsújhely (Wiener Neustadt) és Sopronkeresztúr (Deutschkreutz). A burgenlandi tartományi székhely, Eisenstadt (Kismarton) Wulkaprodersdorf (Vulkanpordány) állomáson történő átszállással érhető el. A Fertővidéki Helyiérdekű Vasút Fertőszentmiklóst köti össze (pamhageni átszállással) Neusiedl am See és Bécs–Südbahnhof állomással. A menetidő Sopron



és Bécs, illetve Fertőszentmiklós–Bécs között mintegy 1 óra. Több vonaton igénybe vehető speciálisan kerékpárok szállítására alkalmas vagon. A vonalhálózat teljes mértékben villamosított. A Sopron–Győr-relációban önálló vasútállomása van Fertőszentmiklós, Pinnye, Fertőboz településeknek, a Fertővidéki HÉV vonalán Fertőd–Fertőszéplaknak (közös) (GYMSM 2021).

A vízi közlekedési lehetőségek kihasználtsága alapvetően turisztikai célú, és nagy mértékben szezonális. A Fertő tó magyar oldalán csak Fertőrákoson működik hajóállomás, kikötő, mely szezonálisan van nyitva, általában április 1-től október 31-ig. A sétahajó- és kompjáratokon kívül egyedi útvonallal és időkerettel, programokkal különjáratok is igényelhetők az itt működő két hajózási társaság szervezésében. Menetrend szerint Mörbischbe indulnak hajójáratok. Az osztrák oldalon Mörbisch–Illmitz, Rust–Podersdorf, Podersdorf–Breiterbrunn, Neusiedl am See – Podersdorf között működnek komp- és hajójáratok. A magyar kerékpáros turisták körében a főszezonban óránként közlekedő Illmitz–Rust kompjáratok kiemelkedően népszerűek (<http://fertotavihajoutak.hu/>).

A Fertő Tavi Vitorlás Szövetség kezelésébe, melyhez öt tagegyesület tartozik, 31 férőhelyes kikötőmóló és egy szövetségi ház tartozik (<https://fvsz.eu/>).

A térség nemzetközi légi megközelíthetőségét Bécs–Schwechat, valamint Pozsony nemzetközi repülőtere biztosítja. Kisebb, sportgépek fogadására alkalmas Fertőszentmiklóson a Meidl-repülőtér, valamint a pusztacsaládi és a Fertőrákos–Piuspuszta repülőtér.

A kerékpárhálózat mindkét oldal vonatkozásában kiépült, de a magyar oldal kiegészítő infrastruktúrája még fejlesztendő. A térség meghatározó kínalmi elemét képezik a kerékpárutak, amellyel az aktív és ökoturizmus kínálata színesíthető. A térségben találunk a jelentősebb magyar és nemzetközi (Eurovelo) hálózathoz tartozó kerékpárutakat, így a Fertő tavat megkerülő szakaszt (magyar és osztrák terület 135 km), valamint az EuroVelo 13 „Vasfüggöny (Iron Curtain Trail) kerékpárutat” (290 km).

*A térszerkezeti kapcsolatokból* a településhálózatot, a települési státuszokat, helyzetüket és kapcsolódásukat is megismerhetjük, mely a történelmi változások és események hatására formálódik. Sopron és a Fertő-táj esetében ez azért is érdekes, mert a trianoni döntés, majd a II. világháborút követően a két világrendszer elkülönülése a tradicionálisan kialakult, az egységes táj keretein belül formálódó térszerkezeti kapcsolatokat rombolt szét, melyek újraépítésére, természetesen más keretek között, a rendszerváltás és az európai integráció, az EU-csatlakozás keretein belül nyílt mód. Sajátos vonás, hogy a turizmus szempontjából az elkülönülés, szétszakítottság (nyugati kapu), majd az enyhülés időszakában a kapcsolatok bővülése turisztikai vonzerőként érvényesült Sopron esetében. Napjainkban pedig a desztináció már a

kultúrtáji értékek révén más értelmezésben ugyan, de szintén határon átnyúló vonzerővel bír. A Fertő tó és környezete magyar és osztrák oldalon védettséget élvező, 2001 óta UNESCO Világörökség Kultúrtáj, kedvező mezőgazdasági (szőlő- és borkultúra) és turisztikai adottságokkal.

A *demográfiai jellemzők* feltárják a térségben élő népesség különböző szempontú (életkori megoszlás, korfa, stb.) összetevőit, ami a gazdasági fejlődés fontos tényezője. Az etnikai (német, horvát) és vallási (katolikus, evangélikus, zsidó) népcsoportok jelenléte – Sopron és a Fertő-táj esetében is – nyelvi és kulturális sokszínűségként érvényesült, de egyes esetekben tragikus történelmi eseményekhez (holokauszt, kitelepítések) kapcsolódott.

Győr–Moson–Sopron megye lakónépessége 2020. január 1-re vonatkozólag 473.141 fő volt (KSH 2021), mely tendenciáját tekintve növekvő, mivel 10 év alatt 24.706 fővel gyarapodott (5,5% növekedés). Pozitív értékeit tekintve eltér a szomszédos megyék és az országos adatok tendenciáitól. A járások adatai alapján az állandó népesség tekintetében növekedés tapasztalható a Mosonmagyaróvári (+4,4%), a Győri (+3,2%), a Soproni (+2,7%), a Téti (+2,2%) és a Pannonhalmi (+0,2%) járásban, ezzel szemben csökkenés a Kapuvári (-3,4%) és a Csornai (-2,5%) járásban. A lakónépesség a Csornai járás csökkenő és a Kapuvári járás gyengén emelkedő értékeit kivéve a Soproni járásban kiemelkedően magas. A lakónépesség pozitív változásának egy része belföldi migrációs eredetű, mely zömmel egyrészt az Ausztriába ingázókból, másrészt az ország hátrányos helyzetű térségeiből érkező munkavállalókból tevődik össze. Sopron esetében turisztikai vonatkozásban is gondot jelent az osztrák ingázó munkaerőből adódó megnövekedett lakónépesség, melynek nagyságrendje csak becsülhető. Problémát jelent, hogy egy részük hivatalos bejelentés nélkül bérel szállást, ingatlanokat, ez a jelenség tükröződik a magán- és kereskedelmi szálláshelyek csökkenő létszámában, melyek számára jobban megéri a hosszú távú bérbeadás. Az eltérő életvitel, munka- és életmódkultúra napi szinten konfliktusok forrása a „tősgyökeres” soproniak és a betelepülők között, melyet tovább súlyosbít a megnövekedett forgalom, a parkolóhelyek leterheltsége és hiánya.

A *gazdasági és társadalmi környezet* mutatói a térség általános fejlettségét, az ország gazdasági helyzetében elfoglalt helyét mutatják, továbbá hogy ezek az erőforrások, gazdasági értékek a turizmus számára miként hasznosíthatók. A kedvező statisztikai mutatók alapján Győr–Moson–Sopron megye kiemelkedő helyet foglal el a hazai gazdaságban. A Soproni járás ennek ellenére csak kisebb gazdasági potenciállal rendelkezik, melyet az is jelez, hogy pl. Győrrel összevetésben az egy főre jutó iparüzési adóbevétel mértéke lényegesen kisebb. A rendszerváltás után Sopron és környéke gazdaságában teljes átrendeződés következett be. A

tradicionális vállalatok közül többet bezártak (Sopron: vasöntöde, szőnyeggyár, fésűsfonó, húsgyár, Fertőszentmiklós: Graboplast, nádüzem, Petőháza: cukorgyár), vagy a privatizálást követően új tulajdonosi szerkezetben működik tovább (Heineken Sörgyár) (KISALFÖLD KIADÓ 2019). A város jelenlegi gazdaságát sebezhetővé teszi a fejlett, ipari nagyvállalatok hiánya, a feldolgozóipar nagyobb volumene. A város és térsége gazdaságában a foglalkoztatottak kétharmadát a szolgáltatószektor adja, melyen belül a vendéglátás, szálláshely-szolgáltatás, kereskedelem, logisztika, szépségipari és egészségügyi szolgáltatások, ingatlanközvetítói tevékenység magasabb arányú (PAKTUM 2019). Ez a szolgáltatói kör a pandémia következtében, a turizmus leállása miatt kiemelkedően magas veszteséget szenvedett el. A nyitást követően derül ki, hogy mennyien tudnak újramelegedni. Az Ausztriában foglalkoztatottak magas aránya szintén kedvezőtlen hatású. A kinti munkával elért magasabb jövedelem nem jelent adóbevételt a város számára, és vásárlóerő egy része is Ausztriában hasznosul.

A turizmus *humán tényezői szempontjából* fontos tényezők a desztináció aktív népességi, képzettségi, gazdasági aktivitási adatai, melyek egyrészt a gazdasági környezet fejlettségéről, másrészt a turizmus humán erőforrásának színvonaláról (képzettség, nyelvtudás, elkötelezettség, viszonyulás, stb.) szolgáltatnak információkat. Lényegesek azok a demográfiai folyamatok, Sopron és térsége esetében az EU-s munkaerőpiaci nyitás óta jelentős belső migráció, melyek a térségben zajlanak. A 2010–2020 közötti időszakban a magyar munkaerő külföldi foglalkoztatása már a gazdaság több területén is tömegessé vált, ami munkaerő-felszívó hatást váltott ki megyei és Soproni járási szinten egyaránt. Különösen a kereskedelemben, a vendéglátásban, a turizmusban és az építőiparban növekedett meg az ausztriai foglalkoztatottak száma, mely a térségben a jól képzett munkaerő eseti és tartós hiányát egyaránt eredményezte. A megfelelő munkaerő megszerzésére például az osztrák vendéglátósok gyakran sajátos módszereket alkalmaztak/ alkalmaznak. Több éttermet meglátogatva fogyasztással „tesztelik” a szakács–pincér munkaerőt, akiknek névjegy beküldésével vagy a műszak utáni munkatárgyalás során ajánlanak kedvező bért és munkakörülményeket, esetenként azonnali kezdéssel történő foglalkoztatást. Ezek a tényezők is hozzájárultak ahhoz, hogy a megye és ezen belül hangsúlyosan Sopron a belső, munkavállalási célú migráció meghatározó tényezőjévé és egyben az osztrák munkaerőpiac elszívó hatásának elszívójává vált. A Covid-járvány újabb munkaerőpiaci kihívások elé állítja a térség turisztikai szereplőit, amelynek hatásai napi szinten érezhetők. A nyugat (a térségben különösen Ausztria) és más szakmák elszívó hatása minden eddiginél nagyobb kihívást jelent. Ezt kiküszöbölendő

különleges potenciált sejtet Sopronban az egyetem jelenléte, amely a kreatív és kulturális iparral együtt fellendülést hozhatna az ágazatnak – hívta fel a figyelmet erre Taschner Tamás.

2018–2019-ben jellemző volt az aktív munkaerő ki- és beáramlása a határtérségekben (KSH 2020a, b). A munkaerő-kiáramlás elsősorban Ausztria és Nyugat-Európa irányultságú. Munkaerő-beáramlás egyrészt belső migráció formájában Észak- és Kelet-Magyarországról, valamint határon túli területekről, a Felvidékről, Ukrajnából és Erdélyből figyelhető meg. A pandémia a határok lezárásával, illetve a határátkelést korlátozó intézkedésekkel, a gazdaságban pedig egyes szektorok működésének leállásával, korlátozásával (turizmus–vendéglátás, kereskedelem) a foglalkoztatásban is jelentős változásokat eredményez, amelyeknek hosszú távú hatásai még nem ismertek. A térség gazdag természeti értékei nem teszik lehetővé komoly ipar beáramlását és működését Sopron és a Fertő-táj térsége viszonylatában. A gazdaságban viszont a szolgáltatások magas aránya, az ipar relatíve kis részesedése, ahogy a járvány időszakában is bebizonyosodott, érzékennyé teszi a gazdaságot, és az adóbevételek tekintetében is kedvezőtlen.

A munkaerő ausztriai kiáramlásának további következménye, hogy a lakhatási költségek drasztikusan megemelkedtek a térségben, mivel a nagy számban érkező napi ingázó munkaerő nagy mennyiségű keresletet generált az albérletek, bérelhető, vásárolható lakások piacán. Sok szállásadó, panziós is „átállt” munkások elszállásolására, hiszen ezzel teljes évi bevételhez juthat kisebb ráfordítással. Megnövekedett a „feketén” kiadott, rosszabb minőségű szálláshelyek piaca is. A soproni „öslakosok” számára komoly konfliktust, esetenként életmód-, életkörülmény-romlást jelent a térségbe tömegesen érkező munkavállalók eltérő életvitele, kulturális szintje, környezetükkel, lakóterükkel kapcsolatos kevésbé igényes és odafigyelő életmódja, a megnövekedett bűnözés. Az életminőség romlását eredményezi a város közlekedésének napi rendszerű „bedugulása”, lelassulása, a parkolóhelyek hiánya, a betelepültek közterületeken zajló „szabadidős” tevékenysége. Az a polgári miliő, amire Sopron mindig büszke volt, jelenleg visszaszorult, ami a turizmust is kedvezőtlenül befolyásolhatja.

## **5.2. A vizsgált térség turizmustörténete**

A jelenlegi desztináció súlyponti területének tekinthető Sopron és kisebb mértékben a Fertő-táj térsége már a II. világháború előtt rendelkezett turisztikai vonzeróval és Sopron esetében turisztikai infrastruktúrával. Sopron turisztikai értékeit a trianoni szerződés „értékelte fel” azzal, hogy az addig hagyományos üdülőhelyek jelentős része határon kívülre került. Az 1921-es népszavazás, melynek során Sopron és környéke a Magyarországhoz tartozás mellett döntött,

történelmileg és egyben turisztikailag is megteremtette „a hűség városa” imázst, mely napjainkig a marketing fontos, állandó eleme. A város elért turisztikai pozíciója a II. világháború utáni hidegháborús időszakban szinte semmivé lett.

A hetvenes évekig Sopron zárt városként a térségen kívüli belföldi lakosok számára előzetesen igényelt rendőrségi engedély birtokában volt felkereshető, ami turisztikai lehetőségeit nagymértékben korlátozta. Az ezt követő nyitás, sajnos, nem járt jelentős turisztikai fejlesztésekkel, mert a határtérségi magyar és szovjet katonai jelenlét miatt (Fertőd) elsősorban az „egynapos turizmus” és nem a hosszabb időtartamú üdülés volt kívánatos.

Annak ellenére, hogy 1962-ban megalakult a Nyugat-Dunántúli Idegenforgalmi Intéző Bizottság (1962–1981), mely a Sopron–Kőszeghegyalja Intéző Bizottság jogelődje volt, az eltérő gazdaságpolitikai célok miatt a térség turisztikai fejlődését a forráshiány tovább nehezítette. A térség turisztikai jelentőségét viszont jelzi, hogy már a rendszerváltás előtt Sopron – Kőszeg-hegyalja kiemelt üdülőkörzetnek, kiemelt idegenforgalmi tájegységnek minősült a Balaton, a Velencei-tó, a Dunakanyar, a Mátra–Bükk- és a Mecsek–Villány-térség mellett. (KOLLEGA-TARSOLY I. (1997), AUBERT A. et al. 2013). Sajnálatos módon a létrehozott Sopron – Kőszeg-hegyalja kiemelt üdülőkörzet az ígéretekkel ellentétben nem kapta meg az infrastruktúra és a marketing fejlesztéséhez szükséges anyagi forrásokat, bár fejlesztési koncepcióját LENGYEL M. (1994b) kidolgozta. Ezzel szemben a Balaton és például a Tisza-tó fejlesztése sokkal több állami támogatást kapott.

A rendszerváltást megelőzően a térségi turizmusnak Sopron volt a központja, a Fertőparti települések zöme nem tartozott a turisztikai fejlesztendő települések közé. A térség Sopron környéki turisztikai központjának tekinthető Fertőd fejlesztését gátolta a településen állomásozó szovjet helyőrség, a Sarród–Fertőújlak határőrőrsön határőrizeti feladatokat ellátó magyar katonai jelenlét, mivel a turisták jelenléte a haderők mozgásának megfigyelését tette volna lehetővé. A nemzetközi szintű turisztikai értékeket hordozó fertődi Esterházy-kastély és épületegyüttese állaga ebben az időszakban jelentősen leromlott. Egy épületrészben mezőgazdasági terményeket feldolgozó szörp- és konzervüzem működött, további épületrészek moziként és a fertődi kutatóintézet részeként funkcionáltak. A főépületben a látogatható múzeum mellett középiskola működött. A Muzsikaház leromlott építészeti állapota miatt nem volt hasznosítható. A településen szálláshelyként csak egy alacsony színvonalú turistaszálló, a turisták által látogatott településközpontban és a kastély környezetében egy étterem, söröző, presszó működött. A térségi úthálózat kis kapacitású és gyenge minőségű volt, melynek hatása ma is érződik. A rendszerváltást megelőzően nem volt lehetőség Fertőd térségében turisztikai célú magánszálláshelyek engedélyezésére. A helyzetet jól érzékelteti, hogy a part menti

települések határörköségként funkcionáltak, ami azt jelentette, hogy a településekre érkező idegenekről a hatóságok a bejelentések nyomán hamar tudomást szereztek. A térségbe közlekedő tömegközlekedési eszközökön gyakoriak voltak az igazoltatások, a katonai, civil ruhás nyomozói jelenlét (LOCSMÁNDI SZ. 2004). A desztinációhoz tartozó Fertőújlak (Mekszikópuszta) településre építési tilalom, betelepülési korlátozás vonatkozott, és csak határsávengedély birtokában volt megközelíthető, tehát turisztikai fogadótérségként egyáltalán nem funkcionált.

A Fertő tó turisztikai hasznosítása, de civilek számára a megközelítése is a II. világháborút követő időszak egy részében teljességgel lehetetlen volt. Nyugati határövezet elnevezéssel nagymértékben zárt, elsősorban határőrizeti funkciójú, fegyveresen védett, egyes területeken aláaknázott térségnek minősült. Az aknákat 1956-ban felszedték, majd 1957-ben újratelepítették, és az aknazárat csak 1969-ben szüntették meg végleg. A hatvanas években politikai téren változás következett be a két világrendszer kapcsolatában a „békés egymás mellett élés” időszakában, de ez a közvetlen tópart térségének elszigeteltségében, illetve turizmusának alakulásában nem jelentett érdemi változást. A Fertő tó esetében 1969 márciusától a határsáv létrejöttével (BELÜGYMINISZTERIUM 10-21/1/1969 parancs) csak kisebb mértékben változott a helyzet, mert a tó és a parancsban meghatározott part menti települések csak határsávengedély birtokában voltak megközelíthetőek. Fertőrákoson 1971-ben épült meg a határőrőrs. A tó természeti sajátosságai miatt a part menti szakaszokat nádöv borította, és csak belső csatornák tagolták, a vízfelület megközelítése a határsávban lévő Fertőrákosnál, Balf térségében, illetve a szintén határsávban lévő Fertőújlak (Mekszikópuszta) térségében kizárólag engedéllyel volt lehetséges. A táj meghatározó képét a szárazföldi és vízi határt ellenőrző parti őrtornyok adták. Az ausztriai térségben már 1923-ban megkezdődött Neusiedl am See és Rust első fürdőhelyeinek kialakítása és a tó táji értékeinek védelme. Pamhagen, Illmitz, Apetlon, Podersdorf és környékének turisztikai fejlesztése csak később indult meg.

1977-ben a Fertő tavi Tájvédelmi Körzet létrehozása 12.542 hektáron a természeti értékek megóvása szempontjából jelentős esemény és egyben a nemzeti park létrejöttének „előfutára” volt, de turisztikai kínálati elemnek funkcióját, infrastruktúráját és egyéb összetevőit tekintve még nem volt nevezhető. Lényeges áttörést jelentett turisztikai szempontból 1991-ben a Fertő tavi Nemzeti Park létrejötte, majd 1994-től hansági területekkel történő kibővítése (Fertő–Hanság Nemzeti Park) és az osztrák Neusiedler See/ Seewinkel Nationalparkkal történő közös együttműködés megindulása (FERTŐ–HANSÁG NEMZETI PARK 2021). A nemzeti parkos turisztikai infrastruktúra fejlesztésében jelentős állomás volt

1993-ban a sarródi Kócsagvár (igazgatósági épület, szálláshely és kiállítóhely) megnyitása. Majd 2007-ben a fertőújlaki volt határőrségi épület átalakításával új szálláshely és erdei iskola létesült Csapody István Természetiskola és Látogatóközpont elnevezéssel. A létesítmény révén Fertőújlak turisztikai szerepe megerősödött. A látogatóközponti funkciót részben átvette az Esterházy gazdasági központból átalakított, 2012-ben átadott Lászlómajor bemutatómajorság kiállítóhellyel, foglalkoztatókkal, élményösvénnyel, fűszernövénykerttel és a régi magyar állatfajokat bemutató karámsorral.

Fertődöt kivéve a Fertő-parti települések turisztikai szempontból elég hosszan aludták „Csipkerózsika-álmukat”. Kivételt jelentett ebben Hegykő, melynek 1971-ben megnyitott termálfürdője hosszabb időn keresztül idényjelleggel, viszonylag kis fürdőkapacitással működött. Napjainkra jelentős fejlesztések nyomán a térség turizmusának kiemelkedő vendégforgalmat generáló szereplőjévé vált. Érdekesség, hogy a turisztikai térség települései között nem nevesített a közeli Petőháza, mely szintén rendelkezik gyógyhatású termálvízzel és termálstranddal. A petőházi cukorgyár megszűnéséig a gyár tulajdonában lévő termálfürdő nem tudta követni a hegykői fejlődést. Bár időről időre korszerűsített, de alapvetően jelenleg is szinte az induló fürdőkapacitással, továbbra is idényjelleggel, a turizmus szempontjából sokkal kisebb ismertséggel üzemel.

Sopron turizmusának fejlődése a XX. századtól napjainkig több olyan időszakot is tartalmazott, mely egymástól gyökeresen eltérő körülményeket, feltételeket és fejlesztési forrásokat biztosítottak a térség számára. A vasfüggöny időszakának elszigeteltsége a határvárosi státuszt erősítette, és a hatvanas években elsősorban a belföldi, egynapos turizmus fejlődését tette lehetővé. A hetvenes–nyolcvanas években, az enyhülés időszakában szintén a határváros jelleg („a nyugati kapu”) volt a meghatározó, melyet az egyre növekvő beutazó turizmus és a nyugati irányú, adminisztratív korlátozások alá eső, de fejlődő magyar kiutazó turizmus, valamint az osztrák szolgáltatásturizmus, egészségturizmus, a magyar és osztrák bevásárlóturizmus jellemezte. Ez a jelenség a határhelyzetből eredően mintegy automatikus turistaforgalmat generált, és Sopronnak kedvező pozíciót biztosított (KSH 2002).

Politikai–ideológiai okokra visszavezethetően (vasfüggöny) ebben az időszakban a határtérség turisztikai célú fejlesztése nem volt cél, így forráshiány nehezítette a kínálati elemek fejlesztését. A rendszerváltás után, majd az EU-tagság megvalósulásával a határváros turisztikai jelentősége csökkent. A schengeni folyamat a határátlépési korlátozások feloldásával tovább gyorsította ezt a folyamatot, melynek során egy jelentős turisztikai szegmensvesztés következett be, mely a vendégforgalom alakulásában is megmutatkozott (KSH 2011). 2010-ig a határvárosszerep különösebb turisztikai fejlesztések és marketingtevékenység nélkül is olyan

vendégforgalmat generált, mely biztos helyet jelentett Sopronnak az országosan 10 legnépszerűbb település között.

A kedvező pozíció ellenére azonban a turizmus új hazai és nemzetközi trendjei, a hazai keresleti és kínálati piac változásai nyilvánvalóvá tették, hogy vitathatatlan turisztikai értékei ellenére Sopron további pozícióvesztésének megállításához jelentős forrásokra, fejlesztésekre és szemléletváltásra van szükség (EGYED K. 2014b). Míg 2010-ben Sopron a 7. legnépszerűbb magyar úti cél volt (451.449 vendégéjszakával, belföldi vendégek körében 4., a külföldiek viszonylatában 10. helyen), 2018-ra a város a 15. helyre esett vissza (KSH 2018, KSH 2011).

A város tágabb térségére kitekintve a 2001-ben a Fertő-táj Kultúrtáj Világörökség cím elnyerésével új turisztikai lehetőségek nyíltak. A Széchenyi Terv, a Nemzeti Fejlesztési Terv és az Új Magyarország Fejlesztési Terv által biztosított források jelentősek voltak ugyan, de messze nem oldottak meg minden strukturális problémát, így a soproni TDM megalakulása, majd a 2015–2016-tól megindult fejlesztések jelentik azokat a lehetséges kitörési pontokat, melyekkel Sopron és térsége újrapozícionálhatja magát a hazai és nemzetközi turisztikai piacon.

### **5.3. Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálata**

Az alábbiakban a turisztikai kínálat szekunder forrásokon alapuló kutatási eredményeit kívánom bemutatni, amely során erősen koncentráltam a térségben már jelenleg is meghatározó vagy akár a jövőben fejleszteni kívánt turisztikai terméktípusokra. A desztináció táji adottságait, történelmi jellemzőit figyelembe véve olyan helyzetelemzést végeztem, amely a vizsgált terület kínálatát mutatja be az egyes terméktípusokra koncentrálni. Az egyes kínálati elemek, a terméktípusok összhangban vannak a már említett táji, történelmi jellemzőkkel, hiszen ezek eredményeképpen olyan adottságokkal rendelkezik a térség, amelyre több turisztikai termék is ki tudta építeni kínálatát. A térségben „hagyományosnak” tekinthető kulturális, örökség- és műemlékturizmus mellett számos más turisztikai termék is egyre nagyobb népszerűségnek örvend, így az aktív- és ökoturizmus, a borturizmus vagy akár a fesztivál- és rendezvényturizmus. Az alábbi alfejezetek ezen kínálati elemekbe engednek betekintést.

#### **5.3.1. Kulturális, örökség- és műemlékturizmus**

A kulturális turizmus alapvetően a városokhoz kötődik, e turisztikai termék vonzerői jelentős szerepet töltenek be a turizmus kialakulásában. Az utazási motivációkban mind a kultúra



megismerésének igénye, mind az ahhoz köthető tevékenységformákban való részvétel, élményszerzés jelen van. A fővárosokba irányuló városlátogatások mellett általában az UNESCO Világörökség címet viselő városok, városrészek, örökségi attrakciók és az „Európa kulturális fővárosa” programban résztvevő települések vezető szerepet töltenek be a kulturális turizmusban, de a megfelelő USP-vel rendelkező kisebb városok is egyre inkább esélyesek a turisztikai piacon. A városi turizmus mint turisztikai termék már a turizmus kezdetén kedvelt volt, az európai városokat erős verseny jellemzi a városi turizmus kínálatát tekintve (MICHALKÓ G. 1999). A városi turizmus sajátosságainak elméleti vonatkozásait vizsgálták VAN DEN BERG et al. 1995 és PEARCE D. G. 2001 kutatásaikban, akik rávilágítottak a termék sokszínűségére, más turisztikai termékekkel való szoros kapcsolatára, illetve a városi turizmus társadalmi, gazdasági hatásaira. A városi tereken belül a turisztikai térhasznosítás speciális és változatos formái érhetőek tetten, a szinergia részét képezi a kínálat sokszínűsége mellett az eltérő szociálgeográfiai alapfunkciók kielégítéséből eredő térhasználat (PARTZSCH D. 1970), amely sokszor konfliktusokhoz vezethet a helyi lakosok és a turisták között. Ugyanakkor a turizmus megjelenése a helyi lakosok számára is kedvező lehet, nemcsak gazdaságilag, hanem a szabadidős tevékenységek tekintetében is. A helyi műemlék-hasznosítási megoldások és a városfejlesztés összehangolásának szükségességét és lehetőségeit, továbbá a városmárka újrapozicionálásának kérdéskörét vizsgálja MÉSZÁROS B. – OROSDY B. (2012) Pécs példáján, amely a két város közötti hasonlóságok miatt Sopron esetében is érvényes lehet. Mindkét város esetében a kínálat, az érvényben lévő fejlesztési stratégiák és a marketingkommunikáció meghatározó részét képezi a kulturális és örökségturizmus.

A kulturális turizmus fogalmát a szakirodalomban változatosan definiálják, jelenleg nincs olyan definíció, melyet általánosan elfogadottnak tekinthetünk. A Turisztikai Világszervezet (WTO) és az European Travel Commission (ETC) által 2004-ben Európában végzett felmérés a kulturális turizmus meghatározására az alábbi összetevőket emeli ki: *„kulturális látnivalók felkeresése a lakóhelyen kívüli országban található városokban, melynek célja új információk és élmények szerzése a kulturális szükségletek kielégítésére”* (SULYOK J. 2014). A felmérésben szereplő meghatározás a lakóhelyen kívüli országokra koncentrál, noha természetesen a kulturális utazások belföldi helyszíneket és nem csak városi településeket érinthetnek (pl. Nagycenk: Széchenyi-kastély). A kutatás egy belső és egy külső körre osztja fel a kulturális turizmus alapját képező kultúrát. A belső kör a kulturális örökséget (műemlékek, épített örökség, a múlt alkotásai) és a művészeteket (képző- és előadóművészet) foglalja magában, a külső kör pedig az életstílusból (hiedelmek, hagyományok, gasztronómia, folklór)

és a kreatív iparágakból (divat, grafika, design, film média, szórakoztatóipar, stb.) tevődik össze. (SULYOK J. 2014). MICHALKÓ G. (2011) vonzerő-kategóriáiban az építészetet, zene- és tánckultúrát, folklórt, hagyományörző népi kultúrát emeli ki. A világörökségi helyszínek külön kategóriát képeznek, ezen belül a Neusiedler See/ Fertő tó Kultúrtáj Világörökség terület egyidejűleg kulturális örökség és kultúrtáji vonzerőkkel bír a kulturális turizmus vonatkozásában.

2020 őszén az új turisztikai térségek kialakításánál a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) a térségek jellemzőinél azt állapította meg, hogy „*Bük átsorolásával a Sopron–Fertő-térségben még hangsúlyosabbá vált a kulturális kínálat vezető szerepe*”. Így ez nagyobb hangsúlyt kaphat a pozicionálás során, a márkaprofilok kialakításában. Sopron turizmusának változásai kapcsán megemlítendő BUTLER R. W. (1980) a desztinációk életciklusával kapcsolatos modellje, illetve annak más kutatók által történt kiegészítései (JOHNSTON C. S. 2001), hiszen a városnak modern kori története során már sokadszor kell a megújulás fázisába lépnie, amelyben kedvező adottságai mellett az ide irányuló fejlesztési források segíthetik.

A kulturális kínálat térségi vonzerőiről több adatbázis áll rendelkezésre. Az 1998-ban összeállított turisztikai vonzerőleltár és a 2006-tól működő Nemzeti Online Turisztikai Adatbank (NOTA) információs rendszere (templomok, műemlékek, látnivalók, programok kategóriákkal), mely a Tourinform irodák aktív közreműködésével rendszeresen aktualizált. A desztináció nemzetközi (világörökségi védelem alatt álló), országos és helyi védettség alatt álló műemlékeinek száma a VÁTI Kht. 2002-ben elkészült, térinformatikai adatokat is tartalmazó adatbázisa alapján 130, az alábbi települési összetételben.

Sopron: 56, Balf: 0, Fertőboz: 1, Fertőd: 13, Hidegség: 2, Fertőhomok: 0, Hegykő: 0, Fertőszéplak: 12 Sarród: 1, Nagycenk: 8, Sopronhorpács: 3 Röjtökmuzsaj: 1, Fertőrákos: 46 Simaság: 0. Sopron és Fertőd műemléki értékei változatosak, Fertőszéplak, Fertőrákos és Nagycenk védett épületei között jelentős számban vannak lakóházak. A kutatás során helyszíni bejárással összegyűjtöttem az egyes települési helyszíneket és lehetőségeket (3. számú melléklet).

Érdekesség, hogy a röjtökmuzsaji, XVIII. században romantikus, klasszicista stílusban épült Szidónia kastélyszálló még helyi védettség alatt sem áll. A VÁTI adatbázis négy fő értékcsoportban tartalmaz a kulturális örökségre vonatkozó adatokat, melyek kultúrtájak, műemlékek, régészeti emlékek és lelőhelyek, települési és építészeti néprajzi emlékek. Az adatok alapján a desztináció kulturálisörökség-sűrűsödési területként értelmezhető, melyről az Országos Területrendezési Terv (2003) a következő megállapítást tartalmazza: „sajátos erőforrások, amelyek magukhoz vonzzák az idegenforgalmat, kulturális és oktatási központok

kialakulását generálják, s ezen keresztül külföldi és belföldi kisugárzással, fejlesztési vonzerővel bírnak” (MÁTÉ ZS. 1999).

A Sopron–Fertő-desztináció a belső kör elemeiből mennyiségben és minőségben egyértelműen jelentős, a külső körből pedig az életstílushoz kötődő adottságokból változatos kínálattal rendelkezik. Sopronban a jelenleg kialakítás alatt álló Múzeumnegyed területe, a műemlékekben gazdag történelmi belváros az ikonikus Tűztorony mellett egyedülállóan gazdag értékekkel rendelkezik (Storno-ház, Fabrícius-ház, Erdészeti Múzeum, Központi Bányászati Múzeum, Kecsketemplom, római kori leletek, stb.). Érdekes, hogy az egyes kulturális, örökségi attrakciók mennyire befolyásolják a turisták desztináción belüli térhasználatát (BARCZA A. 2020). Az egyes aktív és passzív útvonalak, csomópontok ismerete különösen fontos a látogató- és attrakciómenedzsment során.

Nemcsak a térség, hanem országos szintű turisztikai nagyattrakció lehet a teljes megújulás alatt álló fertői Esterházy-kastély és a nagycenki Széchenyi-kastély. A Nemzeti Múzeum-alapító Széchenyi Ferenc szülőháza, a fertőszéplaki Széchenyi-kastély 2021-től látogatóközpontként (Peisonia) kapott új funkciót. Az UNESCO Világörökség Kultúrtáj a térség falvainak épített örökségében, folklórában, hagyományos életmódjának elemeiben hordoz értékeket, melyeket a tájházak kiállításából, kulturális rendezvényekből ismerhetünk meg. A desztináció határon átnyúló jellege az épített örökségi és kultúrtáji jellemzőkben is megnyilvánul. A kínálatot bővítik az osztrák térség Esterházy-birtokainak műemléki értékei (Eisenstadt: Esterházy-palota, Forchtenstein–Fraknó várának kincstára, képtára, képzőművészeti gyűjteménye, a tóparti települések barokk és parasztkorok építésze). A

virtuális eszközöket aktívan és hatékonyan használó osztrák marketing és a magas színvonalú, változatos élményelemeket kínáló szuprastruktúra, a több évtizedes hagyománnyal (és fejlesztési forrásokkal) rendelkező térségi turizmus nagy versenyelőnnyel rendelkező versenytársa a magyar kínálatnak.

Örökségturisztikai vonatkozásban sok potenciál rejlik a Páneurópai Piknik Emlékhely nemzetközi desztinációvá fejlesztésében, de ez jelentős támogatást igényel. A jelenleg rendelkezésre álló körülmények és források csak lassúbb ütemű fejlődést tesznek lehetővé az Európai Örökség díjas attrakció számára.

Kiépült a vallási turizmushoz kapcsolódóan a Mária út térségi szakasza és a szombathelyi Szent Márton út kapcsolódó útvonala, mely új kínálati szegmenst képvisel. Több lehetőség rejlik az európai szintű tematikus útvonalakhoz való csatlakozásban – Iron Curtain Rail, Green Belt útvonal, borostyánkő út tematikus útvonal, Szent Jakab út –, melyek új forrásokhoz való hozzáférést és egyben termékbővülést jelenthetnek.

### 5.3.2. Fesztivál-, rendezvény- és zenei turizmus

Hazai és nemzetközi szinten egyaránt nőtt a fesztiválok népszerűsége, amelyhez nemcsak a megnövekedett, színes, változatos kínálat, hanem a kereslet változó igényei is hozzájárulnak (SULYOK J. 2010). BENEDEK M. – STARK J. (2019) átfogóan vizsgálta a „fesztiváljelenséget”. Kutatásaik alapján a fesztiválok hosszú történelmi múltra tekintenek vissza (pl. oberammergau-i passiójáték vagy akár a mohácsi busójárás), jellemző rájuk a periodicitás, azaz rendszeresen és általában az évnek ugyanazon szakaszában kerülnek megrendezésre, többségében egy településre koncentráltan, a kínálatot tematikai sokszínűség jellemzi. SULYOK J. – SZIVA I. (2009) tanulmányában szintén arra világít rá, hogy a fesztiválok széles kínálati palettája alakult ki az elmúlt években, a zenei fesztiváloktól a gasztronómiai rendezvényeken át a tematikus eseményekig igen széles a skála. Egyes fesztiválok szorosan kötődnek a kulturális és örökségturizmushoz. A tradicionális, „jól bejáratott” fesztiválok erősítik az adott célterület vonzerejét, kiemelkedő márkaértéket jelentenek, egyértelmű azonosítás mellett (pl. velencei karnevál, Oktoberfest) tömegeket mozgatnak meg helyi és nemzetközi szinten egyaránt. A fesztivállátogatás mint önálló utazási motiváció kis százalékban jelenik meg, bár egyre növekvő mértékben, ám az tagadhatatlan, hogy az egyéb motivációval az adott térségbe érkezők számára kiegészítő programot jelent, alkalmas a szezon meghosszabbítására, a szezonális mértékének csökkentésére. Egyes kutatások szerint a fesztiválturisták a legtöbbit költő vendégek közé tartoznak, főként a vegyes profilú fesztiválokat vizsgálva (BENEDEK M. – STARK J. 2019). A fesztiválok imázsforgató hatása mellett a gazdasági hatásokat (bevételek növekedése, munkahelyteremtés, multiplikátorhatás a kapcsolódó szolgáltatásokban stb.) is egyre több kutatás vizsgálja, miközben a pozitív hatásokon túl a negatív hatások (környezetszennyezés, zajszennyezés, konfliktus a helyi lakosokkal) és a fenntarthatóság kérdése is egyre inkább figyelmet kap.

INDRA D. (2009) a soproni VOLT Fesztivál hatásait vizsgálta kutatásában, amely alapján elmondható, hogy a fesztivál gazdasági jelentősége nemcsak szűk környezetében, hanem regionálisan is kiemelkedő. A VOLT Fesztivál Sopron legnagyobb és egyben legismertebb fesztiválja, először 1993-ban szervezték meg öt fellépővel, mintegy 800 fős közönség előtt. Azóta a fesztivál programjai 10 színpadon, több mint 200 fellépővel zajlanak (INDRA D. 2019). Sajtóértesülések szerint 2019-ben több mint 140.000 fő látogatta meg a fesztivált, amelyen hazai és nemzetközi fellépők egyaránt megjelentek. A fesztivál kommunikációjában kiemelten jelenik meg Sopron, így a rendezvény nagyban hozzájárul

Sopron imázsához. A VOLT Fesztivál a „Mindenhol jó, de a legjobb Sopron” szlogenjével a fiatal korosztályhoz elérő imázsüzenetet közvetít.

A fesztivál- és rendezvényturizmus vonatkozásában Sopron sok bevezetett fesztivál- és rendezvényprogrammal rendelkezik, melyek évről évre újabbakkal bővülnek pl. Tündérfesztivál, Kelta fesztivál. A mélyinterjúk során megerősítést nyert (28. számú melléklet), hogy több rendezvény esetében is érvényes, hogy ismertségük, látogatottságuk növelését nehezíti a megrendezésükhöz szükséges finanszírozás biztos tervezhetőségének hiánya. Az éves, költségvetésfüggő döntések turisztikai és marketingszempontról komoly hátrányt okoznak, ellentétben az osztrák gyakorlattal, ahol több esetben például a hagyományos rendezvényekre már az előző évi rendezvénykor megvásárolhatók a pontos helyszínre, időpontra, helyre vonatkozó jegyek. Ezzel szemben a kulturális turizmus, a rendezvényturizmus és fesztiválturizmus gyakori jelenségnek tekinthető a hazai turizmusban, és a különféle programok, rendezvények turisztikai marketingjét és vendégforgalmát igen jelentős mértékben gyengíti, hogy a szervezők számára a programok, rendezvények finanszírozása az esetek magas százalékában nem tervezhető hosszú távon, mivel több esetben az éves költségvetés függvénye. A mélyinterjú során megerősítést nyert az a tapasztalat is, hogy az önkormányzati és pályázati döntések turisztikai szempontból későn születnek meg, emiatt a különféle turisztikai kiadványokban és marketingtervekben nem szerepelnek (28. számú melléklet). Az egyes települések önkormányzatai információs kapcsolataiban gyakorta nincs egyeztetés a rendezvények időpontjáról, ami egyes időpontokban programdömpinget, máskor pedig rendezvényhiányt eredményez. Külön probléma, hogy zömmel még a hagyományosnak tekinthető rendezvények időpontja sem rögzített, és különféle okból ez is változó, ami alapján a rendezvénynaplóban esetlegesen tévesen jelenik meg.

Az önkormányzati költségvetési döntések időpontja – január, február – a turisztikai szezon szempontjából már késői, különösen amiatt, mert ez az időpont még csak a rendezvények megrendezésének és támogatási összegének szándékát jelenti. Konkrét program és időtervek hiányában ezek a rendezvények a térségi turisztikai kínálatban tervezett marketinggel már nem jelenhetnek meg. Több önkormányzatnál nincs olyan gazdája a turizmusnak, aki gondoskodik a turisztikai rendezvények helyi és térségi marketingjéről vagy legalább az információk, plakátok, szóróanyagok Tourinform irodákhoz, sajtóhoz való időbeni eljuttatásáról. Ezt erősítették meg a mélyinterjúk tapasztalatai is, amelyek hangsúlyozták, hogy ennek háttérében leginkább az anyagi források hiánya és a megfelelően képzett, kompetens munkaerő hiánya áll.

Sopronban és térségében a komolyzenei kultúra gazdagságát Haydn, Liszt Ferenc, a barokk és romantikus zenei stílus alkotásai mint zenei örökség adják. Több éve tervezett egy

közép-európai zenei központ kialakítása Fertődön, az Esterházy-kastélyban, de ennek megvalósulása kétséges. A kastély komolyzenei kínálata az utóbbi néhány évben, 2015–2021 között leszűkült. Az évtizedes hagyományokkal rendelkező Sopron–Fertőd helyszínű Régi Zenei Napok új helyszíneken került megrendezésre (Gödöllő, Pécs, Vác). Úgy tűnik, hogy az egyre magasabb költségigényű komolyzenei rendezvények az osztrák konkurencia közvetlen közelében nem rendezhetők meg rentábilisan és megfelelő nézőszámmal Fertődön.

A külföldi vendégek, főleg német, osztrák és a Bükfürdőről érkező orosz látogatók részéről jelentkezik nagy érdeklődés a könnyű- és komolyzenei koncertek iránt. Ezt az igényt nyáron a fertőrákosi barlangszínház, osztrák oldalon St. Margarethen római kori kőbányájában tartott operaelőadások, a mörbischi víziszínpad zenés produkciói elégítik ki. Ősszel a Liszt-központ komolyzenei ajánlatai színesítik a kínálatot, de éppen a szezonitásból és forráshiányból eredően előfordul, hogy nem tudnak mit ajánlani a komolyzenei koncertek iránt érdeklődő külföldi vendégek számára. Ez a vendégforgalmi szegmens előzetesen kevésbé tervezhető, és a pandémia miatt kevésbé prognosztizálható a vendégkör visszatérése. A magyar–osztrák kínálat ezen a téren egyértelműen egymás versenytársaként jelenik meg.

Az MKB Aréna sikeres musicalprodukciói a kínálat egy újabb szegmensét képviselik. A város fejlesztési elképzeléseiben szerepel egy multifunkciós rendezvénycsarnok megvalósítása, mely többféle jellegű rendezvénynek is otthont adna a kiállításoktól, vásároktól a koncertekig.

Sopron és környéke hagyományosnak tekinthető fesztivál-, rendezvény- és zenei turisztikai programlehetőségeit a 4. számú melléklet foglalja össze. Az adatokat helyszíni bejárás, turisztikai prospektusok és személyes tapasztalatok alapján állítottam össze.

A szervezett turizmus, a szervezett ifjúsági turizmus és az egyéni turisták számára is fontosak kulturális és örökségturisztikai vonzerők. Az új turisztikai trendek viszont előrevetítik, hogy ezeknek az értékeknek pusztán a megléte már nem jelent automatikusan vonzerőt, hanem élményalapú, tematikus, célcsoportra vagy komplex desztinációscsomag-szintű megjelenítésük piacképes. A kulturális és műemléki turizmus pozícióját viszont erősíti, hogy több soproni és térségi múzeumban történtek múzeumpedagógiai és élménypedagógiai fejlesztések, melyek interaktív módon teszik lehetővé a látnivalók megismerését. A továbbiakban is az élményjelleg és interaktivitás erősítése forgalomnövelő tényező lehet. A potenciális célcsoportokat, motivációs és fejlesztési lehetőségeket, adottságokat a 3. táblázat foglalja össze.

### 3. táblázat

#### A kulturális, örökség-, műemléki, zenei, fesztivál- és rendezvényturizmus célcsoportjai, adottságai és lehetőségei a desztinációban, 2021

	Célcsoport, korosztály	Motiváció	Adottságok	Lehetőségek
<b>Kulturális turizmus</b>	Szervezett csoportok, diákcsoportok, közép-korosztályhoz vagy seniorhoz tartozó egyéni turisták, családi turizmus, helyi lakosság	Tervezett kulturális élmény, alkalmi programigény	Színházi előadások, művészeti produkciók, kiállítások, tárlatok Sopron, Fertőrákos, Fertőd	A programok összehangolása, egyeztetése, a finanszírozás stabilitásával a marketingprogramba való beépítése; tematikus és célcsoport programajánlat; komplex desztinációs ajánlat
<b>Örökségturizmus, műemléki turizmus</b>	Diákcsoportok, szervezett csoportok, egyéni turisták a teljes életkori profilból, családi turizmus, szabadidő-turizmus	Tervezett vagy alkalmi élmény- és programigény	Fertő-táj világörökség települései, térségi országos és nemzetközileg ismert műemlékek, Sopron, Páneurópai Piknik Emlékhely, Nagycenk, Fertőd	Interaktív, múzeumpedagógiai és élményalapú fejlesztések; tematikus és célcsoport programajánlat; komplex desztinációs ajánlat; szezon bővítése
<b>Zenei turizmus</b>	Érdeklődési körnek megfelelően komolyzenei, ill. könnyűzenei programokat látogató ifjúsági, középkorú és senior korosztály hazai és nemzetközi turistái, térségi lakosság	Tervezett vagy alkalmi élmény- és programigény	Sopron, Fertőd, Fertőrákos, Hegykő	Tematikus és célcsoport programajánlat; komplex desztinációs ajánlat; szezon bővítése Fertőd, Fertőrákos új szerepköre
<b>Fesztivál- és rendezvényturizmus</b>	Érdeklődési körnek megfelelően a programokat látogató teljes profilú korosztály hazai és nemzetközi turistái, térségi lakosság	Tervezett vagy alkalmi élmény- és programigény	Sopron és környéke települései	Hagyományos rendezvények finanszírozásának és rendezési feltételeinek stabilizálása, együttműködés az időbeli és térbeli szervezésben

*Forrás: saját szerkesztés*

#### 5.3.3. Egészségturizmus

Az egészségturizmus hazai piaci jelentőségét szakmai tanulmányok és statisztikai adatok egyaránt alátámasztják, így JÓNÁS-BERKI et al. 2015 tanulmánya is, amely 14 hazai egészségturisztikai helyszínt (köztük Sopron–Balfot) is vizsgálja azok keresleti–kínálati és

térszervező jellemzői alapján. Az egészségturizmus az egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai termék, GILL-SINHA (2020) 2019-es adatai szerint világszinten 104.68 billió dollár értékű nagyságrendet ért el, mely 2027-re 273.72 billió dollárra is növekedhet.

Napjainkra az egészségturizmus az életmód átalakulásával, az életminőség felértékelődésével a turisztikai termékek között kiemelt helyet foglal el. MICHALKÓ G. értelmezésében (2016:179.) „*az egészségturizmus olyan turisztikai termék, amelyben a vonzerő az egyén egészségi állapotának megőrzését, javulását, a jó közérzet megteremtését szolgálja.*”. A termék központi elemétől függően két alszektor különíthető el, a gyógyulást segítő gyógyturizmus és a megelőzési, rekreációs célú wellness-turizmus. RUSZINKÓ Á. és DONKA A. (2019) az orvosi turizmust is külön kategóriaként különíti el (5. számú melléklet).

Az egészségturizmusban a gyógyvizek szerepe kiemelkedő jelentőségű, melyhez a kínálatban egyrészt orvosi kezelések, gyógymódok és egészségügyi szolgáltatások kapcsolódhatnak (KÖBLI Á. 2018). Hazánk rendkívül gazdag gyógyvizekben és gyógyhatású termálvizekben (Budapest, Hévíz, Hajdúszoboszló, Balf, Hegykő, Bükfürdő, stb.) melyek ivó- és fürdőkúrára alkalmasak, de ezek hasznosításában még sok kiaknázatlan potenciál rejlik. A klímaváltozással összefüggésben a „vizes” kínálattal rendelkező desztinációk felértékelődtek. Amennyiben a kínálati elemek kiegészülnek wellness- vagy élményfürdőelemekkel, az nagy mértékben hozzájárul a desztináció szezonálisának csökkentéséhez. JÓNÁS-Berki et al. (2015) kiemeli az egészségturizmus sajátos térszervező jelentőségét, mely magas vonzerő-potenciállal és nagyfokú infra- és szuprastruktúra jellegű koncentrálttsággal bír.

Az egészségturizmus kiemelt turisztikai szereplői a termál- és gyógyfürdők, melyek 2001-től az első Széchenyi Terv keretén belül 28 milliárd forint összegű fejlesztési támogatásban részesültek, az összberuházás értéke pedig 89 milliárd forint volt (AUBERT A. et al. 2012). A fejlesztés eredményként megnövekedett a támogatott fürdők befogadóképessége (75%), a vendégszámban 18%-os, a bevételekben pedig 32%-os növekedés következett be (MUNDRUCZÓ GY. – SZENNYESSY J. 2005). További mérföldkövet jelentett „Az egészségturizmus marketingkonceptiójának” (MAGYAR TURIZMUS RT. 2002), majd az „Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégiának” a megalkotása (OES 2007). Ezt követte a későbbiekben az egészségturizmus stratégiai terméként történő definiálása (MTÜ 2017).

A 2010-ben meghirdetett Gyógyító Magyarország – Egészségipari Program keretében további infrastruktúrális fejlesztések történtek, melyek eredményét jelzi, hogy 2012-re már a szállodai vendégéjszakák körében 33,7%-ra emelkedett a gyógy- és wellness-szállodák részesedése (RUSZINKÓ Á. – DONKA A. 2019). Az ÚJ Széchenyi Terv (2011) az egészségturizmus mellett a szépségipar fejlesztésére is biztosított forrásokat. A KSH statisztikai



adatai alapján a 2010–2019 közötti időszakban a fürdők száma 390-ről 473-ra emelkedett. A gyógyfürdők száma viszont 98-ról 115-re, a termálfürdőké 104-ről 157-re, az élményfürdőké 102-ről 198-ra növekedett. Sajátos jelenség, hogy 2016-ban a gyógyfürdők száma 85-re csökkent, a termál- és élményfürdők száma viszont meghaladta a 2019. évi értéket (169, illetve 233 volt). A fürdők forgalmában és árbevételében is dinamikus növekedés következett be. A látogatók száma 29.489 ezer főről 41.096 ezer főre nőtt. Az árbevétel pedig 33.004 millió forintról 155.951 millió forintra növekedett (KSH 2020c).

A Sopron-Fertő desztinációban és hatáskörzetében a magyar és osztrák településeken egyaránt részletezve, RUSZINKÓ Á. – DONKA A (2019) felosztását figyelembe véve, tekintem át az egészségturisztikai kínálat aktuális lehetőségeit wellness-turizmus, gyógyturizmus és orvosi turizmus bontásban, mely az 5. számú mellékletben Egészségturisztikai kínálati elemek a Sopron–Fertő-desztinációban és hatáskörzetében címmel található. (A desztináción kívüli településeket zárójellel jelölöm.) A kínálat Sopron esetében hangsúlyosan a fogászati, szemészeti, szépségipari és gyógyszolgáltatások profiljára épül, Hegykő és Balf esetében pedig a wellnessre, gyógyvízre és termálvízre koncentrááló szolgáltatási profil jellemző. Fertőd lényegesen kisebb kínálati elemeit a magánfogászatok (4) és a gyógymasszázs adja.

Mind a magyar, mind az osztrák fitnesz- és wellness-kínálat változatos, de az osztrákok járulékos szolgáltatásaikkal magasabb minőséget és árfekvést képviselnek. Kidolgozott, komplex kínálattal, csomagajánlatokkal rendelkeznek a korszerű trendekhez igazodóan (selfness, soulness). Internetes megjelenésük desztinációs szinten egységes és könnyen hozzáférhető.

A Soproni Gyógyközpont jelentős korszerűsítésen, fejlesztésen esett át, de még nem kidolgozott és megoldott a nyugat-európai egészségbiztosítókkal történő együttműködés mikéntje.

Sopron és térsége egészségturizmusában egyértelműen a fogászat és a szemészet kiemelkedő jelentőségű. A betegforgalom nagyságrendje kevésbé megbecsülhető. Több fogászati klinika transzfert és saját panziós elhelyezést is biztosít a kezelés idejére, aktív marketinget folytat osztrák területen is. A soproni, fertődi, fertőszentmiklósi, kapuvári optikai szaktüzetekben a megfelelő ellátás érdekében szakképzett szemészorvosokat, optometrikusokat is foglalkoztatnak. Népszerűek a gyógymasszázs-, fizioterápia-jellegű gyógyszolgáltatások, melyek nemcsak a fürdők, hanem egyes panziók szolgáltatásaként is igénybe vehetők.

Az osztrákok a magyar egészségturisztikai konkurencia hatásainak mérséklésére időről időre jelentős marketingkampányt folytatnak. Nem prognosztizálható, hogy a koronavírus miatti hosszú határozat miként változtatja meg a nyitás után a térségi egészségturizmus nagyságrendjét.

### 5.3.4. Aktív- és ökoturizmus

#### 5.3.4.1. Az aktív turizmus problémaköre

Az aktív turizmus fogalmának meghatározásánál abba a problémába ütközünk, hogy a nemzetközi szakirodalom ebben a megfogalmazásban kevésbé használja a fogalmat, és inkább a szabadidős sporttevékenységek esetében említi (CSAPÓ J. – REMENYIK B. 2011). MICHALKÓ G. (2002) utazási formaként és élményszerzési lehetőségként is értelmezi: „*az aktív turizmus olyan utazási forma, amelynek során a turista a hétköznapitól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyenfajta árut vagy szolgáltatást is vásárol*”; „*(...) az aktív turizmus alatt értendő minden olyan turisztikai tevékenység, amelyben az egyén élményszerzési célból eredő, nem rutinszerű mozgása a mindennapi térpályáján kívül eső térben költésével egybekötve valósul meg*”. A MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2003) dokumentuma alapján: „*Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása*”.

Eltérnek az egyes szakirodalmi források abban a kérdésben is, hogy mely termékeket és tevékenységeket sorolhatjuk az aktív turizmus körébe, tekintve, hogy jelentős szinergiahatás áll fenn az aktív turizmus és a falusi, öko-, ifjúsági, sőt az egészség- és sportturizmussal is (CSAPÓ J. – REMENYIK B. 2011). Az aktív turizmus egyes tevékenységformái a sport, illetve közlekedés területén is jellemzőek (MICHALKÓ G. 2002, BÁNHIDI-LEBER 2011). CSAPÓ J. – REMENYIK B. (2011) és SÜLYÖK J. – MAGYAR ZS. (2014) alapján az aktív turizmushoz sorolható jellemzően a vízi turizmus, a természetjárás, a kerékpáros turizmus, a lovas turizmus, a horgász- és vadászturizmus, a golf, a kalandturizmus és az extrém turizmus. A hazai és nemzetközi trendek alapján növekszik az igény az aktív, természetjáró turizmusra, outdoor aktivitásokra, autentikus élményekre. Ezekre az aktivitásokra a desztinációban változatos kínálatot találunk.

Az European Travel Commission (2017) adatai alapján az aktív turizmus során lényeges, hogy átlagosan a költés 68%-a a desztinációban marad (a tömegturizmus esetében átlag 80% a nemzetközi cégek jövedelme lesz), a térségi foglalkoztatás kedvező, továbbá az is, hogy az aktív turisták gyakrabban igénylik a szakvezetők, stb. szolgáltatásait (in: MTÜ, 2017). Az aktív turizmus piaci szegmensét az MTÜ adatai alapján zömmel a belföldi utazók alkotják. A külföldi vendégek nagyobb arányban egyes aktív turisztikai termékek (futóversenyek, vadászturizmus) és passzív sportturisztikai termékek (sportrendezvények, világversenyek) révén érkeznek hazánkba, mely érinti a desztinációt is.

Az aktív turisztikai fejlesztések hazai alapidokumentumai közé tartoznak a turizmusfejlesztési stratégiákon kívül az alábbiak: A kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiája (ECONOCONSULT KFT. – COWI MAGYARORSZÁG KFT. 2009), A Magyarországi Naturparkok Fejlesztési Konceptiója (2015–2030), Kincsem Nemzeti Lovas Program, Lovas Turizmus Termékfejlesztési Stratégia 2007–2013, Nemzeti Tájstratégia (2017–2026), Nemzeti Vidékstratégia 2012–2020.

A természeti értékeken belül a domborzat, táji értékek, tájképi értékek, a természetvédelmi értéket képviselő növény- és állatvilág turisztikai hasznosítása jellemzően a természetjárás, ökoturizmus, vízi turizmus és kerékpáros turizmus keretein belül történik, melyet települési szintű táblázat részletez a 6. számú mellékletben.

Lényegesen kisebb volument képvisel a lovas turizmus, a horgász- és vadászturizmus, mivel a magyar oldalon a természetvédelmi térségben ennek lehetőségei erősen korlátozottak. Érdekesség, hogy a desztináció téli vendégforgalmában kisebb mértékben jelen van az osztrák síterepre irányuló (Rax, Schneeberg), de hazai szállást igénybe vevő síturizmus is. Horgász- és fürdőturizmusra egyaránt 4–4 településen van lehetőség.

Népszerű a windsurf, a vitorlázás, a vízibicikli, a kenu, az osztrák területen a skateboard-, görkorcsolya-, minigolf-, squash-, tenisz-, golf-, sportlövész- és tekepályák, téli tavi sportok is jellemzők, melyeket a települési sportlétesítmények, edzőtermek, a szállásadók által biztosított sportlehetőségek és helyi sportrendezvények egészítenek ki. Az osztrák oldal kínálata mennyiségi és minőségi eltérést is mutat (lásd 7. számú melléklet). Bár Taschner Tamás arra is rávilágított a vele készült interjú során, hogy Ausztriában sem a fürdés az első számú attrakció a tónál, hanem a tájban végzett aktív tevékenységek, kerékpározás, túrázás, gasztro és borturizmus kap kiemelt figyelmet.

A sportturizmus az osztrák oldal tudatosan fejlesztett területe, mely általában a wellness-helyekkel vagy a fürdőturizmus helyszíneivel kapcsolódik össze. Az egyes kínálati elemek szolgáltatói gyakran szakmai hálózatba tömörülnek, és az egységes marketingkommunikáció révén gyakorlatilag minden település turisztikai honlapján megtalálhatók. A magyar oldalon tipikusan egyéni kezdeményezésű és az egyéni lehetőségekre épülő szolgáltatások jellemzők.

#### ***5.3.4.2. A kerékpáros turizmus mint domináns desztinációs kínálati elem***

Az egészséges életmód felértékelődése, az egészségtudatosság elterjedése, a fogyasztói szokások és motivációk változásai kedveznek az aktív turizmus népszerűvé válásának, amelyen

belül különösen népszerű a kerékpáros turizmus (CSAPÓ J. – GONDA T. 2019). A szakirodalomban több definíció használatos. Az EUROVELO (2012) tanulmány értelmezésében kerékpáros turizmus az utazók olyan szabadidős célú tevékenysége, amely egyaránt zajlik vidéki vagy városi területen. A szabadidős célú, kerékpározás motivációjú, kerékpáros utazás során meghatározó motiváció és élmény maga a kerékpáros kirándulás. Időtartama változatos, amely összefüggésben áll a motivációval, sporttevékenység-motiváció esetén rövidebb, akár pár óra, míg szabadidős tevékenység esetén hosszabb, egy–két napos, de akár többnapos (körutazás) is lehet. A Sopron–Fertő-desztinációban változatos életkori csoportokat érintő soft kerékpáros turizmus jellemző, nem a verseny- és sportjellegű változat, ezért a fogalmat a desztinációra vonatkozólag a továbbiakban a szabadidős kerékpározás értelmezésben használom. A desztináción belül aktív és ökoturisztikai szempontból egyaránt tipikus, a legdinamikusabban fejlődő kerékpáros turisztikai helyszíneknek tekinthető a Fertő–Hanság Nemzeti Park területe által érintett 12 település, a határon átnyúló hatásrendszerrel pedig a Neusiedler See – Seewinkel Nationalpark és a tó körül kiépült kerékpárutak rendszere.

MINTEL (2009) alapján a kerékpáros turisták számára a desztinációválasztás szempontjai között a szuprastrukturális tényezők kevésbé lényegesek, noha az utazási élmény szempontjából fontosak. SULYOK J. – MAGYAR ZS. (2014) MINTEL (2009) alapján lényeges összetevőként nevezi meg a kerékpárral szerzett élmények esetében a biztonságos útvonalakat, a kerékpárosbarát településeket, a megfelelő információellátottságot, az információk kitáblázását és a szép tájakat. Az igények nyomán több országban kiépült a kerékpáros utak hálózata, és létrejött az az infra- és szuprastruktúrája, mely ma már európai szintű hálózatot képez (EUROVELO). Ár tekintetében a járművek széles árspektruma és a népszerű útvonalak túráinak szállás- és járulékos költségei miatt ma már inkább középkategóriás, mintsem olcsó szabadidős, turisztikai tevékenységként jelenik meg. A turizmus környezeti terhelése és fenntarthatósága szempontjából a kerékpáros turizmus mint környezetkímélő, fenntartható tevékenység fogható fel, mely segítheti a vidéki térségek gazdasági–turisztikai fejlődését. További előny a szélesebb piaci szegmensek köre és a potenciális belföldi úti célokból adódó gazdasági előny. Az EUROVELO (2012) tanulmány a negatív hatások közt említi a kapcsolódó szolgáltatások igénybevételéből adódó környezeti terhelést, a tömeges jelenlétből adódó környezetet zavaró hatást. Problémát jelenthet az igénybe vett útvonalon a megfelelő kiegészítő infrastruktúra összehangolt kiépítése, különösen azért, mert a beruházás költségei a településeket, vállalkozókat terhelhetik, megtérülésük viszont esetleges, mert a turisták költése más szolgáltatóknál realizálódhat haszonként. EUROVELO-felmérések alapján a kerékpáros turisták fő motivációját a természeti adottságok, tájélmény, a

kerékpározás öröme, a pihenéssel és a családdal töltött idő, a kulturális élmények motiválják. Szempontjaik közt nem elsődleges az ár és a kényelem (EUROVELO, 2012). Megtett táv tekintetében a 30 kilométer tekinthető átlagosnak (MINTEL, 2009 in SULYOK J. – MAGYAR ZS. 2014).

A legjelentősebb magyar és nemzetközi hálózathoz tartozó kerékpárutak közül kettő érinti a desztinációt: Fertő tó (magyar és osztrák terület) – 135 km, EuroVelo 13 „Vasfüggöny (Iron Curtain Trail) kerékpárút” – 290 km. A hegyi kerékpározás (mountain bike) és extrém kerékpársport (downhill, freeride, XCO) híveit speciális terepek (Sopron: Lövér MTB-tanösvény) és pályák (Sopron: Várhely-kilátó – Bánfalva) várják.

A kerékpáros turizmus fejlesztésében a desztinációban a 2010–2021 közti időszak kiemelkedőnek tekinthető. Mindösszesen 4,5 milliárd forint ráfordítással teljessé vált a tó magyar oldalának kerékpárút-hálózata, bővült a kiegészítő infrastruktúra. A 2018–2021 közötti időszak alatt a magyar oldal kerékpárútjainak kiépítése, felújítása mellett a hozzá kapcsolódó infrastrukturális létesítmények (szerviz- és pihenőhely-hálózat, információs pontok) fejlesztése mintegy 650 millió forintból valósult meg. A Kisfaludy pályázat keretében különböző kategóriájú szálláshelyek modernizálása történt meg. A közelmúlt aktív turisztikai fejlesztéseiből kiemelhető a 2010-ben kezdődött, állami erdészeteket érintő közjóléti program, melyből erdei létesítmények, tanösvények, látogatóközpontok, kilátók létesültek, a desztinációban pl. a Károly-magaslati látogatóközpont és csatlakozó létesítményei. A Téry Ödön Nemzeti Turistaház-fejlesztési Program támogatásával jött létre a soproni Roth turistaház. Nemcsak a kerékpáros turizmus terén, hanem a térség általános turisztikai kínálati színvonalában lényeges minőségi és mennyiségi fejlődés történt. A térségi kerékpárúthálózat-fejlesztések helyszíneit, beruházásait és azok volumenét az 8. számú melléklet mutatja be. A hazai kerékpárút-hálózat és infrastruktúra és az osztrák útvonalak közti különbség lényegesen lecsökkent. Az intenzív fejlesztést megelőző időszakokban a térségi kerékpárút-hálózat hiányos és több szakaszon olyan rossz állapotú volt, hogy külföldi kerékpáros szervezetek nem javasolták a kerékpárút-hálózat minősége miatt a térség felkeresését (AKTÍV ÉS ÖKOTURISZTIKAI FEJLESZTÉSI KÖZPONT 2021).

A kerékpáros turizmus fejlődésére kedvezően hatottak az újonnan megnyitott határátkelőhelyek, határátlépési pontok. Közúti határátkelő működik Harka–Neckenmarkt (súlykorlátozással), Und–Nikitsch, Sopronkövesd–Nikitsch, Zsira–Lutzmansburg–Frankenau, Fertőd–Pamhagen településeken, forgalomkorlátozással Ágfalva–Schattendorfnál. Gyalogos, kerékpáros, lovas határátkelés lehetséges Sarród (Fertőújlak) – Pamhagen, Fertőrákos–

Mörbisch, Ágfalva–Sieggraben, Ágfalva – Rohrbach am Mattersburg, Brennbergbánya–Ritzing településeknél.

#### **5.4.4.3. Az ökoturizmus**

Az értekezés témájánál fogva és terjedelmi okok miatt most nem tér ki részletesen a definiálással kapcsolatos szakirodalmi polémiaakra, melyek nagyon változatos megközelítéseket tartalmaznak. Előzményének tekinthető a hatvanas években népszerű, a harmadik világbeli országokba irányuló, érintetlen természeti környezetet érintő kalandturizmus. A hatvanas években HETZER (in: FENNEL 1997) felelős alternatív turizmusként említette azt a minimális környezeti hatással maximális rekreációt biztosító turisztikai terméket, mely a helyi közösség maximális tiszteletben tartásával és azok számára maximális előnnyel jár. A nyolcvanas évek végén a tömegturizmus ellenpólusaként létező résterméket a turizmus negatív hatásait kiküszöbölő, a természeti területeken zajló turizmusként említik az alternatív turizmus természetalapú formájaként (WEAVER D. B. – LAWTON L. J. 2007:1170). CATER E. (1994) kérdésfelvetésében az ökoturizmus elvként és termékként kezelését tekinti át. TASNÁDI (1997) a szelíd és zöldturizmussal analógnak tekinti. SÜLYÖK J. (2001:18) nemzetközi dokumentumok (UNEP, WTO) alapján kiemeli az ökoturizmus változatos formáit, többféle termékhez kapcsolhatóságát. ROSS S. H. – WALL G. (1999:124) értelmezésében, mely több elemében tartalmazza a WTO ökoturizmus definícióját (in: HORVÁTH P. – RIMÓCZI CS. 2011), az ökoturizmus során egyidejűleg valósulhat meg a bevételtermelés, a környezeti nevelés és a helyiek bevonása mellett a gazdasági infrastrukturális növekedés. Fontos tényező viszont a negatív hatások kiküszöbölése, a biológiai erőforrások és sokféleség megőrzése, a fenntarthatóság követelményének a betartása. WEAVER D. B. – LAWTON L. J. (2007) az ökoturisták szegmentálásánál magatartásukban hard és soft dimenziót különít el, melyben a hard az élményekre, a soft a szállás, étkezési körülményekre vonatkozik. MICHALKÓ G. (2004b) az ökoturizmus és a fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusait vizsgálta, munkájában rávilágít arra, hogy a magyarországi nemzeti parkok turizmusorientált tevékenysége nagy szerepet tölt be az ökoturizmus elveinek és a fenntartható turizmus kereteinek megvalósításában.

2002 már az ökoturizmus éve volt az ENSZ kezdeményezésére, és egyre nagyobb hangsúlyt kapott a turizmus negatív, környezetkárosító hatásaival szemben a természeti környezet megőrzése. Az ökoturizmus fejlődését segítik a világméretű turisztikai trendekben megjelenő egyes keresleti igények, mint az egészség, az egészséges környezet, a természet és

autentikus értékeinek felértékelődése. Az ökoturizmus piaci keresleti körét az Országos ökoturizmus-fejlesztési stratégia (2008) négy csoportra osztja: alkalmi zöldszturistákra, aktív zöldszturistákra, ökoturistákra és elkötelezett ökoturistákra. A stratégia megállapítása alapján magyar viszonylatban az alkalmi zöldszturisták a legnagyobb arányúak, akik számára nem elsődleges ugyan a természeti környezet turisztikai kínálata, de látogatásuk során felkeresik azt. Az aktív zöldszturisták az aktív rekreációs élmények, ökoturisztikai élményprogramok iránt fogékonyak, aktív és passzív rekreációs tevékenységekbe bevonhatók. Az ökoturisták környezettudatosabbak, felelősségteljesebbek, a pozitív hatások iránt elkötelezettebbek. Az elkötelezett ökoturisták ezen túlmenően életvitelükben is érvényesítik a természet megőrzését.

Az ökoturisztikai desztinációk menedzsmentjében BOYD-BUTLER (1996, in: MAGYAR-SULYOK 2014) nyolc alapvető tényezőt nevesít: elérhetőség, megközelíthetőség, marketing és promóció, vonzerők, turisztikai infrastruktúra, szakmai tudás (kéességek, készségek), szociális interakció az ökoturisták és a lakosság közt, látogatói hatások vizsgálata, hosszú távú menedzsment. Ökoturisztikai szervezetek segítik az egyes területek ökoturizmusának fejlesztését (MAGYAR ZS. – SULYOK J. 2014).

A térség legnagyobb és legváltozatosabb ökoturisztikai kínálatát a Fertő–Hanság Nemzeti Park adja, mely a Neusiedler See – Seewinkel Nationalparkkal együtt végzi a tó természetvédelmét. A kínálatot kiegészítik a Neusiedler See/ Fertő-táj Kultúrtáj Világörökség természeti értékeihez kapcsolódó vonzerők. A magyarországi ökoturizmusban kiemelkedő szerep jut a nemzeti parkoknak (jelenleg 10), melyek kialakulása viszont összetett okokra visszavezethetően viszonylag későn kezdődött meg, 1973-ban a Hortobágyi Nemzeti Park létrejöttével. A digitális fejlődésnek köszönhetően változatos információforrások állnak rendelkezésre róluk az interneten, mint például a [magyarnemzetiparkok.hu](http://magyarnemzetiparkok.hu) oldal vagy az egyes nemzeti parkok saját oldalai.

A Fertő–Hanság Nemzeti Park 23.731 hektár területet – Fertő-táj, Hanság, Tóköz, Répce mente – foglal magában. A Fertő-táj tájegység tájvédelmi körzet (1977 óta), UNESCO Bioszféra Rezervátum hálózati tag (1979-től), és 1989 óta egyes területei ramsari területnek (jelentős vizes élőhelynek) minősülnek. 1991 óta nemzeti park. Részt vesz a PaNaNet (Pannonian Nature Network) határon átnyúló ökoturisztikai projektben. Fő természetvédelmi értékét a Fertőn mint a legnyugatibb eurázsiai sós sztyepp-tavon, a mocsaras részeken, a Fertőzug szikes tavain élő sokszínű állat- és növényvilág adja. Az 1994 óta összekapcsolt magyar és osztrák nemzeti parki területeken az élővilág védelmén kívül élőhely-rekonstrukció és élőhely-minőségjavítás történik ([ferto-hansag.hu](http://ferto-hansag.hu)). Míg az osztrák területeket több évtizede aktívan hasznosítják a turizmusban, magyar oldalon az egyetlen tóparti vízitelep megfelelő

turisztikai fejlesztésére 2019-től nyílt lehetőség. A térségben természetvédelmi területnek minősülnek a desztináció települései közül a kutatási területbe tartozók. Világörökségi védettség alatt áll a Fertő–Hanság Nemzeti Park Fertő-táj, Fertőrákos, Nagycenk, Fertőd, Sarród, Fertőboz, valamint Fertőszéplak, Hegykő, Fertőhomok, Hidegség, Balf (Sopron), Ütközőzóna: Nagycenk, Hidegség, Fertőhomok, Hegykő, Fertőszéplak külterületei. (KEZELÉSI TERV 2001:16.) Osztrák oldalon a kultúrtáj része Neusiedler See – Seewinkel Ramsari terület, Rust városa, Mörbisch, Oggau, Donnerskirchen, Purbach, Breiterbrunn és Winden, St. Margarethen, Oslip, Schützen, Jois am Neusiedl és Weiden, Neusiedlere See – Seewinkel Nemzeti Park egyes területe, Podersdorf, Illmitz, Apetlon, Gols, Frauenkirchen, St. Andrae és Pamhagen ütközőzónája a Neusiedler See – Seewinkel természetvédelmi és tájvédelmi körzete és a nemzeti park magterületen kívül eső részei (KEZELÉSI TERV, 2001:16-17.). (Nemzeti parkhoz tartozó területek Gols, Podersdorf am See, Weiden am See, Illmitz, Apetlon, Andau, Tadten) (nationalparkneusiedlersee.at) Mint látható, átfedés tapasztalható a nemzeti parki és világörökségi területek vonatkozásában. A védett értékek bemutatását a nemzeti parkok számára kötelezően írja elő a természetvédelmi törvény (1996. évi LIII. a természet védelméről).

Az ökoturizmus elsődleges szuprastruktúrájának lényeges elemei a nemzeti parki szálláshelyek Sarródon és Sarród–Fertőújlakon. Étkezésre a helyi és térségi vendéglátóhelyeken van lehetőség. Két helyszínen (Sarród, Fertőújlak) van lehetőség a nemzeti park látogatóközpontjában kerékpárbérlésre. Néhány szálláshely-szolgáltató is biztosít kerékpárt a szállóvendégeknek. Az egyes települések aktív és ökoturisztikai elsődleges és másodlagos szuprastruktúrája jelentős eltéréseket mutat, melyeket a 9. és a 10. számú melléklet részletez.

Az ökoturisztikai kínálat meghatározó elemei közé tartoznak a bemutatóhelyek (<https://www.ferto-hansag.hu/hu/okoturizmus/bemutatohelyek>), az ökoturisztikai létesítmények, melybe a látogatóközpontok, oktatóközpontok és tanösvények tartoznak. A bemutatóhelyek ökoturisztikai funkciója a természeti és/ vagy kulturális örökség egy területének bemutatása, ebben meghatározó helyet foglal el a 2012-ben átadott Lászlómajor bemutatómajorság, ahol az egykori Esterházy-majorok hagyományos gazdálkodását és a természeti környezet élőhelytípusait interaktív formában mutatják be. Részen látogatóközpontként funkcionál még a sarródi Kócsagvár és a fertőújlaki Csapody István Erdei Iskola és Ifjúsági Szállás, Sopronban pedig a Károly-magaslati Látogatóközpont. Települési szintű információkat tartalmaz a 11. számú melléklet.



Sopronban és a térségben a természetjárás, ökoturizmust kijelölt túraútvonalak (369 km jelzett turistaúthálózat), kiépített parkolók, szalonnasütő- és piknikező helyek, források, kilátók (7), erdei tornapályák és a Fertő tó körüli kerékpárút-hálózat segíti. Kitáblázásra került a római kori borostyánkő út útvonalát követő európai interregionális túraútvonal (306 km) térségi szakasza, mely Sopron/ Scarbantia térségben 28 kilométeres szakaszon kereshető fel, és gazdag turisztikai látnivalókban. A térségi szakasz Rustból indul Mörbisch érintésével, és Fertőrákosnál ér magyar területre. Sopronban, a belvárosban 3 méter mélyen húzódik az eredeti út nyomvonala, melynek további leletei a Scarbantia Régészeti Parkban, a Fő téren, a Vasalóházban és a Löverek Váris városrészében, az Ojtozi fasorral párhuzamosan futó nyomvonalon tekinthetők meg. Sopron változatos turisztikai kínálatában a természetjárás, ökoturizmus és kisebb mértékben a kerékpáros turizmus is jelen van, melyhez az Alpokalja, a Soproni-hegység „szolgáltatja a keretet”. A Löverek (néhány turisztikai kiadványban Löverek/Lövérek) fenyvesei, kilátói (Károly-kilátó, Sörházdombi-kilátó, Várhely-kilátó, Béke-kilátó, Ház-hegyi-kilátó, Magas-Bérci-kilátó, Gloriette- (Vas-hegyi) kilátó, Ó-Hubertusz-kilátó) a Várisi sétaút, a Károly-magaslati Ökoturisztikai Látogatóközpont, a Gombocz Endre Természetismereti Ház, a Kőhalmy Vadászati Múzeum, a parkerdő erdei élményparkja, a Boszorkányösvény csak néhány azokból a vonzerőkből, látnivalókból, mely Sopron gyönyörű tájához és erdészeti hagyományaihoz kapcsolódik.

Az ökoturisztikai programok térségi vezető szervezője a Fertő–Hanság Nemzeti Park, ahol csoportoknak bejelentésre, egyéni vendégek számára előzetesen meghirdetett időpontban van lehetőség madármegfigyelésre, vezetett gyalogos, kerékpáros, buszos túrákra, kenuzásra, szolárhajózásra (12. számú melléklet).

A programok közül kiemelkedők az egyes jeles napokhoz fűződő rendezvények, melyeket a nemzeti park online és nyomtatott éves programfüzetében hirdet meg. A tavaszi, nyári, őszi kínálatot erdei iskola programok, természetvédelmi táborok, ökopedagógiai témanapok egészítik ki. Szerepelnek a kínálatban élményprogramok is, melyek iránt egyre nagyobb az érdeklődés, és már vállalkozók kínálata is bővíti a programot (13. számú melléklet).

A tanösvények, természetjárás, erdei iskola programok 5 helyszínen jellemzők. A magyar oldal természeti értékekben gazdagabb, de a lehetőségeket behatárolják a tóparti védett övezetek. A vízi ökoturisztikai kínálat mindkét oldalon élénk fejlődést mutat, noha magyar oldalon csak Fertőrákosnál, illetve szervezeten Sopron–Balf és Sarród helyszíneken közelíthető meg a tó (vezetett kenutúrák). Az osztrák vízi turizmus és a hozzá kapcsolódó szálláshely- és programkínálat már kiterjedésénél fogva is „más súlycsoportot” képvisel a magyar lehetőségeknél.

Külön kategóriaként nemcsak a vízrajzi, vízi turisztikai adottságok részeként és lehatárolási problémaként értelmezhető a desztináció egyik fő táji értékének tekinthető Fertő tó. Problémát jelent egyrészt a magyar–osztrák területek eltérő aránya, másrészt a fertőrákosi vízitelep mint egyetlen közvetlen turisztikailag hasznosítható partszakasz kis mérete. A tó többi, területileg Magyarországhoz tartozó területe ugyanis vagy szigorú természetvédelmi védelem alatt áll, így nem látogatható, vagy a 2–8 kilométer szélességű nádöv miatt nem közelíthető meg. Az a sajátos helyzet áll fenn, hogy noha „papíron” a tó területének megközelítőleg egyharmada Magyarországhoz tartozik, a Fertő tó vízfelületének megközelíthetősége kizárólag Fertőrákos külterületén lehetséges. A strand és vízi sportok szempontjából igénybe vehető közvetlen partszakasz hossza nagyon kis kiterjedésű. Vízparti szálláshely a tónál turisztikai értelemben mindeddig nem volt, mert a fertőrákosi kikötő területén lévő cölöpházak (21 ház) magán-, illetve céges tulajdonban voltak, melyek közül a 2017. évi tűzvészben 10 megsemmisült, a többi lebontották. A Fertő tó turisztikai értelemben tehát teljesen különbözik a többi magyarországi tavi turisztikai helyszíntől, noha ez a hivatalos marketingkommunikációban kevéssé jelenik meg, mert a gyakorlatban következetesen a Fertő tavat mint második legnagyobb tavunkat kommunikálják. Ezt az állítást erősítették meg interjúalanyaim is a kutatás során (28. számú melléklet).

A térségi marketing tervezőinek, de a szállásadóknak, turisztikai szolgáltatóknak is komoly gondot okoz, hogy miként közvetítsék a valódi információkat a térség speciális helyzetét kevéssé ismerő, látogatást tervező vendégeknek. A tó és vízfelület megközelíthetősége a fertőrákosi külterülettel egyenlő, és bár több település neve kezdődik Fertő- előtaggal, a tópartinak tekintett térségek számára a tó mint vízfelület turisztikailag „van is, meg nincs is”, mivel távolságuk a tófelülettől nem jelentős, de megközelítési lehetőségük nincs. A tó védett növény- és állatvilága miatt ugyanis gyakorlatilag a teljes partszakasz (a fertőrákosi vízitelep és Csárda-csatorna kivételével) szigorúan védett természetvédelmi terület, melyre látogatási tilalom vonatkozik. A Fertő-táj turizmusban érintett falvai és a turisták számára a tó mint természetes élővízű, turisztikai kínálattal rendelkező vonzerő, Fertőrákos kivételével, nem áll rendelkezésre. Aktuálisan (2019/2020) nincs magyar közvetlen vízparti szálláshely, számottevő mennyiségű sétaút, település, és a tó körüli kerékpárutak is a nyílt vízfelülettől átlagosan 2–10 kilométerre helyezkednek el. A Fertő tó tájképi, kultúrtáji és táji adottságok vonatkozásban a turisztikai desztináció és vonzerőkínálat része, konkrét fogadótérség értelemben viszont csak igen kis terület, melyet egészen a 2019-ben megindult fejlesztésig a tóparton hiányos turisztikai infra- és szuprastruktúra jellemezett.

A jelenleg zajló fejlesztés (Fertő tavi vízitelep) folyamatosan hazai és nemzetközi támadások kereszttüzeiben áll, miközben az osztrák oldal átlagosan másfél milliós éves vendégszámáról, igen jelentős mértékben beépített partszakaszáról, nagy kapacitású turistalétesítményeiről szó sem esik. „Klasszikus értelemben vett”, kiépített vízi turisztikai lehetőségek a fejlesztés megvalósulásáig kizárólag az osztrák oldalon állnak rendelkezésre.

A Fertő tavi beruházás hazánk legnagyobb turisztikai fejlesztése, több mint 30 milliárd forintból épül, és a természeti értékek megóvásával újul meg. Olyan színvonalú sport-, vízi és ökológiai központ jön létre, amely mindenki számára felejtethetetlen időtöltési lehetőségeket

kínál majd, és várhatóan az egyik legnépszerűbb turisztikai vonzerónk lesz. Megújult strand, kemping, bungalók és apartmanházak, szálloda, sportközpont különböző pályákkal, új éttermek, büfék, üzletek létesülnek. Vitorlás- és csónakkikötő épül, fogadótér, parkolók és egy 1300 négyzetméteres, kétszintes ököcentrum jön létre, melyhez egy 16 hektáros ökopark tartozik majd.

### **5.3.5. Láthatatlan turizmus, avagy a bevásárló- és szolgáltatásturizmus a Sopron–Fertő-desztinációban**

A turisztikai mobilitás értelmezésében külön kategóriaként jelentek meg azok a rövid időtartamú, azaz 24 óránál rövidebb utazások, melyek nem járnak szállás igénybevételével, ennek folytán a turisztikai statisztikákban nem jelennek meg, így nehezen azonosíthatók, de gazdasági szempontból lényegesek. Kiváltképp az olyan, „tradicionalisan” kiránduló célpontnak számító városokban érdemes ennek a jelenségnek vizsgálata, mint amilyen Sopron is a hazai turizmus kínálatában. Az egynapos látogatóforgalom mérésére egyre több eszköz szolgál, így például mobilcelladatok elemzése készült el Szentendre példáján közelmúltban (KONDOR A. Cs. et al. 2020), míg a Dunakanyar esetében a kutatók a közösségi médiában közzétett képeket hívták segítségül (KÁDÁR B. – GEDE M. 2020). Az új kutatások nagyban hozzájárulnak az eddig kevésbé ismert utazási szegmensek és motivációk feltáráshoz, a kirándulási célpontként meghatározó desztinációk megismeréséhez.

A láthatatlan turizmus mint „turisztikai termék” kutatása viszonylag újszerű kutatási terület hazai viszonylatban, ám jelentőségét mutatja, hogy MICHALKÓ G. vezetésével 2011–2015 között egy jelentősebb OTKA-kutatás zajlott.

A láthatatlan turizmusnak is nevezett tevékenységet MICHALKÓ G. et al. (2011) a következőképpen definiálta: „Láthatatlan turizmus alatt azokat a 24 óránál rövidebb időtartamú, utazással összefüggő tevékenységeket értjük, amelyek formális létezése ismert, de a benne

résztevők turisztikai magatartása feltáratlan, és/ vagy utazási tevékenységével kapcsolatban nincsenek rendszeres, összehasonlításra alkalmas adatgyűjtések. (...)

„A láthatatlan turizmusnak nemzetközi és belföldi dimenziója egyaránt létezik, alapvetően a nemzetközi átutazó forgalmat, a határ menti kirándulóforgalmat, az egy napnál rövidebb belföldi utazásokat foglalja magában.” (MICHALKÓ G. et al. 2011:2.) Tipikus formáinak tekinthetők: a rokonok és barátok meglátogatása, a bevásárlóturizmus, sport- és kulturális rendezvényeken való részvétel, tanulással összefüggő mobilitás.

A fogalom jelen dolgozatban történő értelmezésekor nem foglalkozom a turisztikai aktivitásnak azokkal a formáival, melyek illegális jellegű tevékenység folytán maradnak „láthatatlanok”.

A téma széles körű érdeklődésre tart számot, hiszen összetett jelenség, a nemzetközi szakirodalomban több vonatkozó területét vizsgálták már. A nemzetközi vizsgálatokból megemlíthetők a határ menti turizmusra, ezen belül hangsúlyosan a bevásárlóturizmusra vonatkozó kutatások, így TIMOTHY D. J. – BUTLER R. (1995) kutatásában Észak-Amerikában vizsgálta a határon átnyúló vásárlás turizmust generáló szerepét, annak politikai, gazdasági, jogalkotási és társadalmi hatását. DI MATTEO L. – DI MATTEO R. (1996) a kanadai bevásárláson alapuló határátlépéseket vizsgálta, mégpedig az egynapos autós utazásokat a kiadások tekintetében, ideértve a benzinárakat, az egy főre jutó költést és a két ország közti árfolyamkülönbséget is. DIMANCHE (2003) a Louisiana államban érvényben lévő adómentességi szabályozás látogatást ösztönző hatásait kutatta. WANG D. (2004) és LAU H. et al. (2005) ázsiai területeken végzett kutatásaikban vizsgálták a bevásárlóturizmus jellemzőit. WANG D. (2004) a vásárlás mintázatának jellemzőit, valamint a vásárlók motivációit kutatta, amely során megállapítást nyert, hogy a határon átnyúló bevásárlóturizmus egyaránt funkcionális és rekreációs tevékenység. LAU H. et al. vizsgálatai pedig arra világítottak rá, hogy a bevásárlóturizmust befolyásolja a kínálat, azaz a vásárlói környezet és a kereslet, azaz a fogyasztói szokások, amelyek összefüggésbe hozhatók a társadalmi–gazdasági környezettel. LEAL et al. (2009) az üzemanyagárak vonatkozásában foglalkozott a kérdéssel, DASCHER K. – HAUPT A. (2011) pedig eltérő gazdasági fejlettségű régiókat vizsgált a fennálló árkülönbségek és az érvényben lévő tranzakciós költségek tekintetében, amelyek sokszor politikai–gazdasági jellegűek, és jelentősen befolyásolják a mobilitást. BERGHAUER S. (2011) a határmentiség és a turizmus sajátos kapcsolatát vizsgálja, mégpedig ukrán–magyar vonatkozásban, amelynek két vetülete emelhető ki, a rokonlátogatás és a bevásárlóturizmus. MICHALKÓ G. (2001) munkájában szintén arra keresi a választ, hogy a bevásárlóturizmus szabadidős vagy inkább külkereskedelmi tevékenység-e, illetve vizsgálja a jelenség

szociálgeográfiai vonatkozásait is. A bevásárlóturizmus tekintetében a téma feldolgozási előzményének tekinthető MICHALKÓ G. (2004a) A bevásárlóturizmus című könyve, amelyben a jelenség több aspektusát vizsgálja, így a földrajzi fekvést, a határmentiséget, illetve a bevásárlóturizmus speciális jelenségeit. MARTON G. et al. (2021) munkájában arra világít rá, hogy a határ menti fekvés eredményezheti egyes régiók, térségek bizonyos fokú elszigetelődését is, amely hatása kettős, hiszen ez társadalmi–gazdasági szempontból hátrányt jelenthet, míg a természeti és kulturális értékek érintetlensége előny is lehet, főképp az alternatív turizmusformák fejlesztése során. Esettanulmányként a Dráva mentét vizsgálták a szerzők a tanulmányban, amely egyúttal kitér az ökoturizmus és az együttműködések, akár a határon átnyúló partnerségi kezdeményezések vidékfejlesztésben betöltött szerepére is.

Az egészségturizmus vonatkozásában is találunk olyan tevékenységeket, amelyek rövid idejű tartózkodást vonnak maguk után (fogászat, egynapos sebészet stb.), ezzel foglalkozott TURNER L. (2008), GLINOS I. et al. (2010), míg a rokon- és barátlátogatás témájában is készültek ehhez kapcsolódó, kritikai kutatások (BACKER E. 2007, HENDEL-PATERSON B. – SWANSON S. J. 2011). Sopron és térségét az NTS 2030 – Turizmus 2.0. a főváros mellett a legkeresettebb gyógy- és medicalturisztikai térségnek tekinti, elsősorban a fogászati kezelések dominanciájával (MTÜ 2021).

MICHALKÓ G. – ILYÉS N. (2020) A nem konvencionális turisztikai mobilitás magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a turizusból származó bevételek növelésének lehetőségére címmel publikált munkájában arra hívja fel a figyelmet, hogy nemcsak a forgalom, hanem a gazdaság tekintetében is ez egy jelentős szegmense a turizmusnak, amelynek folyamatai a „háttérben” zajlanak, de hosszú távon mindenképpen figyelmet érdemelnek. A láthatatlan turizmus volumenének megismerése érdekében szükséges a turizmus fogalmának újraértelmezése és alternatív statisztikai adatgyűjtési módszerek bevezetése, akár a turizmus egyes területein folyamatosan bevezetésre kerülő NTAK-rendszer vonatkozásában.

A téma hazai kutatását nehezíti, hogy a schengeni csatlakozással (2008), a határátlépés határátkelőhelyi ellenőrzésének megszűnésével a határátlépőkről nincs hivatalosan nyilvántartott adat, továbbá mivel szálláshely igénybevételére nem kerül sor, ennek az utazói körnek a kutatási célú feltárása nehezített. A dolgozatba beépültek szóbeli adatközléssel szerzett információk is. Paradox módon a pandémia miatti határátlépési korlátozások tárták fel szélesebb körben például Sopron vonatkozásában a bevásárlóturizmus helyi gazdaságra gyakorolt hatását.

A Sopronban és térségében a bevásárlóturizmus hagyományosnak tekinthető, jelentős gazdasági súllyal bíró tényező. A hatvanas–hetvenes évektől meginduló osztrák beutazó

turizmus elsősorban Sopronban volt jellemző. A bevásárlás az osztrákok számára a forint–schilling kedvező árfolyama és az olcsónak tekinthető árak révén gyakorlatilag szinte minden árucikket érintett (a cigarettától az élelmiszereken át a gyermekruháig) a bevásárlóturizmus, mely tipikusan magában foglalta egy-egy vendéglátóhely, majd később fodrász, kozmetikus, masszázs, egészségügyi szolgáltatások igénybevételét is. Noha a magyar állampolgárokra még kiutazási korlátozások (3 évenkénti nyugati utak) vonatkoztak, a rendszeresen érkező osztrák vendégek megvalósították a kurrens árucikkek magánimportját (csoki, elektronikai cikkek, divatárúk, stb.), melyre rajtuk kívül csak a határ mindkét oldalán foglalkoztatott GYSEV dolgozóknak volt lehetőségük. Az egyre fejlődő osztrák bevásárlóturizmus mellett Sopron szálláshelyeinek kedvező kihasználtságot biztosított a Nyugat-Európába irányuló, utazási irodák által szervezett csoportos utazások tranzitforgalma. A világútlevél bevezetésével (1988) magyarok áradta lepte el a határ menti településeket és Bécset bevásárlási céllal. Az osztrák kereskedők gyorsan „léptek”, és határ menti kistelepüléseken a Gorenje-láz kiszolgálására nagy számban létesültek műszaki diszkontüzletek. A Gorenje-láz ugyan elmúlt, de a kiutazó magyarok egyik programpontja ma is az osztrák üzletekben történő bevásárlás. A kint dolgozó, ingázó magyarok közül is egyre többen intézik bevásárlásaikat a jobb minőség, más áruválaszték igényével Ausztriában.

A rendszerváltás után ugyan a magyar árak emelkedtek, de az árfolyamhaszon még mindig vonzóvá tette az osztrákok számára a bevásárlást, és a szolgáltatásturizmus is dinamikusan fejlődik. Napjainkra az osztrák turisták már nemcsak a fodrász, kozmetika, egészségturisztikai szolgáltatások ügyfelei, hanem gyakorlatilag az élet minden területén igénybe veszik a kedvezőbb magyar szolgáltatók munkáját. Magyar sírköves készít osztrákok számára síremléket, gyakori, hogy Sopronban rendelik az aprósüteményt, tortákat a lagzikhoz, de asztalos munkákban, autószervezben, virágboltokban is rendszeres kuncsaftokká váltak az osztrákok. Az alacsonyabb nyugdíjjal rendelkező osztrákok számára pedig egy színvonalas soproni lakás bérlése a sokkal olcsóbb megélhetéssel jelent kedvező alternatívát.

A bevásárló- és szolgáltatásturizmus terén Sopronban térhasználati átrendeződés következett be. A kilencvenes években a bevásárlóturizmus egyértelműen a belvárost (Várkerületet) érintette, további irányát pedig a határátkelőhely felé vezető útvonal határozta meg. A Stadion üzletház és a mellette létesült Kristály üzletház (már tönkrement, lebontották) ennek a koncepciónak megfelelően létesült. Az 1998-ban épült Sopron Plaza szintén ezen az útvonalon létesült, de üzleti profilja napjainkra már kereskedelmi és szolgáltatási kínálatot egyaránt tartalmaz. A bevásárlóturizmus és a helyi lakosok számára problémát jelentett/ jelent a parkolóhiány, ami megteremtette a pláza ellenpontjaként a város külső, Győri úti területén új

bevásárlóközpontok létesülését. 2001-ben a Tesco hipermarket létesülésével felgyorsult a kifelé terjeszkedési folyamat, mely részben a belvárosi kereskedelmi hálózat ideiglenes átrendeződését, szűkülését vonta maga után, melynek egyik oka a belvárosi, osztrák bevásárlóturisták számának csökkenése is volt. 2005-ben a külső belvárosban nyílt Interspar nagy parkolójával folyamatosan kedvező forgalmat képes produkálni, viszont hatására a közeli Akkord áruház tönkrement, a MOMA üzletház gyakori profilváltoztatással próbálja pozícióit megőrizni.

2007-től a Győri úti bevásárlóközpontban további bővülés következett be, ami az ingyenes és nagy kiterjedésű parkolókkal társulva gyakorlatilag a bevásárlóturisták jelentős részét „áthelyezte” erre a területre. A Family Center és Alpha Park változatos üzleti kínálata, a járulékos szolgáltatásokkal KFC, Burger King, benzinkút, stb. vásárlók tömegeit fogadja. A soproni polgármesteri hivatal nyilvántartása szerint 2020 májusában a városban 236 aktív, kereskedelmi tevékenységet folytató üzlet/ vállalkozás működött (Polgármesteri hivatal, Sopron 2020). Részben megerősítették a mélyinterjúk is azt a tapasztalt jelenséget (28. számú melléklet), hogy osztrák bevásárlóturisták részleges elmaradása kedvezőtlen helyzetet teremtett a belvárosban működő vendéglátóhelyek, megmaradt üzletek számára. A belvárosi fejlesztések nyomán viszont megvalósult a Várkerület korszerűsítése és turistákat vonzó átalakítása, melynek forgalmához a Petőfi téri és a belvárosi parkolóház kapacitása már vélhetőleg elegendő lesz. A megújuló Várkerület hatására az üzlethálózat is „felfrissült”, és nagyobb részt eltűntek az üres kirakatok. A Várkerület fejlesztésével és a történelmi Múzeumnegyed kialakításával esély kínálkozik a bevásárlóturisták „visszacsbítására”.

A mélyinterjúk tapasztalatai alapján is elmondható, hogy az Ausztriába irányuló magyar bevásárlóturizmus részben mérséklődött és átstrukturálódott, de még csökkent volumenével is jelentős gazdasági tényezőt képvisel (28. számú melléklet). Noha a csoportos utazások száma drasztikusan csökkent, az utazási irodák kínálatában még népszerűek az egynapos osztrák városlátogatások és kirándulások (Bécs, Fraknó, Fertő tó, Melk, Klagenfurt) és a bevásárlás célú csoportos Hauswirt (Kittsee) és Lindt (Gloggnitz) csokigyár-látogatások, melyek nemcsak a soproni üdülővendégek, hanem a térségi lakosok számára is vonzóak.

A magyar-osztrák bevásárló- és szolgáltatásturizmus természetesen nem mentes a feszültségektől. A Gorenje-láz idején ugyan nem reklamáltak az osztrák sógorok a kint elköltött schillingmilliárdokért, de saját gazdaságuk védelmében időről időre intenzív kampányokat folytatnak.

A határellenőrzések időszakában (Schengenig) egyes időszakokban korlátozták az Ausztriába bevihető élelmiszerek mennyiségét, és szigorúan elkobozták az engedélyezetten

felüli árucikkeket. A fogászati, szemészeti szolgáltatások terén intenzív marketingkampánnyal, esetenként negatív kampánnyal igyekeznek határaikon belül tartani állampolgáraikat.

Noha a határátkelőhelyek száma megnövekedett, meghatározó mértékben Sopron a bevásárlóturizmus központja, mert a határ menti kisebb települések üzlethálózata kevésbé felel meg bevásárlóturisztikai igényeknek. A többi határ menti településen inkább a szolgáltatásturizmushoz kapcsolódó üzletek igénybevétele jellemző.

Jelenleg nem prognosztizálható, hogy milyen mértékben és mikorra stabilizálódik valamilyen szinten ismét az osztrák bevásárlóturizmus. Amennyiben jelentős csökkenés, átrendeződés következik be, az kedvezőtlen hatású lehet Sopron gazdasági teljesítményére és a helyi foglalkoztatottságra.

### **5.3.6. Borturizmus és gasztronómiai turizmus**

A desztináció gasztronómiai, borturisztikai és kulináris kínálatát a szelídgesztenye, a babos fogások, a halételek és a kékfrankos bor határozza meg. A borturizmus, gasztronómia nemcsak önmagában értelmezhető, hanem alkalmas egy adott térség, régió beazonosítására, az élményszerzés kiteljesítésére (PISKÓTI I. et al. 2019), éppen ezért hozzájárul az egyes térségek megismeréséhez, tudatos imázsformálásához (KÖNYVES E. 2015). A gasztroturizmus már csak a kapcsolódó rendezvények, fesztiválok okán is egyre népszerűbb turisztikai termék hazánkban, egyre inkább nemcsak kiegészítő szolgáltatása az utazásoknak, hanem önálló vonzerőként, egyfajta niche termékként is megjelenik az egyeddesztinációk kínálatában (ZSARNÓCZKY M. 2018).

A térségi szőlő- és bortermelésnek már a keltáktól kezdődően vannak hagyományai, a soproni bor pedig már az 1200-as évektől jelen volt az európai borpiacon. Az 1798-as hegytörvény a termelési módokat és a bortermelést is szabályozta. A XIX. századtól uralkodóvá váltak a kékszőlőfajták a termelésben. A minőségi bortermelést kedvező földrajzi adottságok segítik, ugyanis a löszös–sillámpalás–agyagos talaj kedvező a szőlőkultúrákhoz. A Fertő tó párolgása kedvező mikroklímát teremt, melyet a víztükör melegítő hatása tovább erősít. A II. világháború után a kitelepítések, majd a hegyközségek megszüntetése és a szocialista típusú tsz-gazdálkodás mennyiségi és minőségi értelemben is visszavetette a korábbi bor- és szőlőtermelési hagyományokat. Csak 1994-ben történt meg a hegyközségek újraszerveződése. A Sopron Borvidéki Hegyközségi Tanács a Sopron Városkörnyéki, Sopron Fertőmenti, Fertőtáj, Fertőrákosi Fertőparti, Harkai Hegyközséget fogja össze. Tervezik a Kőszegi Hegyközség egyesülését a sopronival, mert Kőszegen és környékén 300 hektár alá csökkent a



termőterület (2021). A Soproni borvidéken mintegy 1.750 hektár a szőlőterület nagysága, mellyel a legkisebb a borvidékek között. Jellemző szőlőfajták: kékfrankos, cabernet sauvignon, chardonnay, zweigelt, tramini, kékoportó, merlot, zöld vertelini. Borút egyesületek: Soproni Borút Egyesület, Kőszeg–Vashegy Borút Egyesület.

A Hegyközségek Nemzeti Tanácsának országos felmérése szerint a Soproni borvidéket a válaszolók 9%-a meglátogatná, ennél gyakrabban csak a Tokaji, Egri, Badacsonyi és Villányi borvidékeket említették. A kérdőívet kitöltők 24%-a ismeri a borvidék borait, 6%-a saját bevallása szerint rendszeresen fogyasztja is azokat, így e tekintetben a nyolcadik helyet foglalja el a Soproni borvidék országos összehasonlásban (SZOLNOKY G. – TOTTH G. 2017).

A borvidékhez tartozó települések a soproni körzetben Fertőboz, Fertőendréd, Fertőrákos, Fertőszentmiklós, Fertőszéplak, Harka, Hidegség, Kópháza, Nagycenk, Sopron, a kőszegi körzetben Csepreg, Felsőcsatár, Kőszeg, Vaskeresztes. A termőterületek jelentős eltérést mutatnak, általánosnak az 1–10 hektár tekinthető. A Lövér Pince 86 hektárral, a Puklusvin 48 hektárral a legnagyobbak közé tartozik.

A vezető pincészetek kivételével a kisebb gazdaságok lényegesen kevesebb energiát fordítanak marketingjükre. Sopronban 21 pincészet esetében ötnél kevesebb honlapja, négy csak a Facebookon volt jelen, melyből kettőnél elavult, többéves információk voltak fent. Kiemelkedően színvonalas és informatív a Taschner, a Pfeiszl, a Luka és a Linzer–Orosz Borászat honlapja. Online értékesítést honlapjuk alapján 11 végez a 21-ből. 13 honlap tartalmazott borkóstolási ajánlatot, mely esetenként kiegészült egyedi kínálattal: csülöknapok, libanapok (Bónis–Reitter Pincészet), soproni borvacsora menü (Erhardt Pince), látványpince (Prinyő), pezsgő- és pálinkakóstoló (Taschner), bor–csokikóstoló (Zachár Pince).

A TDM soproni honlapján csak három borászat található meg (Erhardt, Steiner, Bruckner). A vidéki pincészetek közül egy sincs jelen a TDM bor–gasztro honlapján.

18 Fertő-táji pincészet közül csak öt kínál borkóstolási lehetőséget (Ráspi, Luka, Linzer–Orosz, Vincellér, Hauer), melyhez viszont színvonalas létesítményekkel rendelkeznek. A borkóstolást a legtöbb pincészet előzetes bejelentkezéshez és egy minimális létszámhoz köti, csak a soproni Natura Vinotékában, illetve a Pfeiszl Pincészetben biztosítanak adott napokon és időpontban, előzetes szervezés nélkül borkóstolási lehetőséget.

A vendéglátóhelyek száma a városban 376 (KSH 2018), a térségben 558. A borkimérések száma a városban 56 (KSH 2018), mely jelentősen elmarad a konkurenciának számító Villány (92) és Eger (156) értékeitől. Az éttermek viszonylatában egyaránt jelen vannak a korábbi időszakok buszos turistalétszámára berendezkedett, nagyobb férőhelyű (Tercia Hubertus, Rosengarten, Mediterraneo, Pannónia, Erhardt) és a kisebb

befogadóképességű, meleg konyhás éttermek (Jégverem, Deák, Rókalyuk, Generális), ugyanakkor megnövekedett a városban élő vendégmunkások miatt az olcsó, menzajellegű büfék száma (Zanza Bisztró, Erdei Büfé, Sörkert, Bözsi Büfé).

A történelmi borvidékhez kapcsolódóan a pandémia időszaka előtt jelentős volt a bor–gasztronómiai témájú rendezvények száma a Kékfrankos Nyár keretében. Megemlíthető a Soproni Borünnep, a Soproni Szüreti Napok vagy a Kékfrankos Szakácskirály-választás, Hegykőn a Pálinkák és Borok Utcája rendezvény. A térség legjellemzőbb vörösborfajtája, a kékfrankos adja a soproni rendezvénysorozat nevét. A Soproni Tavaszi Napok keretében megrendezésre kerülő Soproni Ízutazás elnevezésű gasztronómiai rendezvényen színes ételkínálat, vásári forgatag, pálinka- és borkóstoló, valamint szakmai kiállítások és bemutatók várták a vendégeket. Emellett jellemzőek voltak, de nem jelentős számban egész évben a borbárok, vinotékák és természetesen a borászok által szervezett különleges, adott téma vagy bor köré szervezett borkóstolók.

Nagy várakozás fűződött a borturizmus térségi szereplői részéről a Bormarketing Műhely Nonprofit Kft. által a 2009–2010. évben az NYDOP-1.1.1/A-2008-0009 azonosítójú pályázat megvalósításához, amikor a Nyugat-dunántúli Borászati és Borturisztikai Klaszter vertikális és horizontális bővítésére, a klaszteren belüli együttműködések szélesítésére kaptak támogatást. Sajnos, néhány aktív év után a támogatások beszűkülésével a klaszter működése esetlegessé vált, a támogatással létrehozott Forum Vinorum üzlet bezárt, a Bormarketing Műhely Kft. jelenleg nem fejt ki aktív működést borturisztikai téren, a létrehozott internetes oldalak nem vagy archív tartalommal működnek.

A gasztronómiai értékek kihasználása tekintetében még van mit fejleszteni, ezt erősítette meg a mélyinterjú során Szarjas Timea is. Vannak az ismert és népszerű rendezvények (Soproni Ízutazás, szakácskirály-választás, ágfalvi gesztenyefesztivál, stb.), de még sok a tennivaló abban a tekintetben, hogy a vendéglátóhelyek gasztronómiai kínálatában a térségi kulináris ételek és borok állandó jelleggel helyet kapjanak. Az osztrák példák jelzik, hogy a bor és a jó ételek az őszi, téli, tavaszi időszak vendégforgalmának növelésében milyen jelentősek lehetnek. A soproni és térségi éttermekben általában szűkített ételkínálatból, ritkább esetben szezonális étlapról választhatnak a vendégek, és az osztrák vendégkörhöz alkalmazkodva nagy adagok a jellemzők. Tájjellegű ételek, gasztronómiai különlegességek kevésbé szerepelnek az étlapon (kivéve Erhardt Étterem: babsterc, babos rétes, stb.), és a borlap választékában is gyakran találunk más tájegységből származó borokat. Esetenként alkalomhoz illő ajánlatokkal is találkozunk, mint a VOLT Fesztivál menü.

A Fertő-táj éttermeiben az étlap egy-egy ajánlata ad betekintést a térségi gasztronómiába: Fertőd – Gránátos étterem: hercegi menüajánlat, Fertőd – Grácia: soproni borda (babos ragu), Tornácos étterem, Hegykő: zellerkrém leves hegykői zöldségekből. Az éttermek, vendéglátóhelyek berendezése és minősége különböző színvonalú. Trendi, modern berendezést találunk a Kultúrpresszóban, az El Gusto étteremben, a Tastevino Borbárban, a VOLT Caféban. Kiemelkedik a kínálatból az Erhardt étterem (Gault Millau elismerés, Tripadvisor Kiválósági Tanúsítvány), a Lövér szálló étterme, a Tercia étteremlánc tagjai. Az osztrák vendégkör segíti a megfelelő színvonal biztosítását. Kérdéses viszont, hogy a pandémia után hogyan tud talpra állni a város és a térség vendéglátása.

2019 szeptemberében született kormányzati döntés arról, hogy 800 millió forintos támogatást kapnak, eltérő mértékű önerő biztosításával, a térség borturisztikai és gasztronómiai fejlesztésére a borászatok és vendéglátó vállalkozások. Remélhetőleg a fejlesztések hatása a borturizmus és gasztronómia területén is kedvező hatással jár.

### **5.3.7. Élmény alapú turisztikai lehetőségek a Sopron–Fertő-desztinációban**

A térségi kínálat élményprogramjai a felnőtt és a gyermek–ifjúsági korosztály számára egyaránt változatos szabadidős programokat jelentenek, melyeket a 14. számú melléklet foglal össze. A személyre szabott élmények jelentősége egyre inkább nő a turizmusban. E trendet számos gazdasági, társadalmi, szociológiai folyamat erősíti, de a kínálat oldalán is komoly előrelépés figyelhető meg, amelyek mind-mind abba az irányba hatnak, hogy az egyes szolgáltatók, attrakciók vagy akár desztinációk élményígéretét szélesítsék (AUBERT A. 2011b, AUBERT A. et al. 2018, TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. 2018). Az attrakció- és látogatómenedzsment során egyre nagyobb szerepet kapnak az élményelemek, amelyek célja minél több érzékszervet bevonni a látogatók élményszerzésének folyamatába, minél több interaktív elemmel gazdagítani a látogatást. Ezt erősítik a digitális eszközök, amelyek már a múzeumpedagógiában is egyre látványosabb szerepet kapnak, hiszen segítik az interaktivitást (BODNÁR D. et al. 2017). Az egyes attrakciók felkeresése során a látogatók eltérő motivációval érkezhettek, ugyanakkor egyre inkább közös tényező az interaktivitás, valamint az élmény- és tudásszerzés iránti vágy, amely már a szabadidőeltöltés során is egyre nagyobb szerepet kap (PACKER J. – BALLANTYNE R. 2002). A modern technológiai fejlesztéseknek köszönhetően egyre elterjedtebb a különböző digitális és mobil eszközök alkalmazása a múzeumokban, attrakciónál, amelyek változatos módon kínálnak lehetőséget az élmények elérésére, a látogatók bevonására (virtuális valóság, kiterjesztett valóság, mobilalkalmazások). Éppen ezért

egyre inkább nem az a kérdés, hogy ezek megjelennek-e a múzeumpedagógiában, az attrakciómenedzsmentben, hanem az, hogy milyen módon (TOMIUC A. 2014).

A mélyinterjúk alapján elmondható, hogy az élményalapú kínálat marketingje Sopron és térsége vonatkozásában még erősítésre szorul, hiszen az interneten több esetben csak hosszabb kereséssel, gyakran csak az intézmények honlapján található meg a szükséges információk, így emiatt nem kellően ismertek a turisták számára. A kutatás során településenként összegyűjtöttem az időszak (2019/2021) élményalapú turisztikai kínálatát, melyet a 14. számú melléklet táblázata tartalmaz.

### **5.3.8. MICE-turizmus**

A MICE-turizmus jellegénél fogva az egyik legjövedelmezőbb turisztikai termék (MAGYAR TURIZMUS ZRT. – XELLUM KFT. 2008). Sopron és térsége MICE turisztikai adottságai azonban nem kedvezők ahhoz, hogy a térség jelentős tényező legyen e turisztikai termék kínálati piacán. A Liszt Ferenc Kulturális Központ éves kihasználtsága alacsony, melynek oka közt említhetjük, hogy a gyönyörű környezet és kedvező földrajzi adottságok mellett nem állnak rendelkezésre a konferencia- és rendezvényszervezéshez mennyiségében és minőségében megfelelő tényezők, így például magas minőségű szálláshelyek, nagy kapacitású rendezvénytermek, parkolók és az egyéb járulékos tényezők (például technikai feltételek). A konkurens hazai és osztrák települések erős pozíciói, a MICE-turizmus a turizmus válságának következtében mérséklődő volumene, a Covid-időszakban az online-konferenciák előretörése bizonytalanná teszi a terület fejlesztésébe való befektetések megtérülését.

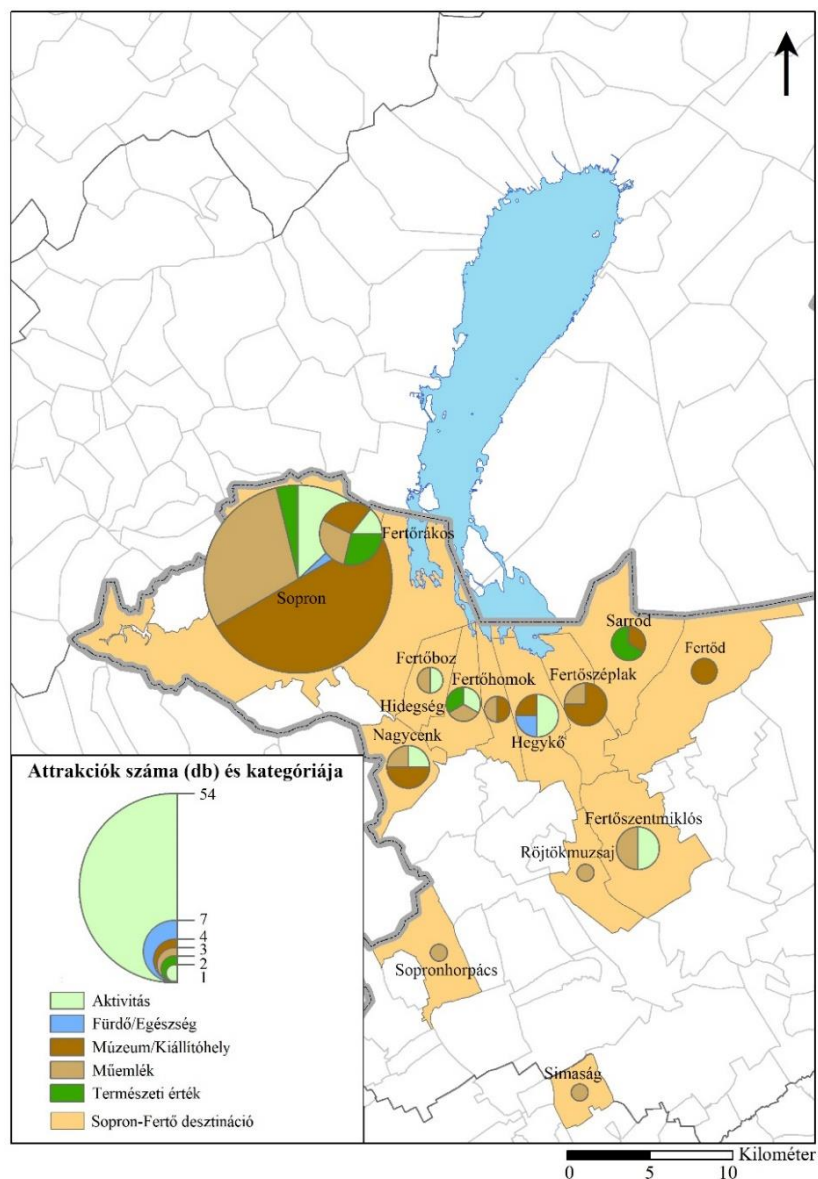
A Modern Városok Program keretében az előkészítő időszakban Sopron városa egy fejlesztési csomagot dolgozott ki „Lövérek Program” néven, melynek egyik eleme egy multifunkciós konferencia- és rendezvényközpont kialakítása. A 1729/2020. (X. 30.) kormányhatározat értelmében a Lövérek Program keretében létrejövő nemzetközi konferenciaközpont a volt Hotel Maroni területén valósul meg. Ennek érdekében a 2020-as évben 1.130.844.000 forintos költségvetési támogatást biztosított a kormány a Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt. részére. A jelenlegi tervek alapján a megvalósuló létesítményt multifunkciós közösségi térként is hasznosítják.

### **5.3.9. A Sopron–Fertő-térség kínálatának áttekintése**

A Sopron–Fertő-térség kínálatának áttekintése a NETA (Nemzeti Turisztikai Adatbázis) felhasználásával és a kutatás által feltárt lehetőségek alapján történik. A NETA adatbázisában szereplő attrakciók arányaikban egyező mértékben jelzik a térség turisztikai profiljának fő elemeit, melyet az 5. ábra szemléltet.

## 5. ábra

### A Sopron–Fertő-térségben található attrakciók számának és kategóriájának megoszlása (2021)

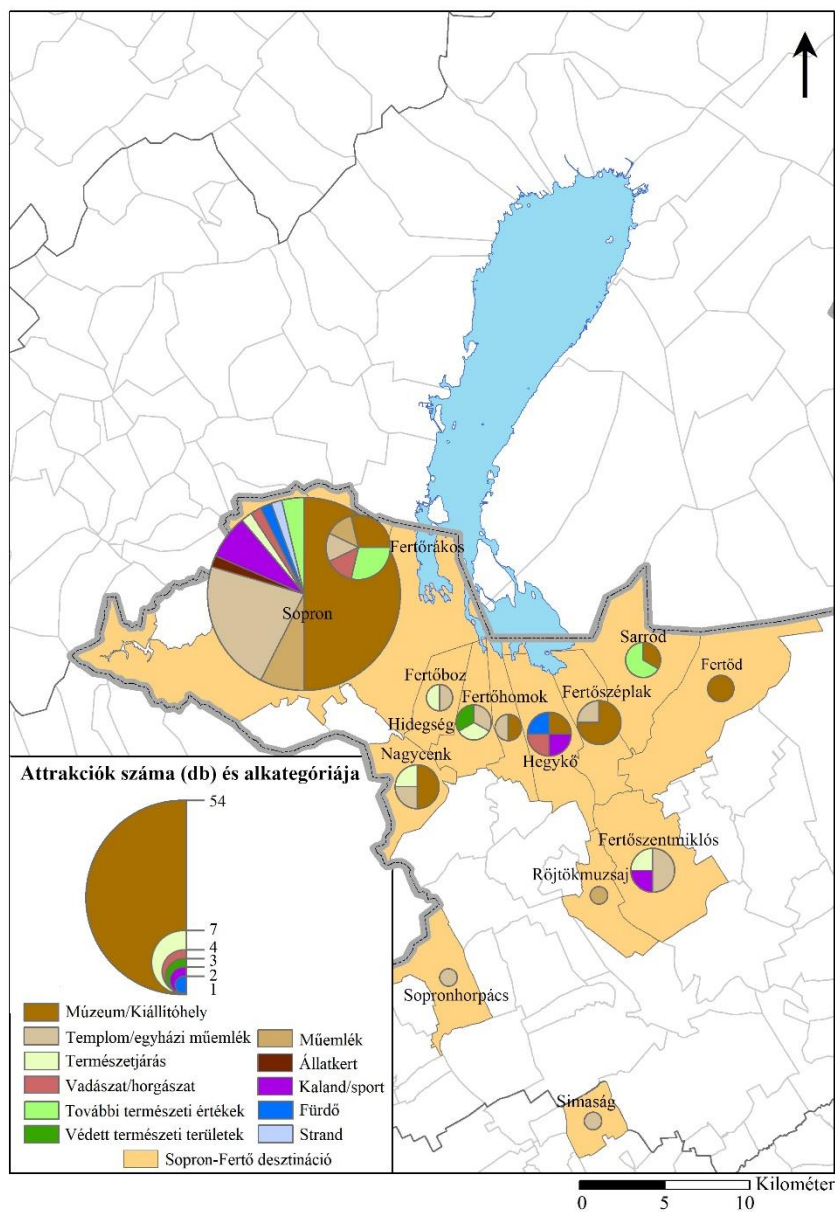


*Forrás: NETA Adatbázis*

A profil fő elemei a múzeumok, kiállítóhelyek, műemlékek nagy számából következően a kulturális és örökségturizmus, műemlékturizmus, a természeti értékekkel összefüggésben az ökoturizmus és az elsősorban outdoor aktivitásokra épülő aktív és kerékpáros turizmus. A fürdőturizmus – az ismertetett lehetőségeknek megfelelően – csak kis szegmensként jelenik meg. A 6. ábra jelzi Sopron egyértelmű központi kínálati szerepét és az egyes települések kínálati profiljának jellegét.

## 6. ábra

### A Sopron–Fertő-térségben található attrakciók számának és alkategóriájának megoszlása



*Forrás: NETA Adatbázis*

Az ábra egyértelműen mutatja Sopron mellett Fertőrákos és Hegykő pozíciójának erősödését, melynek egyik forrása a változatos kínálat.

Az értekezés egyes ábráin, mint pl. az 5.4 fejezetben is feltüntettem adattartalommal együtt a desztináció olyan településeit is, melyek nem részei a kutatás vizsgálati területének (Fertőszentmiklós, Rőjtökmuzsaj, Sopronhorpács, Simaság). A feltüntetés indoka azonban egyrészt annak alátámasztása, hogy ezek a települések mind térszerkezeti elhelyezkedésüket, mind turisztikai tartalmaikat illetően markánsan nem különíthetők el a kutatási területtől.

Másrészt a dolgozat további hasznosításának érdekében is indokolt a kitekintés, hiszen egy későbbi kutatás számára az adatok a teljes desztinációra vonatkozólag szükséges, hogy rendelkezésre álljanak.

Az első hipotézissel összefüggésben a NETA-adatbázis alapján a desztináció termékkínálatában komplex módon van jelen a kulturális és örökségturizmus, a műemlékturizmus, mely a történelmi adottságokból következően párhuzamosságokat mutat az osztrák oldal kínálatával (Esterházy-kastélyok, várak, nemesi kúriák, katolikus egyháztörténeti emlékhelyek, templomok, az Osztrák–Magyar Monarchia korának építészeti emlékei, parasztkastélyok építészeti kultúra). A jelenleg zajló fejlesztések (Esterházy-kastély, Fertőd, Széchenyi-kastély, Nagycenk, Múzeumnegyed, Sopron) vélhetően ennek a klasszikus turisztikai terméktípusnak a kínálatába további változatosságot hoznak az élményelemek nagyobb arányú beemelésével, illetve a felújított épületegyüttesek alap kínálatával (pl. állandó és időszakos kiállítások). A Fertő-táj, az Alpokalja adja a táji adottságot a kerékpáros turizmushoz, ökoturizmushoz, aktív turizmushoz. A kutatás időszakában megkezdett és lezárt fejlesztések (kerékpárút bővítése, korszerűsítése, infrastrukturális beruházások, szálláshelyek korszerűsítése) jelentős lépésként értékelhetők a magyar terület versenyképességének növelése szempontjából. Nehezen prognosztizálható, hogy a fesztivál-, rendezvény- és zenei turizmus vonatkozásában, melyeket a Covid-járvány évekre lenullázott, milyen további hatásokkal, következményekkel járhat a járványjelenség.

A helyszíni bejárás, a helyismeret viszont a termékprofilnak olyan elemeit is feltárta, amelyek a NETA-adatbázisban különböző okokra visszavezethetően csak részben vagy hiányosan jelennek meg, illetve rejtve maradnak (pl. egészségturizmus, „láthatatlan” turizmus). Az egészségturizmust vizsgálva a wellness-turizmus nagyságrendje a helyszínek és szálláshelyek vendégforgalmában megjelenik ugyan, de a gyógyturizmus és orvosi turizmus vonatkozásában nem állnak rendelkezésre megbízható adatok, noha különösen Sopron és részben a Fertő-táj esetében a termékkínálat domináns elemének tekinthetők. A bevásárló- és szolgáltatásturizmus különösen Sopron, kisebb mértékben Fertőd, Hegykő és a kisebb határátkelőhelyek települései esetében szintén a kínálat fontos eleme, de nagyságrendjére és gazdasági hatására éppen a Covid-jelenség világított rá a lezárások miatt gazdasági nehézségekkel küzdő vagy éppen megszűnő, tevékenységüket szüneteltető vállalkozások számából következően.

A bor- és gasztroturizmus vállalkozói és vendéglátóhelyei, valamint a szálláshelyek (lásd kereslet fejezet) esetében egy tipikus magyar jelenséget tapasztalhatunk. Az esetek zömében a szolgáltatók, vállalkozók térségi hálózati összefogása, együttműködése, különösen



az osztrák térséggel összevetésben nagymértékben hiányzik. A kínálatban nem jelennek meg szakmai, civil vagy egyéb szervezet hálózati résztvevőiként. Partneri kapcsolatuk a térségi TDM-mel hiányos, a TDM-honlapján nem jelennek meg. Hasonló jelenség áll fenn a vállalkozások megfelelő szintű online elérhetőségének színvonalában és tartalmában is. Ez a jelenség azzal a következménnyel járhat, hogy elérhetőségük, ismertségük és forgalmuk is töredéke lehet annak, ami desztinációs elhelyezkedésükből, pozíciójukból következne, és amit az osztrák „minta” alapján láthatnak.

Az élményalapú turisztikai lehetőségek felértékelhetik egy-egy desztináció népszerűségét. Az 5.3.7. alfejezetben említett élményalapú turisztikai programok egyértelműen forgalomnövekedő tényezőként hatnának, viszont ismertségük, hatékonyságuk az előbb említett hiányos hálózati marketing miatt lényegesen elmarad az elvárhatótól. A helyszíni bejárásakor feltárt 15 helyszínből aktuálisan öt található meg a TDM-honlapon (2021).

A járvány „átrendezte” a MICE-turizmus piaci feltételeit is. Nem prognosztizálható, hogy a későbbiekben a járvány miatt elterjedt és általánossá vált online-konferenciák milyen mértékben befolyásolják a MICE-turizmus alakulását. Előfordulhat, hogy ennek ismeretében „újratervezést” igényel a turisztikai termékkínálat tervezett bővítését szolgáló multifunkciós konferencia- és rendezvényközpont megvalósítása.

#### **5.4. Sopron–Fertő-térség turisztikai kereslete**

Az alábbiakban a Sopron–Fertő turisztikai desztináció keresletének néhány, a dolgozat szempontjából fontos jellemzőjét mutatom be, annak érdekében, hogy megismerjük, a térségben mekkora volumenű turizmus realizálódik. Megjegyzés: figyelembe kell venni az adatvizsgálat során azt, hogy a KSH adatvédelmi okokból nem publikálja az adatokat, ha egy településen 3 egység alatt van a szálláshelyegységek száma. Ez a kutatási területen Fertőboz települést érinti 2 szálláshelyegységgel és Nagycenket, ahol 2019-ben 1 szálláshelyegység létesült. További lényeges tényező, hogy a NTAK-adatszolgáltatás a különböző besorolású szálláshelyek esetében 2020. január 1-től vált általánosan kötelezővé, az ezt megelőző időszakról például egyes egyéb üzleti célú szálláshelyek esetében csak éves összesített vendégszámról és vendégéjszakáról volt kötelező, ami a szezonális elemzését adatok hiányában nem teszi lehetővé. A 2018–2020 közötti időszak KSH által közölt térségi adatait tekintve pedig korrekció szükséges, mert a 2020. szeptember előtti időszak Bükfürdő adatait is tartalmazza.

Sopron évek óta jelentős szerepet tölt be Magyarország leglátogatottabb településeinek sorában, bár tény, hogy évről évre veszít pozíciójából, amelynek oka többek között a belföldi turisták utazási szokásainak változása, valamint a versenytársak fejlesztései mind a kínálat attrakcióelemeinek, mind a szálláshelyeknek a tekintetében. A már említett fejlesztések, nagyberuházások, amelyek Sopront és térségét érintették/ érintik, éppen ezeket a hiányosságokat kívánják kiküszöbölni, amelyek nemcsak Sopronra, hanem várhatóan annak térségére is intenzíven hatnak. A fejlesztések hatására és sikeres desztinációmenedzsment-tevékenység segítségével várható a térségben forgalomélnkülés, illetve akár a tartózkodási idő növekedése. 2008-ban Sopron még hazánk 8. leglátogatottabb települése volt a vendégéjszakák száma alapján (KSH), 2019-ben ugyan még mindig benne van a top 20 leglátogatottabb település rangsorában, azonban már csak a 15. helyen.

Ez a csökkenés Sopron esetében észrevehető mind a vendégek számának, mind a vendégéjszakák számának alakulásában. Utóbbit megvizsgálva elmondható, hogy míg 2010-ben az összes vendégéjszakaszám (kereskedelmi és üzleti célú, egyéb) 481.171 volt a településen, addig 2019-ben 404.088-ra csökkent. A 2010–2019 közötti időszakot vizsgálva a mélypont 2013 volt, 394.289 vendégéjszakával (KSH). A térség többi településén jellemzően inkább stagnált vagy ingadozott, azaz minimális mértékben csökkent/ nőtt a vendégéjszakák száma, jelentősebb trendszerűség nem azonosítható. Kivéve Hegykő esetében, ahol tapasztalható a vizsgált 10 évben egyfajta dinamikus emelkedés. Itt 2010-ben 95.823 vendégéjszakát regisztráltak, míg 2019-ben már 133.363-at. Érdeemes megemlíteni, hogy Burgenland tartomány 2019-ben 3.144.432 vendégéjszakát produkált, melyből viszont elgondolkodtató a magyar vendégek 50.600 vendégéjszakás részesedése. A magyar területnél lényegesen nagyobb kiterjedésű Neusiedler See régió ebből 1.629.118 vendégéjszakát (52%) realizált (burgenland.at.:42.).

Az összes vendégéjszakák számának megoszlása szempontjából látható Sopron egyértelmű dominanciája, ahol a vizsgált térség vendégéjszak számának 68,7%-a realizálódott 2019-ben. Hegykőn a vendégéjszakák 22,7%-a került regisztrálásra ez évben. 2010-ben a térség vendégéjszakáinak még csupán 15,7%-a került regisztrálásra Hegykőn, így látható a település szerepének növekedése a térségben. E két település a térség vendégéjszakáinak 91,4%-át köti le. A vendégéjszakák számának alakulását megvizsgálva megfigyelhető egy másik trend is a térségben. Míg 2010-ben a vendégéjszakák 92,2%-a realizálódott a kereskedelmi szálláshelyeken, addig 2019-ben csupán 81,5% volt ez az érték. Azaz megállapítható, hogy a térségben erősödött az üzleti célú egyéb szálláshelyek pozíciója. Ezek a vendégéjszakaszám-értékek azért tekinthetők sajátosnak, mert a kutatási térségben 2019-ben a szálláshelyegységek

száma 284 volt, melyből 45% (128) működött a Fertő-tájon, Hegykő 16% (46) és Fertőrákos 12% (34) kedvező pozíciójával, 55% (156) pedig Sopron közigazgatási területén. Szobaszám vonatkozásában eltérők az arányok. A Fertő-tájon a szobák 30%-a (624 szoba) található, Sopronban pedig 70%-a (1485 szoba). Férőhelyek tekintetében szintén eltérő arányokat találunk, mert a Fertő-táj a férőhelyek 36%-t (1949 férőhely) biztosítja, Sopronban 64% (3471 férőhely) áll rendelkezésre.

Sajnos, ezek az adatok „nem csengnek össze” a kérdőíves felmérés azon adataival, mely megfelelő, illetve magas diszkrecionális jövedelmű vendégekört jelzett, mert az ennek a vendégekörnek megfelelő szállodai, illetve panziós egységek, szobaszámok és férőhelyek meghatározó mértékben Sopronban állnak rendelkezésre. A Fertő-tájon mindössze 2 szálloda (15%) található, 1 Fertődön és 1 Hegykőn 34 szobával (4%), 94 férőhellyel (5%). Sopronban 11 hotel (85%) áll rendelkezésre 760 szobával (96%), 1618 férőhellyel (95%).

A szállodákon kívül magasabb kategóriát képviselő panziók esetében kissé kiegyenlítettebb a helyzet. A Fertő-tájon 16 panzió (42%) működik 172 szobával (42%), 411 férőhellyel (43%). Sopronban 22 panzió üzemel (57%) 237 szobával (58%) és 537 férőhellyel (57%).

Érdeemes néhány ausztriai adatot is megemlíteni. A Neusiedler See régióban a szálláshelyek 23%-a tartozott a 4 vagy 5 csillagos kategóriába, 25% körül alakult a 3 csillagos, 6% körül a 2 és 1 csillagos, 46% az egyéb szálláshelyek aránya (burgenland.at.:14.). Az osztrák térségnek sikerült a vendégforgalmát is a magasabb kategóriájú szálláshelyek felé pozícionálnia, mivel a 2019. évi összes vendégéjszakájából a legtöbb vendégéjszakát a 4 vagy 5 csillagos szálláshelyek biztosították 410.832 vendégéjszakával (25%) (burgenland.at.:45.).

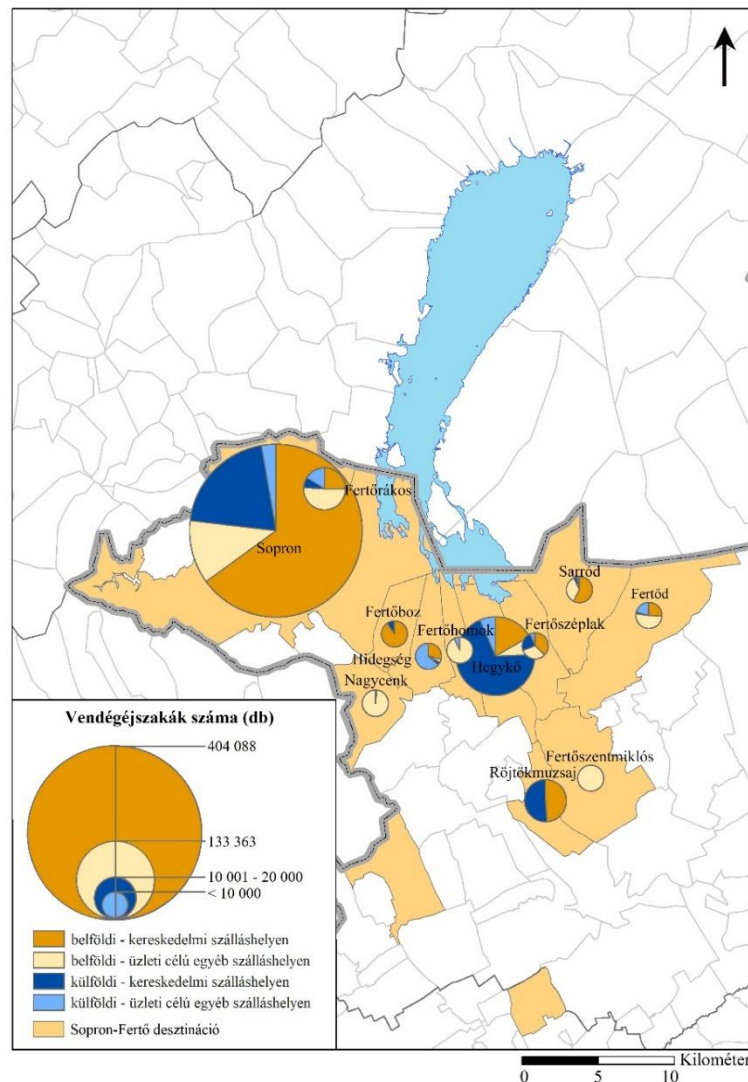
A vendégéjszaka-adatok a vendégforgalom erős szezonálisát és polarizáltságát jelzik, és arra is utalnak, hogy a kereslet szempontjából a vendégek előnyben részesítik a komplex kínálattal rendelkező Sopront és a termálfürdővel és gyógyászati szolgáltatásokkal rendelkező Hegykőt. A Fertő-táj szálláshelyeinek forgalma elsősorban a főszezonra koncentrálódik, kisebb mértékű elő- és utószezoni forgalommal, a téli időszakban pedig a Fertő-táj legtöbb szálláshelye zárva tart, vagy csak alkalmilag fogad vendégeket (adventi időszak, szilveszter). Az üzleti célú egyéb szálláshelyek közül növekszik a magánszálláshelyek aránya a térségben. A jelenleg érvényes szabályozás szerint üzleti célú egyéb szálláshely kategóriába tartozó falusi szállásadás és fizetővendéglátás besorolású szálláshelyegységek száma 149 volt a desztinációban 446 szobával, 1135 férőhellyel. A Fertő-tájon 78 (52%) magánszálláshely található 265 szobával (59%), 664 férőhellyel (59%), de legnagyobb részük szezonálisan üzemel. A soproni közigazgatási területen működő 71 magánszálláshely (48%) 181 vendégszobával (41%), 471 férőhellyel (41%) viszont lényegesen kedvezőbb körülmények között működik, mert a belföldi

migráció és az ingázó ausztriai munkavállalók is igénybe veszik vendégszobáikat. Vélhetően a 2022-től megkezdődő egységes szempontok és szállástípusok szerint történő minősítés segíti majd a megfelelő kategóriába történő besorolást és az annak megfelelő minőség biztosítását.

Az 7. ábra mutatja meg a térségben a belföldi–külföldi vendégéjszakák arányát 2019-ben. A vizsgált térségben a külföldi vendégéjszakák aránya 35,1% volt az összes vendégéjszakaszám viszonylatában. A külföldi vendégéjszakák aránya legmagasabb Hegykő településen, ahol a vendégforgalom 75,7%-át a külföldi vendégéjszakák adják. Jelentős a külföldi vendégéjszakák aránya Hidegség (67,2%) településen, bár ennek volumene értelemszerűen jóval elmarad a hegyköitől. A külföldi vendégéjszakák aránya viszonylag magasabb volt még Fertőszéplakon (30,6%), míg három további településen (Fertőrákos, Fertőd, Sopron) 23% volt. A 8. ábrán jól látszik az is, hogy a külföldi vendégéjszakák többségét kereskedelmi szálláshelyeken regisztrálták, a térség külföldi vendégéjszakáinak 85,8%-a e szálláshelyeken realizálódott. Értelemszerűen ez összefüggésben áll az adott terület szálláshelystruktúrájával, így nem csoda, hogy e tekintetben Fertőhomok és Fertőd esetén az üzleti célú egyéb szálláshelyeken regisztrálták a külföldi vendégek nagy részét. E településeken a belföldi vendégéjszakák esetében is megfigyelhető az üzleti célú, egyéb szálláshelyek dominanciája.

## 7. ábra

### Belföldi és külföldi vendégéjszakák számának megoszlása a vizsgált térség kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyein (2019)



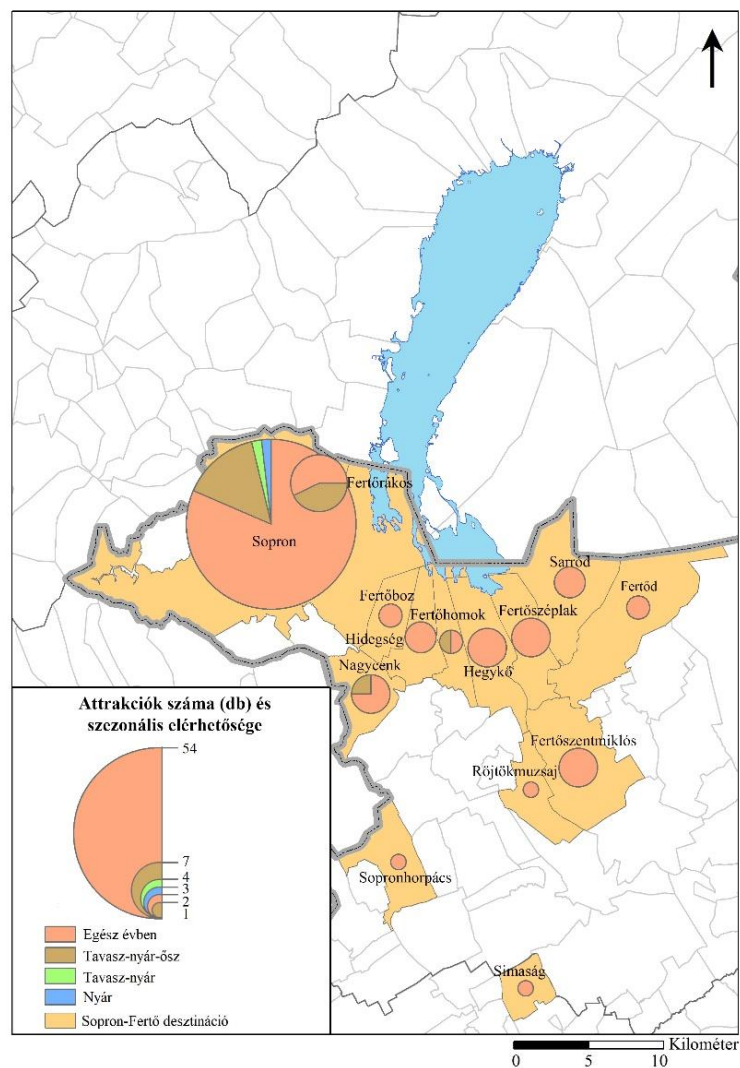
*Forrás: KSH alapján*

*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

Sopron és térségében a KSH adatai alapján elmondható, hogy az átlagos tartózkodási idő a 2010–2019-es időszakot vizsgálva változóan alakul. Több évben (2010, 2013, 2015, 2016, 2017) is volt rá példa, hogy az átlagos tartózkodási idő átlaga a vizsgált térségben elérte a 2,9 napot, míg egyéb években 2,3 és 2,5 nap volt. A vizsgált térségben az átlagos tartózkodási idő Hegykőn magasabb, bár az utóbbi években itt is csökken a tartózkodási idő. Míg 2010-ben a településen az átlagos tartózkodási idő 4,9 nap volt, addig 2019-ben már csak 3,7. Sopronban az átlagos tartózkodási idő a vizsgált időszakban szintén csökkenő tendenciát mutat, 2010-ben 2,5 nap, míg 2019-ben 2,1 nap volt.

A térségi vendégforgalmat Sopron és Hegykő kivételével erős szezonális jellemzi a vendégéjszakák megoszlási adatai alapján, melynek oka lehet, hogy az aktív és kerékpáros turizmus alapvetően a nyári időszakot érinti, illetve a Fertő-táj településeinek indoor szabadidős- és rendezvénykínálata a főszezonra koncentrálódik. A 8. ábra az attrakciók szezonális elérhetőségét jelzi, amelyen látható, hogy az attrakciók jelentős része alapvetően egész évben elérhető lenne, így „elvileg” nem volna akadálya a szezon meghosszabbításának. Viszont a helyszíni kutatásból kitűnik, hogy az élményprogramok és a gyermekes családok számára vonzó attrakciók, melyek egyre nagyobb motivációt jelentenek, részben szabadteriek nagyobb szezonális kitétséggel.

**8. ábra**  
***Az attrakciók szezonális elérhetősége***



*Forrás: NETA Adatbázis*

*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

A hazai szabadságolási szokások, iskolai szünetek jelenleg kevésbé teszik lehetővé reálisan ennek a piaci szegmensnek a szezonálisát növelni. Az iskolás korosztály az osztálykirándulások révén a tavaszi időszakban látogat dömpingszerűen a térségbe. Viszont az ezüstkoriak esetében nagyobb az esély a szezonális csökkenésére.

A Fertő-táj és Sopron attrakcióinak jelentős része belépődíj nélkül látogatható, ennek következtében nem állnak rendelkezésre teljes mértékben látogatottsági adatok az egyes látnivalók szezonális látogatottságáról. Ilyen értelemben a Sopron–Fertő-desztinációra fokozottan érvényes a desztinációalapú szemlélet érvényessége, mely túllép azon, hogy a desztináció sikerességét csupán vendégforgalmi adatok elemzésére vezeti vissza. A későbbi kutatások számára kedvező lehet a NTAK adatszolgáltatási kötelezettség kiszélesítése a turisztikai attrakciókra és vendéglátóhelyekre, de feszültségeket is indukálhat a szolgáltatók, az egyszemélyes vállalkozások körében.

A magyar versenytársakkal összevetésben a Sopron–Fertő-desztináció domináns USP-je nyugati kapu jellege, Ausztria közelsége, mely előnyösen megkülönbözteti az összes hazai versenytárustól. Turisztikai kínálatában viszont még vannak olyan hiányzó vagy további fejlesztést igénylő kínálati elemek, melyek az aktuális turisztikai trendek alapján kedvezőbb pozíciót biztosíthatnának a desztinációnak, pl. megfelelő kapacitású, egész évben üzemelő, helyben lévő élmény- vagy termálfürdő, több élményelem, mint programlehetőség, a Fertő tó vízitelep megvalósítása, stb. Ebben az értelemben komoly versenytárs a térségen belül Győr és Bükfürdő.

## **5.5. A turizmus szervezetrendszer a mintatérségben**

### **5.5.1. A szervezetek típusai és működési környezetük sajátosságai**

A Sopron–Fertő-térség desztinációmenedzsmentjének áttekintése során fontos látni, hogy Sopron és térsége turizmusának alakulását alapvetően befolyásolják a következők:

- határ menti fekvés,
  - o mely közvetlen hazai és nemzetközi vendégforgalmat indukáló tényező és speciális vonzerő is egyben,
- a magyar és osztrák térség természetföldrajzi és tájtörténeti egysége,
  - o mely a két terület közti kapcsolat megalapozója, de egyben a turizmus szempontjából hasonló kínálati elemek forrása is,

- a Fertő tó és a hozzá kapcsolódó nemzeti parkok helyzete és turisztikai hasznosításuk kérdésköre sajátos (28. számú melléklet),
  - o mely lehetőség és konfliktusforrás – különösen a magyar oldal intenzívebb fejlődése óta – a magyar és osztrák terület között.

Ezek a tényezők elősegítették, hogy a desztináció komplex, turisztikai kínálattal rendelkezék, és turizmusát egyedi jellegzetességek, más hazai turisztikai térségekkel összevetésben eltérő fejlődési folyamatok jellemezzék, melynek során már a rendszerváltás előtt relatíve fejlett turisztikai kínálat és hozzá kapcsolódó turisztikai szolgáltatórendszer épült ki.

Noha voltak példák és lehetőségek a határ menti, turisztikai témájú együttműködésekre és projektekre, de az osztrák felet dominánsabb pozíciója, turisztikai szervezeti rendszerének kidolgozottsága, stratégiai irányai és érdekei kevésbé ösztönzik kooperációra, hiszen ez számára a magyar versenytárs erősödésével a forgalom csökkenésével is járhat. Ezzel többségében egyetértettek interjúalanyaim is a vizsgálat során (28. számú melléklet). Magyar részről hosszabb időn át a turizmus jelentőségének alulértékelése, a fejlesztési források hiánya, a szervezeti irányítás változásai, a stratégiai dokumentumok kidolgozatlansága, a korszerű turizmus igényeihez való alkalmazkodás nehézségei, a hálózati szemlélet érvényesülésének nehézségei nehezítették/ nehezítik a desztináció fejlődését. Az együttműködés viszonylatában pedig még a hazai oldalról kooperációkompetens szervezetek működése is nehezítettnek mondható. (BARCZA A. 2012)

A Sopron Régió TDM megalakulása előtti időszakban a térségi turizmus irányításának egyik legjelentősebb szervezetei közé tartozott a Magyar Turizmus Zrt. Nyugat-dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága, a Regionális Idegenforgalmi Bizottság és a Regionális Fejlesztési Ügynökség (TAMA I. 2010).

Napjainkra (2021-ig terjedő időszak) már több szervezet foglalkozik a térségi turizmus fejlesztésével, melyek közt találhatunk egyéni, települési/ térségi szintű, közösségi, desztinációs szintű szerveződéseket. Működésük jellegében, aktivitásában és szakmaiságában viszont nagy változatosságot mutat. Nonprofit és profit célú, professzionális és ad hoc módon, tartósan és esetlegesen működőket egyaránt találhatunk köztük, profiljuk nem egységes, cross-szektorálisként is jellemezhető.

A szervezetrendszer az alábbi kategóriák alapján tipizálható:

- Desztinációmenedzsment, turizmusmenedzsment, térségmenedzsment típusú szervezetek (pl. Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft., Neusiedler See Tourismus GmbH – desztinációmenedzsment, turizmusmenedzsment, Fertő-táj Világörökség Magyar Tanácsa, Verein Welterbe Neusiedler See,



Alpokalja – Fertő-táj Vidékfejlesztési Egyesület (LEADER) – térségmenedzsment)

- Önkormányzati szervezeten belül turisztikai funkciók ellátása (pl. Sopron, Hegykő, Fertőd – Eisenstadt, Rust, Mörbisch, Illmitz, Podersdorf am See)
- Állami szervezetek (nonprofit és forprofit) (pl. Fertő–Hanság Nemzeti Park, Eszterháza Kulturális Kutató- és Fesztiválközpont Közhasznú Nonprofit Kft., Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt., Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel)
- Attrakciókhoz kapcsolódó magánalapítvány-jellegű szervezetek (pl. Esterhazy Betriebe GmbH, Esterhazy Privatstiftung: Eisenstadt, Lackenbach, Forchtenstein kastély, St. Margarethen: római kőfejtő, Familypark GmbH, St. Margarethen),
- Civil szervezetek: turisztikai szolgáltatók részvételével (pl. Fertői Szállásadók Egyesülete, Fertőrákosi Vendégvárók Egyesülete), nem turisztikai profillal (pl. Civilek a Fertő-tájért)

### **5.5.2. A Sopron–Fertő-térség meghatározó menedzsmentszervezetei**

A hazai turizmus szervezeti szerkezetében hosszabb időn keresztül jelen voltak olyan jelenségek, melyek nehezítették, gátolták a hatékonyabb működést. Megemlíthető ezek közül a széttagolt irányítási, szervezeti és finanszírozási rendszer, a modern turizmus céljaihoz, irányaihoz, elvárásaihoz igazodó stratégiai tervezés, koncepció és szervezés hiánya, a kompetenciák és hatáskörök kevésbé tisztázott lehatárolásai, melyek összefüggtek a turizmus nemzetgazdasági jelentőségének alulértékelésével. Az NTS 2005-ben jelent meg a desztinációalapú térségi menedzsmentszervezetek létrehozásának szükségessége, amely a 2013–2024-as időszakra vonatkozó Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepcióban (NTK 2014) is még hangsúlyos szerepet kapott. A később kidolgozott NTS 2030 (MTÜ 2017) és az NTS 2030 – Turizmus 2.0. (MTÜ 2021) szintén desztinációban gondolkodik, a vízió, misszió mellett a márkaépítésre, marketingre, értékesítésre, eszközrendszerekre, szervezeti feltételekre és a turizmusirányításra vonatkozó stratégia került meghatározásra. Lényeges elemként jelent meg a turizmus stratégiai ágazatként kezelése, az egységes turizmusirányítási szervezet megteremtése, a térségi koncentráció, a fejlesztések desztinációs alapra helyezése, a turisztikai tervezés alapegységeként a desztinációk meghatározása.

A turisztikai fogadóterületek fejlesztésének elősegítését szolgálta a hazai turizmusdesztinációmenedzsment-rendszer (TDM-rendszer) létrehozása 2007–2008-tól kezdődően, mely optimális esetben decentralizált szervezet- és rendszerfejlesztési egységenként történő működést irányzott elő. A szervezetek létrehozását az Új Magyarország Fejlesztési Terv Regionális Operatív Programjai (ROP) támogatták. A TDM-pályázatokat három körben írták ki, országosan helyi, térségi és regionális szinten is szerveződtek TDM-ek (LENGYEL M. 2008, AUBERT A. et al. 2017).

A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. – mely a Sopron–Fertő-térség TDM-szervezete – is ebben az időszakban jött létre. Noha a cégbírósági bejegyzés 2009-ben megtörtént, a működési feltételek 2013-ra teremtődtek meg, és ettől az évtől számítható a szervezet tényleges működése. Kilenc alapító szervezet tartozik a kft.-be, melyek közé tartozik Sopron Megyei Jogú Város Önkormányzata, a Pro Kultúra Sopron Nonprofit Kft., a Soproni Vízmű Zrt., a Sopron és Fertő-táj Turizmusáért Egyesület, Sopron és Térsége Önkormányzati Társulás, a Pannon–Sopron Regionális TV Műsorgyártó és Szolgáltató Kft., a Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Kft., a VOLT Produkció Kft., a Sport Club Sopron. Az alapításkor 1 fő ügyvezetővel, 1 fő szakmai vezetővel és 3 munkatárssal indult meg a munka.

A szervezet céljai közt szerepelt a helyi turisztikai szolgáltatások, turisztikai kínálat bővítésének elősegítése, a turisztikai vállalkozások versenyképességének növelése, ágazaton belüli együttműködések segítése, a desztináció vendégforgalma és élmenyelemei bővülésének elősegítése. A TDM-szervezet létrehozásával a magyar oldalon is megteremtődtek a helyi és térségi együttműködés, hálózatosodás szervezeti keretei. Pályázati támogatással kisebb attrakciófejlesztések, programok, rendezvények támogatása valósult meg.

A gyakorlati munka mellett elkészültek olyan térségi turisztikai alapidokumentumok, felmérések, képzési programok, desztinációmarketing-fejlesztési stratégiák, amelyek nagyban segítették a térségben megvalósuló szakmai munkát. Elkészült a Sopron Régió Turisztikai Nonprofit Kft. desztinációfejlesztési stratégiája 2013–2020-ra vonatkozólag, a TDM fejlesztési projekthez kapcsolódó stratégiai helyzetelemzés és várospozicionálási javaslat (2014). Szolgáltatói felmérést (2013) és vendégelégedettségi felmérést (2014) is végeztek, amelyek belső anyagai nagyban segítették a térségi munkát.

A marketingtevékenységhez tartozik Sopron arculatának és hívószavainak meghatározása, a főbb turisztikai termékek körének kijelölése, amelynek egyik népszerű felülete a TDM által 2020-ban létrehozott interaktív weboldal ([visitsopron.com](http://visitsopron.com)). A desztináció kínálatát összefogó honlap elnyerte a Magyar Marketing Szövetség „Az év honlapja” elnevezésű pályázatának különdíját. Jelen vannak a Facebook és Instagram közösségi oldalakon

(Sopron Régió), melyeket friss információkkal látnak el, és hirdetések jelentenek meg. Applikációfejlesztést aktuálisan nem végeznek.

Jelenlegi tevékenységük elsődlegesen a turisták és helyi lakosok részére tájékoztatás nyújtása Sopron és környéke turisztikai kínálatról a Tourinform irodában. Turisztikai kiadványok és térképek frissítése mellett új, modern kiadványok összeállítását és terjesztését végzik. Feladatuk közé tartozik a turisztikai weboldal megújítása, napi aktualitású információk biztosítása, online marketingtevékenységek szervezése. Tematikus idegenvezetéseket állítanak össze, melyeket a weboldalon értékesítenek. Idegenvezetők közvetítését végzik, emellett helyi termékeket, ajándéktárgyakat értékesítenek.

Kidolgozásra került a Sopron városkártya, mely Sopron Card néven Sopron Megyei Jogú Város hivatalos kártyája. Ez egy „okoskártya”, amellyel a város az itt élő polgárokat támogatja. A kártya virtuálisan is használható, megvásárlása esetén e-mailben azonnal megkapja tulajdonosa. Egyre bővülő, kedvezményes szolgáltatások vehetők vele igénybe. A virtuális kártya okostelefonon is tárolható és használható, technikai színvonalát tekintve a legmodernebb technológiával ellátott Smart QR-kód alapú. Az állandó soproni lakcímmel rendelkező lakosok jogosultak a megvásárlására, névre szóló, át nem ruházható használattal. A vásárlástól számítva 1 évig érvényes kártya 2.990 forintért szerezhető be a soproni Tourinform irodában vagy online ([www.soproncard.hu](http://www.soproncard.hu)). Tervezik turisztikai kártya bevezetését is, de ez a fejlesztési folyamat a járványhelyzet miatt megtorpant.

A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft.-ben jelenleg 5 fő dolgozik, melyből 1 fő ügyvezetői, 1 fő ügyvezető-helyettesi, 1 fő irodavezetői és 1 fő 8 órás foglalkoztatású, további 1 fő pedig 4 órás foglalkoztatású ügyfélszolgálati munkatárs munkaköröket tölt be. A munkatársakat egész évben foglalkoztatják. 2020-ig 2 infopont is működött a városban (a Tűztoronyban, illetve a Várkerületen). Jelenleg a Covid-helyzet miatt csak a központi iroda működik (Szent György u. 2.). Partnerségi szerződés alapján 176 változatos jogállású és profilú turisztikai szereplővel működnek együtt. A partnerek éves tagdíjat fizetnek (a Covid-időszakban mentesültek/ mentesülnek a tagdíj alól.) A tagdíj magában foglalja az éves rendezvényeken való ingyenes részvételt és a [visitsopron.hu](http://visitsopron.hu) interaktív honlapon való megjelenést.

#### 4. táblázat

##### *A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. együttműködő partnerei, 2021*

Működési profil	Partnerek száma (db)	Megoszlása (%)
Borászat, borozó	9	5
Fogászat	6	4
Lovaglás	3	2
Múzeum, tájház	12	7
Szabadidő	19	11
Szállás	80	45
Szolgáltatás	4	2
Turisztikai attrakció	4	2
Utazási iroda	5	3
Vendéglátás	32	18
Egyéb	2	1
Mindösszesen	176	100%

*Forrás: saját szerkesztés a Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. írásos információi alapján*

A mélyinterjúk alapján megerősítést nyert, hogy a szervezetfejlesztésben problémaként jelentkezett a működés kezdetétől fogva a magyar turisztikai szolgáltatók hálózatépítéssel kapcsolatos negatív attitűdje (28. számú melléklet). Ellentétben a jól működő osztrák turisztikai hálózatokkal, melyhez egységes, interaktív internetes megjelenés társul, a térségi magyar szolgáltatók egy része a hálózatba szerveződés és turisztikai piacon való desztinációsintű közös megjelenés helyett előnyben részesíti a nagy szálláskereső oldalakon való megjelenést (pl. Szallas.hu, booking.com) és egyéni kezdeményezéseiket. Egyes mélyinterjúk rávilágítottak arra is, hogy szintén problémaként jelentkezik, hogy a Fertő-táj egyes települési önkormányzatai sem ismerik fel a településfejlesztésben a turizmusból adódó lehetőségeket, és kevésbé fogékonyak a desztinációmenedzsment céljaihoz való csatlakozásban (28. számú melléklet), amelynek okát több interjúalany is abban látta, hogy kölcsönös bizalomhiány és a korábbi rossz tapasztalat okozta megítélés jellemző. Bár biztató, hogy éppen e kérdésben leginkább kompetens TDM-szervezetnek inkább pozitív tapasztalatai vannak. Ez megnehezíti az egységes desztinációban való gondolkodást, a stratégiatervezést, amely alapja a TDM-tevékenységnek (BIEGER T. 2005).

A hazai turizmus fejlesztésének fontos állomása volt a 2016. évi CLVI. törvény megalkotása a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól. Lényeges vonása, hogy az országos szintű, pontszerű fejlesztések, egyedi attrakciók támogatásáról áthelyeződött a hangsúly a turisztikai térségek és az általuk kínált komplex élménycsomagok fejlesztésére,

melyhez állami forrásokat biztosítottak/ biztosítanak. A turisztikai térségek lehatárolása 2020-ban módosult, de a kitűzött, desztinációalapú szemlélet megmaradt.

A Sopron–Fertő-térség desztinációsintű fejlesztését a Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt. végzi állami beruházások formájában. A turisztikai célú fejlesztések 60 milliárd forint értékűek, és az alábbi attrakciókra vonatkoznak:

- gyógyhelyek fejlesztése: Sopron, Sopron–Balf helyszínnel,
- világörökségi helyszínek fejlesztése,
- aktív turisztikai hálózatok fejlesztése,
- kastélyfelújítás: Esterházy-kastély, Fertőd, Széchenyi-kastély, Nagycenk,
- turisztikailag frekventált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése Sopronban és a Fertő tónál,
- soproni várfal, Tábornok-ház, Storno-ház, Fabricius-ház, Szent Mihály-templom és sekrestyesház, belvárosi középkori várnegyed felújítása,
- Múzeumnegyed kialakítása,
- Lőver fedett uszoda építése és a strandmedence felújítása,
- Fertő tó alpinfrastruktúra-fejlesztési program, vízminőség javítása, vendégfogadás, szállásadási infrastruktúra fejlesztése,
- multifunkciós konferenciaközpont létrehozása,
- kerékpárút-fejlesztések. (<https://www.sopronfertonzrt.hu/>)

Ezen az összegen kívül jelentős mértékben kaptak támogatást a szolgáltatók egyéni pályázatait a Kisfaludy szálláshelyfejlesztési programból. Emellett a fentiekkel összefüggésben más ágazatokat érintően is zajlanak fejlesztések (pl. 85-ös autópálya megépítése, önkormányzatok saját beruházásai és pályázati támogatással megvalósuló fejlesztései).

A fejlesztések közül kiemelkedő jelentőségű és egyben több konfliktust generáló a Fertő tavi vízitelep fejlesztése, mely megteremtheti a tónál a színvonalas, élményközpontú vendégfogadás feltételeit.

A szervezeti változásokkal összefüggésben a turisztikai kommunikációban, marketingben, brand- és országmárka-építésben is lényeges módosulás, hogy mindezeket már a Magyar Turisztikai Ügynökség végzi és koordinálja országos szinten.

Eleget kell tennie a térségi adottságok figyelembe vételével azoknak a horizontális céloknak, melyet a NTS 2030 (MTÜ 2017) az alapszemléletként nevez meg:

- Együtt élő turizmus: cél a harmonikus fejlődés megteremtése a turizmus, a helyi közösségek és a természet kapcsolatrendszerében. A térségben ez kiemelten érinti a Fertő tavat, a nemzeti park és a világörökség magyar és osztrák területeit.

- Családbarát turizmus: a családbarát szolgáltatások kibővítése és a megfelelő feltételek biztosítása érinti az attrakciókat, szálláshelyeket, vendéglátókat és a közlekedési infrastruktúrát egyaránt. A desztináció versenyképességének fontos feltételét jelentheti ennek a célnak a teljesülése, hogy a turisták ne csak az osztrák oldalon kaphassák meg ezeket a szolgáltatásokat.
- Hozzáférhető turizmus: tartalma az infokommunikáció és marketingkommunikáció fejlesztésén kívül magában foglalja a sérültséggel/ fogyatékkal élő emberek számára az infokommunikációs akadálymentesítést, illetve a közvetlen megközelíthetőséget mind az attrakciók, mind a szolgáltatások igénybe vételéhez.
- Érthető turizmus: az informatív és következetes tájékoztatást, a többnyelvű információátadást a stratégia tágabb értelemben értelmezi. Különösen a magán szállásadóknál szükséges a megfelelő internetes és közvetlen többnyelvű tájékoztatást fejleszteni, hogy a szolgáltatás megfelelő információkkal is kiegészülhessen.
- Digitális turizmus: a turisztikai kínálat internetes megjelenítésén kívül a marketing és kommunikáció területén is előrelépés szükséges, mert a kutatás során a szolgáltatói honlapok vonatkozásában sok esetben jelentősen eltérő színvonalat és minőséget tapasztaltunk.

### **5.5.3. Az osztrák oldal turisztikai szervezeti rendszerének néhány jellemzője**

Sopron és térsége turizmusmenedzsment-rendszerének vizsgálata során megkerülhetetlen a szomszédos, osztrák tartomány TDM-struktúrájának vizsgálata. A magyar TDM-rendszer gyökerei az ausztriai jó gyakorlatokon alapulnak, a határ mentén azonban még inkább érdekes kitekinteni a szomszédos ország ez irányú tevékenységére, főként az együttműködésen és hálózatosodáson alapuló menedzsmentrendszerre, amelynek helyi, térségi, tartományi és országos szintjei a versenyképes turizmus érdekében összehangoltan tevékenykednek. E tevékenység számokban mérhető konkurenciát jelent a magyar piacnak, amely nem annyira kínálatával, sokkal inkább a kínálati elemek ár-érték arányával veheti fel a versenyt.

Az osztrák oldal turisztikájának szervezeti felépítése és működési rendszere eltér a hazai gyakorlattól, és nagyon jó hatékonysággal, korszerű módszerekkel menedzseli a térséget, Burgenland és ezen belül a Fertő-táj turizmusának fejlesztése jelentős „lépéselőnyben” van a magyar területéhez képest. A tartomány turizmusának fő szervezője és irányítója a Burgenland Tourismus GmbH. A turisztikai alpinfraktúra kiépítése során a többi tartomány „best practice” tapasztalatait alkotó módon

hasznosították. Változatos szolgáltatási kínálat épült ki, melyhez a csatlakozó szuprastruktúra fejlesztése folyamatos és a trendekhez igazodó. A tartomány pozicionálásában sikeres az „Ausztia napos oldala” és a „Fertő tó: Bécs tengere” szlogenek hatékonyan működnek a marketingkommunikációban. Kínálati profiljuk a földrajzi, történelmi, kulturális adottságokat változatos élménykínálattal (rekreáció, wellness, egészség, termálturizmus, valamint tematikus kínálatok, mint kulturális turizmus, gasztronómia, borturizmus, sport, természet, kiegészülve a gyermekbarát szolgáltatásokkal) és komplex csomagok kialakításával fűzi össze, amellyel különböző célszegmenseket vonz. A wellness és egészség jól márkázható, húzóterméke lett a régióknak, „Thermenwelt Burgenland” márkája meghatározó, jól beazonosítható elem a kommunikációban (EGYED K. 2017).

Digitális info- és marketingkommunikációjuk különféle interaktív megoldásokkal segíti elő a vendégek megfelelő informálását. A Fertő-táj turizmusában érintett falvak azonos felépítésű, turisztikai tartalmú honlappal rendelkeznek, mely szállásfoglalást, programokra való bejelentkezést és chatkapcsolatot egyaránt lehetővé tesz. Valós hálózattá szerveződésük megtörtént, ez jelentős előny számukra a magyar területhez képest. Kommunikációjukban hangsúlyosak az élményelemek, a regionális és tematikus termékek, a minőségi szolgáltatások iránti elkötelezettség. A térségben két turisztikai kártya is működik, a Burgenland Card és a Neusiedler See Card, amely az együttműködések egy magasabb szintjét jelenti, hiszen a kártyarendszer kidolgozása és működtetése komoly koordinációs feladatokat igényel. A turisztikai kártyák vásárlásösztönző szerepe a vezető desztinációk termékfejlesztési gyakorlatában megkerülhetetlen (PECHLANER H. – ZEHRER A. 2005, ZOLTAN J. – MASIERO B. 2012), a kártya bevezetése versenyelőnyt, a tartózkodási idő meghosszabbítását, de akár még a turisták térhasználatának befolyásolását is eredményezheti (AUBERT A. et al. 2014, HORVÁTH Z. et al. 2016, BARCZA A. et al. 2017).

Nagy előrelépés volt a tartomány turizmusirányítási rendszerében a 2014-ben bevezetett turizmustörvény (BGLD. TG 2014), amely a további fejlődéshez és versenyképességhez szükséges változásokat segíti elő. ([https://www.jusline.at/gesetz/bgld\\_tg\\_2014](https://www.jusline.at/gesetz/bgld_tg_2014))

A törvényből kiemelhetők az alábbiak:

- A turizmus szervezeti rendszerében és irányításában az egyszerűsített, tisztázott kompetenciájú struktúra kialakítása.
- Az együttműködések formáinak koordinációja, feladatkörök és jogkörök definiálása, törekvés a professzionális együttműködés megvalósítására.
- Az eszközök és források elosztásának újragondolása, célokhoz és feladatokhoz igazodó finanszírozási rendszer kialakítása.

A 2014. évi törvény két szintet határozott meg a turizmus szervezeti rendszerében, az egyik a tartományi szint (Burgenland Tourismus), a másik a térségi, települési szint, melybe ehhez a szinthez tartozó szervezetek tartoznak (Tourismusverband).

A tartományi szintű Burgenland Tourismus desztinációmenedzsmenti és hálózatszervezési feladatokat is ellát.

Feladatai közé tartozik:

- a stratégiai dokumentumok kidolgozása,
- a jövőképek megfelelő fejlesztések elősegítése,
- a vendégforgalmi és egyéb ágazati adatok elemzésén alapuló turizmusstratégia megalkotása és megvalósítása,
- tartományi szintű marketingkommunikáció és infokommunikációs fejlesztések realizálása,
- a beruházásjellegű és minőségi fejlesztések koordinációja,
- hálózati együttműködések elősegítése,
- tematikus termékek és csomagajánlatok kidolgozásának ösztönzése,
- a korszerű trendekhez igazodóan élményígéretet, élménytárségek, élményprogramok kidolgozásának és megvalósításának támogatása.

A működés finanszírozását a turisztikai helyi adóbevételek és a forgalom függvényében adott állami, tartományi támogatások biztosítják.

A Tourismusverbandokra vonatkozólag az új törvény a szétaprózottság felszámolására törekszik a szervezetek minimális vendégforgalmi mértékének meghatározásával. Három kategóriát határoztak meg a szervezetek számára, de a kisebb szervezeteknek lehetőségük van nagyobbakhoz csatlakozni vagy a tartományi szint céljaihoz igazodóan érvényesülni. A törvény a területi alapú együttműködések támogatja, az első kategóriához tartozóknak átlagosan minimum 100 ezer vendégéjszaka teljesítése szükséges az elmúlt 3 évben. A második kategória számára szintén 3 éves viszonylatban átlagosan minimum 50 ezer vendégéjszaka mellett a térség egybefüggő természeti vagy kulturális egységének megvalósulása is elvárás. A harmadik kategória azokra vonatkozik, akik valamely feltételnek nem felelnek meg, de tevékenységük révén minden járásban lefedettségre van lehetőség.

Lényeges vonása a Tourismusverbandok létesülésének az egységes jogi forma előírása. Legfőbb döntéshozó szervük a közgyűlés, melybe minden tag beletartozik. Vezetőségük létszáma 7 főben limitált, melyből 5 fő a vállalkozások képviselőjében, 2 fő pedig települési képviselőként jelenik meg. Tagságuk általában a turisztikai vállalkozások köréből tevődik össze, lényeges vonás, hogy kötelező a tagság a helyi turisztikai adót fizető vállalkozások, szervezetek számára.



Szakmailag a helyi szintre „képezik le” a stratégiában megfogalmazott célokat, feladatokat, dolgozzák ki csomagajánlataikat, javaslatokat tesznek szuprastrukturális fejlesztésekre, szervezik rendezvényeiket. Működésük finanszírozása a tartományi szinthez hasonlóan a helyi adóbevételekből és egyéb, turizmuscélú támogatásból tevődik össze (EGYED K. 2017).

A törvény egyik lényeges eltérése a hazai gyakorlathoz képest a települések (önkormányzatok) turizmussal kapcsolatos feladatainak pontosítása, melyhez forrásokat is rendel a törvény. Ez a rendelkezés kiküszöböli a hazai gyakorlatban tapasztalható esetlegességet, és világosan rögzíti a kompetenciákat. Feladatként írja elő a törvény az alapinfrastruktúra fejlesztését, a turizmus érdekeinek figyelembe vételét, a rendezvénykínálat biztosítását, a helyi adók kivetését, beszedését, a fejlesztési erőforrások biztosítását. Lehetőség van emellett arra, hogy ezen feladatokat részben vagy egészen a Tourismusverbanddal való együttműködéssel, feladatmegosztással lássák el, illetve szervezeti forrásokat is felhasználjanak a megvalósításhoz.

Így a tartományi turizmustörvényben előírt finanszírozási rendszerrel célorientáltabb, összpontosított, a kompetenciákat jobban figyelembe vevő támogatási rendszert alakítottak ki, mely rendszerszintű működéssel segíti elő a párhuzamosságok elkerülését, a támogatások felaprózódását, az adminisztráció csökkentését.

A helyi szervezetek (Tourismusverbandok) „helyzetbe hozása” elősegíti a helyi érdekeknek, igényeknek megfelelő fejlesztések megvalósulását, az alulról jövő kezdeményezések érvényesülését, valós együttműködések formálódását.

A törvényben célként jelenik meg a turizmusban dolgozó vállalkozások erősítése termékfejlesztési és kínálatfejlesztési autonómiájuk megőrzése mellett, az ágazat szereplői közti kommunikáció és együttműködés elősegítése, a turizmusból eredő források megfelelő elosztása és kizárólag turisztikai célú felhasználása. Az elosztás során törekednek az átláthatóság biztosítására és szervezetek részére a feladatellátáshoz kapcsolódó, célirányos, közvetlen támogatások megvalósítására.

Ezek a jogszabályi és gyakorlatban megvalósuló változások tovább erősíthetik Burgenland már meglévő kedvező pozícióit a magyar térséggel szemben. A fejlesztési irányokban megfogalmazott, minőségi és komplex fejlesztések egyrészt kedvezőek a magyar desztináció határon átnyúló hatásának vonatkozásában, másrészt viszont tovább erősítik a konkurens osztrák térség versenyhelyzeti pozícióit.

## **6. A Sopron–Fertő-térség keresletének jellemzői a primer kutatás alapján**

### **6.1. A Sopron–Fertő-térségbe érkező megkérdezettek demográfiai jellemzői**

#### **6.1.1. A megkérdezettek életkor szerinti megoszlása**

A kérdőíves felmérés során a megkérdezettek legnépesebb csoportját a 29 évesek alkották (n=64) (15. és 16. számú melléklet). Ugyanakkor a medián életkor 43 év (a megkérdezettek fele ennél idősebb, fele fiatalabb). Az átlag értéke nem sokkal magasabb a mediánnál, 43,56 év. A válaszadók életkori megoszlása változatos, több korosztály is képviselteti magát a mintában, ami azt is jelzi, hogy a Sopron és térségében található kínálati elemek több célszegmens igényeinek kielégítésére alkalmasak. A minta életkor-összetételében a munkaerőpiaci szempontból aktív korosztály a magasabb arányú.

A nemek szerinti megoszlás szempontjából a megkérdezettek aránya közel kiegyenlített, enyhe nőtöbbséggel. A kitöltők 51%-a nő volt, 45%-a férfi. Erre a kérdésre a megkérdezettek 4%-a nem válaszolt.

#### **6.1.2. A megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettsége**

A kérdőívet kitöltők közel felét olyan személyek adták, akik BSc vagy MSc szintű felsőoktatási, főiskolai, egyetemi végzettséggel, esetleg doktori fokozattal rendelkeztek (17. számú melléklet). 6%-os ugyanakkor az alapfokú végzettséggel rendelkezők részaránya. A kitöltők körén belül mindössze 1%-ot adott azoknak a személyeknek a csoportja, akik nyolc általánosnál kevesebbel rendelkeztek. A válaszadók magasabb iskolázottsága a fokozottabb utazási érdeklődésre és magasabb jövedelemszintjük összefüggéseire utalhat. Erre az összefüggésre világít rá GONDA T. (2021) tanulmánya is, amelyben az az iskolai végzettség és az utazás életminőségre, valamint a szubjektív boldogságérzetre gyakorolt hatásait vizsgálja.

Az iskolai végzettségre vonatkozó információk gyakorlati szempontból is fontosak lehetnek a kínálat alakításánál, a marketingkommunikációnál, továbbá az egyéni és csomagba fűzött szolgáltatások árképzésénél is jelentős befolyással bírhat.

### **6.1.3. A megkérdezettek munkaerőpiaci státusza**

A megkérdezett vendégkör közel harmadát a szellemi alkalmazottak adták (érvényes relatív gyakoriság 32%) (18. számú melléklet). A szellemi alkalmazottak, vállalkozók és vezető beosztású alkalmazottak tették ki a minta közel kétharmadát (az érvényes gyakoriság 62%). Ez szintén jelezheti azt is, hogy Sopron és térsége kínálata megfelel a magasabb fizetőképességű célszegmensek igényeinek.

### **6.1.4. A megkérdezettek egy háztartásra jutó havi nettó jövedelme**

A kitöltők egy háztartásra eső havi nettó jövedelme tekintetében a domináns kategória a 200.001 – 300.000 forint közötti (érvényes relatív gyakoriság 19%), ugyanakkor azt szorosan követi az 500.001 – 600.000 forint közötti (érvényes relatív gyakoriság 17%) és közel azonos részaránnyal a (érvényes relatív gyakoriság 16–16%) a 600.001 forint feletti és a 400.001 – 500.000 forintos (19. számú melléklet) jövedelem.

Ennek megfelelően a felmért vendégkör – azok közül, akik a vonatkozó kérdésre válaszoltak – mintegy közel fele 400.000 forint feletti háztartási havi nettó jövedelemmel rendelkezik. Az adatok alapján a megkérdezett vendégkör a magasabb jövedelmi szinthez tartozókat reprezentálja.

Ezzel összefüggésben elgondolkodtató ugyanakkor az is, hogy a hazai desztinációk között a Sopron–Fertő-térség kereskedelmi szálláshelyeinek szálláshelyárai a KSH REVPAR adatai alapján (2019–2020. évi adat) országos szinten a legalacsonyabbak közé tartoznak. Az adatok megerősítik azt a tapasztalatot és az osztrák térség magyar vendégforgalmára vonatkozó adatokat, hogy noha vendégkör szempontjából a magyar desztináció a magasabb jövedelemszintűeket is vonzza, a minőségi szálláshelyek (elsősorban a 4 és 5 csillagos hotelek) kis száma miatt a magasabb jövedelmű vendégek költségeiből származó turisztikai bevételek egy részét az osztrák térség turisztikai szolgáltatói eredményesebben realizálják.

### **6.1.5. A megkérdezettek háztartásának mérete**

A felmért vendégkör legnagyobb része, mintegy harmada kétfős háztartásban élt (érvényes relatív gyakoriság 33%) (20. számú melléklet). A kérdésre válaszolókra vetítve 10% feletti hányadot értek el ugyanakkor a nagyobb 3–4 fős (egyaránt 21–21%) és az ötfős háztartások (10%) is.

## **6.2. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták utazási szokásai**

### **6.2.1. Az utazás gyakorisága**

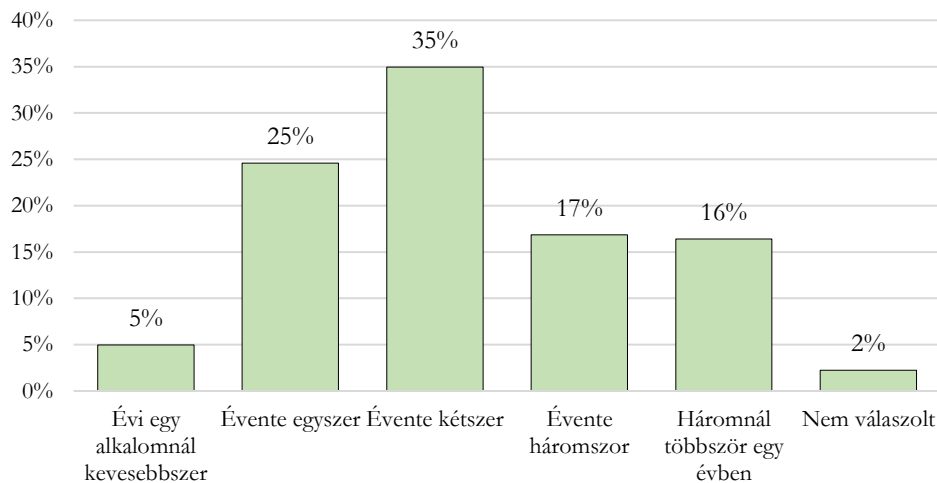
A kérdőíves felmérés során megkérdezett vendégkört azok a személyek dominálják, akik utazási gyakoriság tekintetében legalább évente kétszer vagy több alkalommal utaznak, összesített részarányuk megközelítette a 70%-ot. Egyre jelentősebb az a csoport, amelynek az életében az utazás egyre nagyobb szerepet tölt be, mondhatni, az utazás státusszimbólum és/vagy életstílus, hiszen nemcsak a szabadságolási időszakban, hanem annál többször (elő- és utószezonban, hosszú hétvégén) is előszeretettel utaznak. VASTAGH Z. (2013) elemzésében is ezt vizsgálja közgazdaságtani és szociálgeográfiai szempontokat figyelembe véve, tanulmányának középpontjában az életstílus és a státuszfogyasztás vetületei mentén elemzi az egyes csoportokat. Az utazás mint szabadidőeltöltés egyre többek életének meghatározó része, a turizmus dinamikus növekedésének a 2020-ban megjelent koronavírus-járvány vetett gátat. A növekedés hátterében az is állt, hogy az utazás hozzájárul a boldogság eléréséhez, az életminőség javításához, így egyre többen és egyre gyakrabban otthonuktól távol keresik a kiteljesedés lehetőségét. Erre világít rá MICHALKÓ G. (2010) átfogó munkája is, amelyben többéves kutatási eredményeit összegzi a turizmus és életminőség összefüggéseinek vonatkozásában. Kutatásaiban arra keresi a választ, mely tényezők járulnak hozzá a „boldogító” utazáshoz, egyáltalán ahhoz a jelenséghez, amelynek során az utazás a jó élet, a jól(l)ét része lett.

Később látni fogjuk, hogy a kérdőíves felmérés eredményei alapján az utazási gyakoriság összefüggésbe hozható a jövedelmi adatokkal és az igénybe vett szálláskategóriák választásával is. Ennek függvényében megállapítható, hogy Sopron és térsége vendégköre potenciálisan magasabb költségként jellemezhető, melynek „kihasználását” a kínálat oldaláról vonzó attrakciókkal és magas minőségű szolgáltatásokkal lehet realizálni.

A felmért vendégkörnek mintegy 5%-át adták csupán azon személyek, akiknek turisztikai aktivitása mérsékeltebb, utazásaik száma évi egy alkalomnál kevesebb.

**9. ábra**

***A felmért vendégkör megoszlása utazási gyakorisági szokásai szerint (%)***



*Forrás: saját felmérés*

A kérdéskör jelentőségét növeli továbbá, hogy az utazási gyakoriság szignifikáns összefüggést mutatott a vizsgált térség felkeresésének gyakoriságával abban az értelemben, hogy a gyakoriság tekintetében leginkább aktív vendégek (azaz háromnál többször utazók) között szignifikánsan magasabb volt a részaránya azoknak, akik egyúttal negyedszer vagy annál többször keresték fel ezt a térséget.

Az adat a desztináció népszerűségének egyik mutatójaként is értelmezhető, hiszen a visszatérő vendégek jelzik az elégedettséget és az elköteleződést a desztináció iránt. Ez fontos lehet az márkázás szempontjából, hiszen a márkahűség egyik fontos tényezője az imázsépítés folyamatának (HORKAY N. 2003a, HORKAY N. 2003b, PECHLANER H. et al. 2007, ANHOLT S. 2009). E szempontból különösen nagy jelentősége lehet az átgondolt és összehangolt TDM-tevékenységnek, amely meghatározója és formálója lehet az egyes térségek imázsának (PÁLFI A. 2017, PÁLFI A et al. 2017). A potenciálisan magasabb költségűek és gyakrabban utazók körében ez alapján relatív kedvező helyet foglal el Sopron. Ennek a célszegmensnek a megtartása és bővítése lényeges lehet a desztináció hosszú távú jövője szempontjából.

Hasonló módon az évente háromnál többször utazók voltak azok, akik jellemzően négy vagy több éjszakát töltöttek el Sopronban vagy a Fertő-tájon történő tartózkodásuk során.

Ennek alapján megállapítható, hogy az általában gyakrabban utazók több potenciált látnak a térségben, hiszen hosszabb időt töltenek itt el. Ez pozitív visszajelzés a desztináció számára, hiszen a gyakrabban utazók több utazási tapasztalattal rendelkeznek, igényeik is magasabbak, tisztában vannak a turisztikai piacot meghatározó új trendekkel, így a visszatérés és a hosszabb tartózkodás egyértelműen pozitív, minőségi visszajelzés (AUBERT A. 2011b, AUBERT A. et al. 2018). A vendégéjszakák számának és a költési hajlandóság növelésének érdekében ennek a célszegmensnek a motivációja és véleménye kiemelkedően fontos lehet a desztinációmenedzsment-tevékenység tervezése során.

A megkérdezettek közül utazási szám tekintetében legmagasabb gyakoriságú szegmens (az évente kétszer utazók) esetében különösen jellemző volt, hogy akik ehhez a csoporthoz tartoztak, általában két éjszakát töltöttek el a térségben. Ez a szám megegyezik a városi turizmusban érintett desztinációkban, és így a Sopronban is évek óta tapasztalt átlagos tartózkodási idővel. Esetükben a vonzó attrakciók kínálatának bővítése, a térségi kínálat intenzívebb marketingkommunikációja, esetleg a különböző érdeklődési köröknek megfelelő csomagajánlatok kidolgozása segítheti a tartózkodás időtartamának növelését.

További összefüggés tárható fel az utazási gyakoriság és a térségben történő tartózkodási idő között a legritkábban (kevesebb, mint évente egyszer) utazók csoportjában, hiszen ők elsősorban a rövidebb időtartamú utazásokat részesítették előnyben.

Az utazási gyakoriság mentén a célcsoport a jövedelem dimenziójában is differenciálódik, a ritkábban (évente egyszer vagy kevesebbszer) utazók inkább alacsonyabb háztartási nettó jövedelemmel rendelkeztek, míg a legalább kétszer utazók körében az 500–600 ezer forint közötti háztartási jövedelemű kategória részaránya volt a legmagasabb. Különösen magas részarányt ért el a 600 ezer forint feletti kategória azoknak a vendégeknek a körében, akik jellemzően évi háromnál többször utaztak. Ebből egyértelműen látszik, hogy az egy háztartásra jutó jövedelem meghatározza az utazási kedvet. Megállapítható továbbá, hogy a válaszadó vendégkör jövedelmi viszonyai a potenciális költési hajlandóság szempontjából kedvezőek a felmért vendégkör esetében, kérdéses viszont, hogy ez milyen arányban realizálódik a magyar és az osztrák területeken.

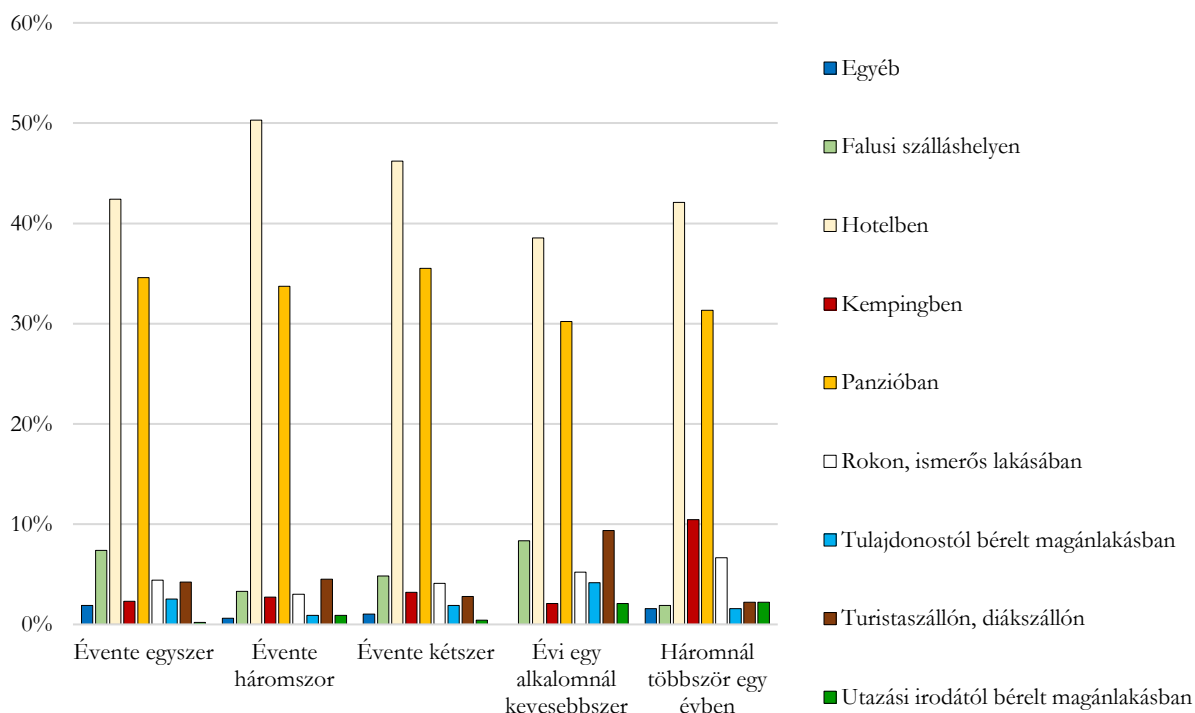
Ahogy az utazási gyakoriság változik a felvett mintában, a szálláshely-preferenciák is módosulnak, azoknál, akik kevesebb, mint egyszer utaznak évente, a turistaszálló, diákszálló némiképp jobban preferált, akik évente egyszer, azoknál a falusi szálláshely, akik évente háromszor, ott a hotel, akik évente háromnál többször, ott a kemping, az utazási irodától bérelt lakás, valamint a rokon, ismerős lakása. A kereslet oldaláról nézve további vizsgálatok tárgyát képezheti, hogy a Sopron–Fertő-desztinációban a szálláshelyek, vendéglátási szolgáltatások,

illetve pontosabban ezek ár–érték aránya mennyiben felel meg a magasabb jövedelemszintű vendégek elvárásainak, vagy éppen a magyar területen fennálló hiányból, eltolódásból adódik az osztrák oldal magyar vendégéjszakáinak relatíve magas száma. Feltűnő ugyanakkor, hogy valamennyi kategóriában a részarányok tekintetében a hotelek és második helyen a panziók domináltak (10. ábra).

A térségben lévő szálláshelyek egy része 2018–2021 között intenzív minőségi fejlesztésen esett át, ez vélhetően hosszú távon is pozitív változást eredményez nemcsak a szálláshelyek minőségének vonatkozásában, hanem a turisztikai bevételek emelkedésének, valamint az egész desztináció megítélésének tekintetében is. A fejlesztések hatására mind Sopronban, mind a Fertő-tájon megfelelő szálláshelyet vehetnek igénybe a magasabb színvonalat igénylő vendégek is, amelyre amint azt a felmérés adatai is alátámasztják, potenciális keresletet jelentenek a térségbe érkező turisták. A hotelben, panzióban megszállók magas aránya Sopron vezető szerepét jelzi (természetesen a kínálat is itt a legnagyobb ezekben a kategóriákban), bár a fejlesztések nyomán több lehetőség lesz hotelek, panziók vagy magasabb színvonalat képviselő magán szálláshelyek foglalására a Fertő-táj további településein is.

### 10. ábra

*A választott szálláshely típusa az utazási gyakoriság függvényében (%)*



*Forrás: saját felmérés*

A motivációk szerint az utazási gyakoriság alapján elkülönülő csoportok belső mintázata hasonló, valamennyi kategóriában a pihenés dominál, amelyet a városlátogatás követ. A harmadik helyen majd mindegyik csoportban az aktív kikapcsolódás szerepelt, amely fenti hármas motivációs preferencia erősen összeeseng a térség turisztikai profiljának meghatározó elemeivel. A pihenési profil jelentős aránya alapján elmondható, hogy a „vezető” attrakciókon kívül az elsődleges és másodlagos szuprastruktúra kínálatának is fontos szerep jut, amely információ figyelembe vétele a szálláshelyek és a térség fejlesztése során egyaránt kulcsfontosságú lehet. A kerékpáros turizmus szuprastruktúrájának desztinációbeli intenzív fejlesztése (2019–2021) további pozitív hatást eredményezhet az aktív turizmus célszegmentjeinek eléréséhez.

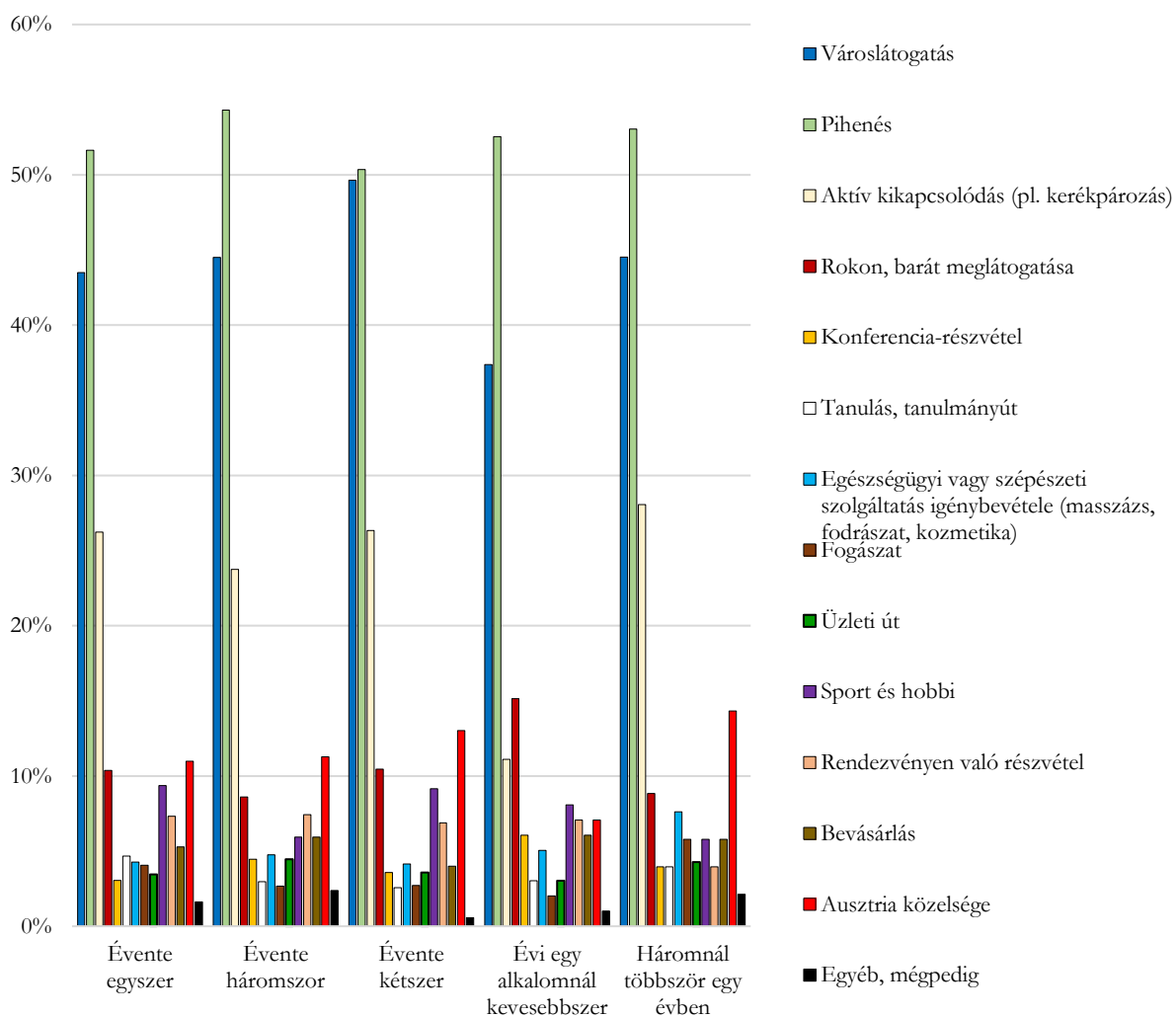
A motivációk között meghatározó helyen jelenik meg, különösen az évente többször utazók csoportjában, Ausztria közelsége is. Az adatok megerősítik, hogy Ausztria közelsége turisztikai szempontból a desztináció kiterjesztéseként értelmezhető, a határ menti fekvés és a határtérség számos országos viszonylatban is egyedülálló rekreációs lehetőséget kínál. A határ menti fekvésből adódóan ez a motiváció mindig is meghatározta a térség turizmusát (BARCZA A. 2013). Ebből eredően a kínálat oldaláról az együttműködés és a versengés egyaránt fontos motorja a desztináció turizmusfejlesztésének.

A fenti mintázattól jelentősebben az évi egy alkalomnál kevesebbszer utazók csoportja tér el, itt a rokon, barát meglátogatása határozottabb motivációként jelenik meg, háttérbe szorítva az aktív kikapcsolódást a harmadik helyen. További jellegzetesség az is, hogy ez a csoport volt az, amelyben Ausztria közelsége a látogatásokban a legkisebb szerepet játszotta (11. ábra). Vélhetően ez az eredmény az alacsonyabb jövedelemszint összefüggésében az utazásra fordítható diszkrécionális jövedelem kisebb mértékéből is adódik.



## 11. ábra

### A motivációk megoszlása az utazási gyakoriság függvényében (%)



Forrás: saját felmérés

### 6.2.2. Az utazás időbelisége, szezonáltság

Határozott a dominanciája a nyáron érkezőknek, a megkérdezettek mintegy közel fele (44%-a), ha csak azokat tekintjük, akik válaszoltak a kérdésre, akkor 45%-a nyáron érkezett a vizsgált térségbe (21. számú melléklet). Ez egyértelműen alátámasztja a Magyarországon leginkább tapasztalt utazási szokásokat, amely szoros összefüggésben áll a nyári szünettel és a szabadságolási időszakokkal. A tavaszi és a téli időszak részaránya lényegesen kisebb. Annak ellenére, hogy a komplex kínálat az elő- és utószezon fokozottabb turisztikai kihasználását is lehetővé tenné (főképpen, ha nemcsak Sopronban, hanem a Sopron–Fertő-táj térségében gondolkodunk).

A válaszadók életkori összetétele alapján az aktív dolgozók elsősorban a nyári időszakban keresik fel a térséget. Kérdésként vethető fel, hogy az utazási szempontból rugalmasabbnak tekinthető szenior korosztály miként jelenhetne meg az elő- és utószezon forgalmának növelésében. Hegykő dinamikus fejlődését és kedvezőbb szezonális mutatóit figyelembe véve a termálfürdők, gyógyfürdők, vízi kínálati elemek lehetnek a szezon kiterjesztésének lehetséges, domináns tényezői. A 2021-ben átadott felújított, kibővített soproni uszoda, Hegykő, Balf jelenleg zajló fejlesztései teremthetik meg e téren a további fejlődés lehetőségeit. Továbbá kérdéses, hogy Hegykő, Balf, de még az új soproni uszoda kínálata elégséges lesz-e a kifejezetten élményfürdőket (Bük, Győr, Sárvár) preferáló vendégkör megszólításához. Az osztrák példa alapján a gasztronómiai, borturisztikai és szabadidős kínálat további bővítésében is vannak még lehetőségek az elő- és utószezon forgalmának növelése érdekében (Szent Márton libanapok, tökfesztiválok, nyitott pincék rendezvények, adventi, húsvéti programok, stb.), melynek megvalósításához szintén az osztrák minta, a „hálózatrendszerű” kínálat biztosítása jelenthetné a nagyobb hatékonyságot.

A visszatérési hajlandóság tekintetében két egymással párhuzamosan zajló folyamat rajzolódik ki (22. számú melléklet). Egyrészt az először a térségbe látogatók magas aránya, amely minden évszakban nagyságrendileg 40%-a a turistáknak, másrészt pedig a viszonylag magas visszatérési arány, amely évszakonként a kereslet közel 60%-át jelenti.

A visszatérő turisták közül is jelentős arányban vannak jelen a „harmadszor” és a „negyedszer vagy többször” a térségbe visszatérők, amely egyértelmű jele a keresleti elégedettségnek és az emocionális kötődés kialakulásának a desztináció felé.

A térségbe érkező turisták átlagos tartózkodási ideje (23. számú melléklet) évszakonként minimális eltérést mutat, de megállapítható, hogy az egyéjszakás utazások a legritkábbak, illetve hogy minden évszakban a két- és hároméjszakás tartózkodási idő együttesen dominál, de a négy vagy több éjszakát eltöltő turisták aránya is jelentős.

A viszonylag magas átlagos tartózkodási idő két tényezőre vezethető vissza: a „négy évszakos” fürdőkre, illetve a térség komplex turisztikai kínálatára, amely minden évszakban és bármilyen időjárási körülmény esetén megfelelő számú és élményfaktorú vonzerőt biztosít a területre érkezőknek.

A turisták döntő többsége egész évben szinte kizárólag a magas kategóriájú szálláshelyeket veszi igénybe (24. számú melléklet), azokon belül is a hotelek dominálnak minden évszakban. Az alacsonyabb besorolású szálláshelyek kihasználtsága rendkívül alacsony, amely jól mutatja a kereslet e területre magas igényeit.

E folyamat magyarázata egyrészt a fürdőkhöz kapcsolódó szállodák nagyarányú látogatása, illetve a térség több magas színvonalú, városi és egyéb szálloda és panzió jelenléte, amely kiemelkedő szintű szolgáltatást nyújt a turistáknak.

Sopron–Fertő turisztikai desztinációba érkező turisták elsődleges utazási motivációját minden évszakban dominálja: az aktív vagy passzív pihenés, a városlátogatás és a sportturizmus (25. számú melléklet), amely egyrészt igazodik a terület kínálati profiljához, másrészt pedig egyértelműen kirajzolja a keresleti igényeket.

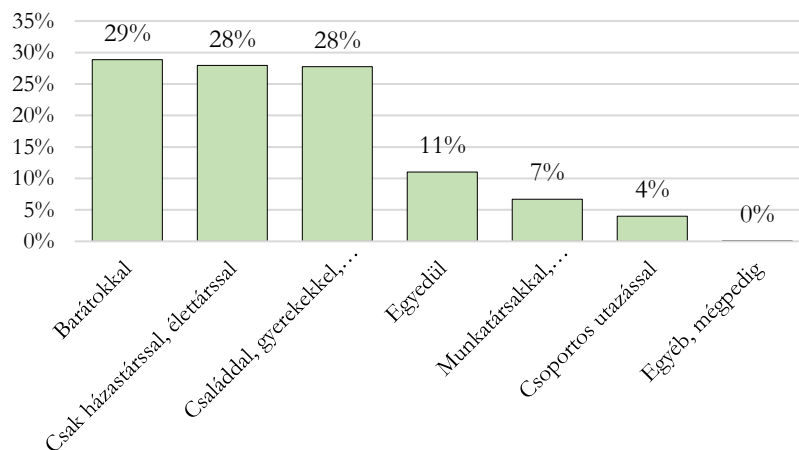
Mindezekon túl azonban a gyógyturisztikai szolgáltatások, a rendezvények vagy éppen Ausztria közelsége is jelentős motiváló tényező, amelyekre érdemes a jövőben további fejlesztéseket alapozni a területen.

### 6.2.3. A térségbe érkező turisták és útitársaik jellemzői

A megkérdezett vendégek közel 30%-a jelölte meg, hogy barátokkal, csak házastárssal, élettárssal vagy családdal, gyerekekkel, szülőkkel érkezett a térségbe (12. ábra).

12. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása az utazás partnere szerint (%)*



*Forrás: saját felmérés*

A megkérdezett vendégkör 93%-a egyértelműen besorolható volt az utazási partnereit tekintve valamelyik előre megadott csoportba. Mindössze 6%-ot adott azoknak a részaránya, akik két kategóriát jelöltek. Három vagy több típusba kevesebb, mint a megkérdezettek 1,2%-a tartozott.

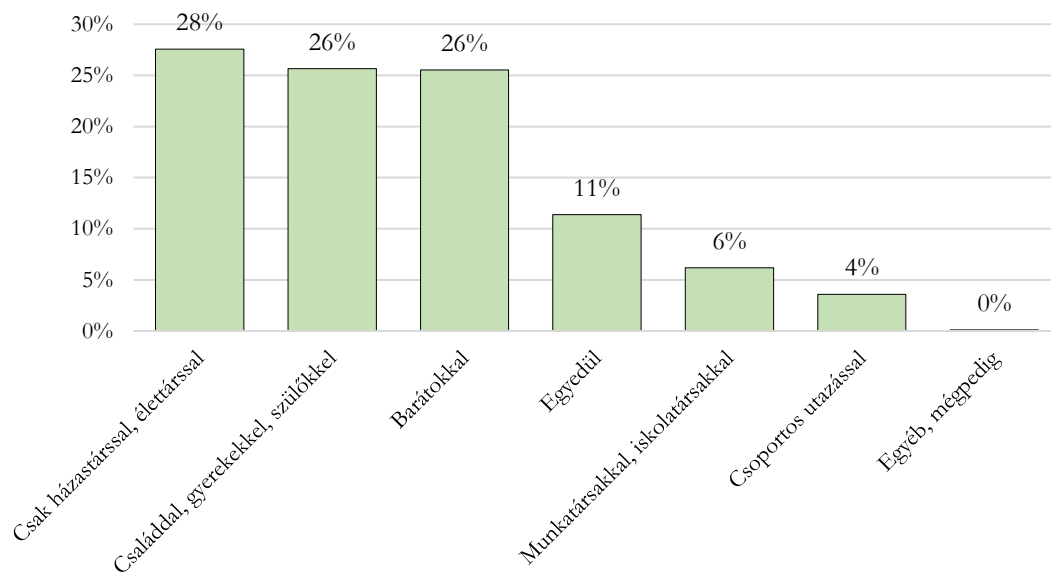
A csoport jelentős többségét adó egy választ jelölők körében (13. ábra):

- a legmagasabb részarányt (28%) a csak házastárssal, élettárssal érkezők adták,

- szintén magas, 26%-os részarányt ért el a családdal, gyerekekkel, szülőkkel utazók köre, akárcsak a barátokkal érkezőké (26%),
- 10% felett volt a megkérdezettek körében azoknak a részaránya is, akik egyedül látogatták meg a térséget (11%)
- munkatársakkal a megkérdezettek 6, csoportos utazás keretében 4%-a érkezett. Érdekes a csoportosan érkezők körének alacsony aránya a mintában, hiszen Sopron a magyar városi turizmus egyik kedvelt térszínéeként éveken keresztül vezető szerepet töltött be a csoportos utazások tekintetében, iskolai és nyugdíjas kirándulások kedvelt színtere volt. Az eltolódás hátterében a versenytársak előretörése, az utazási motivációk és a csoportos utazások keresletének megváltozása, valamint természetesen a mintavétel is állhat, hiszen az egyéni utazók körét könnyebb elérni.

### 13. ábra

*Az egy kategóriát jelölők megoszlása a mintán belül az utazás partnere szerint (%)*



*Forrás: saját felmérés*

Azok körében, akik két választ jelöltek:

- messze a legmagasabb részarányt (42%) képviselték azon vendégek, akik családdal, gyerekekkel, szülőkkel, valamint barátaikkal érkeztek,
- de nagyobb, 10% feletti részarányt értek el a körükön belül azok is, akik
  - o barátaikkal, valamint házastársukkal, élettársukkal utaztak (17%),

- csak házastársukkal, élettársukkal érkeztek, de kapcsolódott hozzájuk a család, gyerekek, szülők bizonyos köre (13%),
- valamint akik barátokkal, munkatársakkal, iskolatársakkal egyaránt utaztak (ez a két kategória logikailag is átfedheti bizonyos esetekben egymást) (11%).

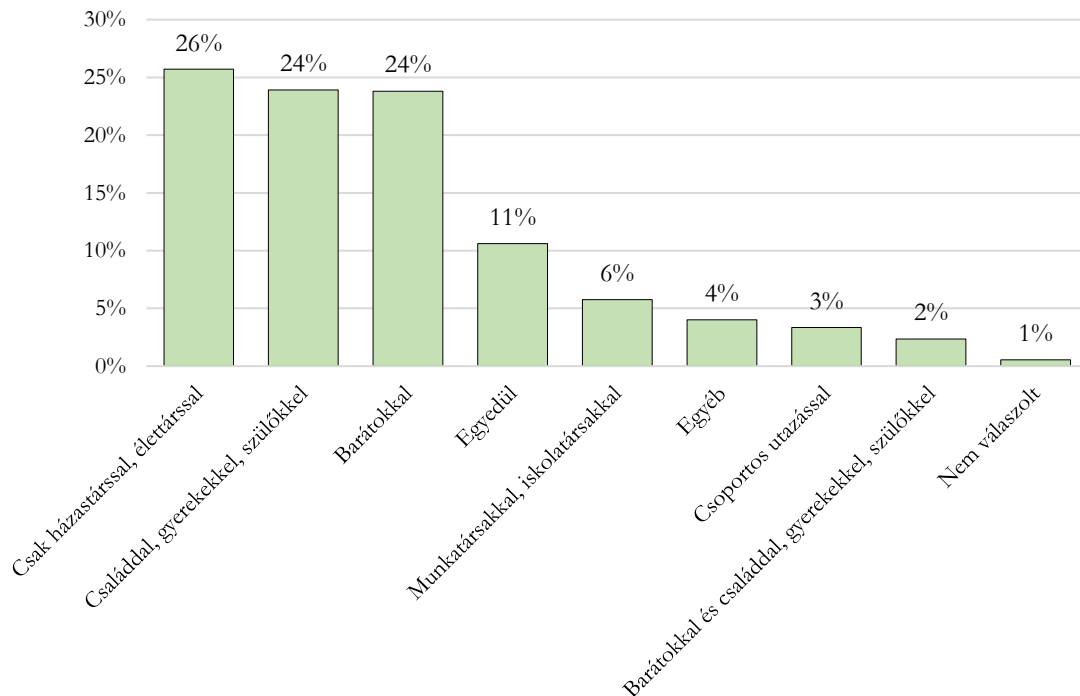
A fentiek alapján a minta közel 95,5%-a besorolható az alábbi kategóriák valamelyikébe (14. ábra):

- barátokkal,
- barátokkal és családdal, gyerekekkel, szülőkkel,
- csak házastárssal, élettárssal,
- családdal, gyerekekkel, szülőkkel,
- csoportos utazással,
- egyedül,
- munkatársakkal, iskolatársakkal érkezők.

Ezek az adatok jelezhetik a desztináció élményalapú kínálatának fontosságát és a meglévő kínálat célcsoportorientált marketingkommunikációjának szükségességét.

#### 14. ábra

*A minta megoszlása az utazás partnere összevont kategóriái alapján (%)*



*Forrás: saját felmérés*

Szignifikáns különbség mutatkozott az utazási partnerek alapján kialakított összevont kategóriák és az utazási motivációk változatossága között. A legtöbb motivációtípussal azok rendelkeztek, akik barátaikkal és családdal, gyerekekkel, szülőkkel érkeztek (átlagos motivációs szám 2,83), ők azonban a mintának csupán 2%-át alkották. Lényegesen nagyobb a részaránya az (egyéb kategóriát nem számítva) a második legmagasabb átlagos motivációs számmal rendelkező csoportnak, amelyet a családdal, gyerekekkel, szülőkkel érkezők adtak (átlagos motivációs szám 2,06), a minta 24%-a. Magasabb motivációs számmal rendelkeztek még azok, akik csak házastárssal, élettárssal érkeztek (átlagos motivációs szám 1,89), a minta 26%-a.

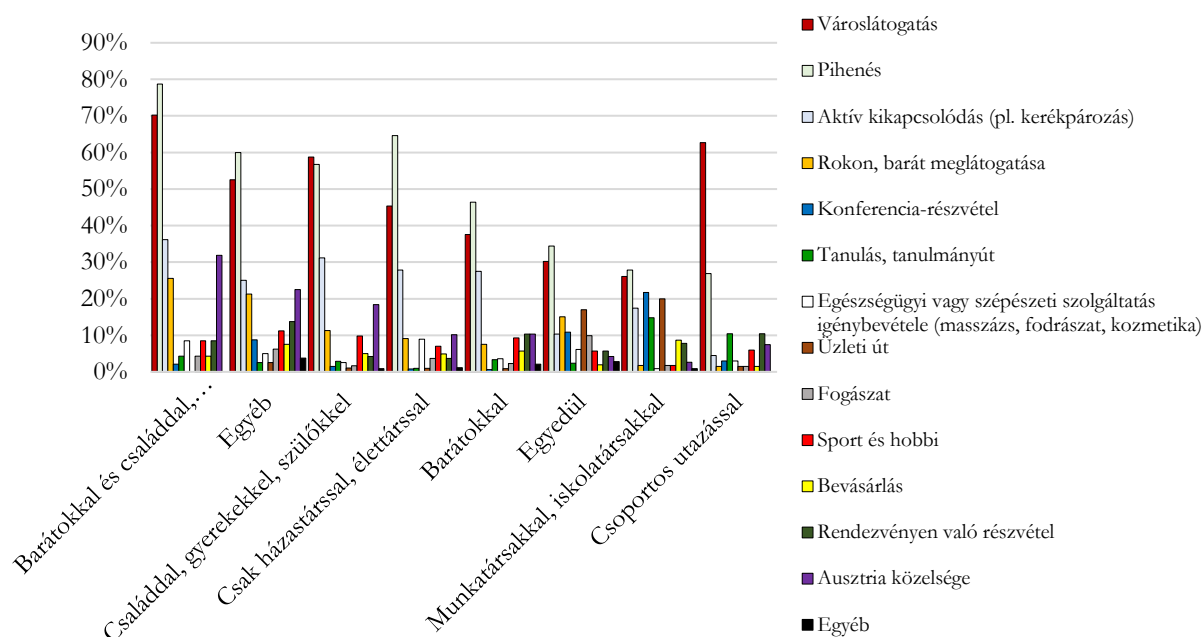
A sort a motivációk számossága tekintetében azok zárják, akik:

- barátokkal érkeztek (átlagos motivációs szám 1,67, a minta 24%-a),
- egyedül érkeztek (átlagos motivációs szám 1,57, a minta 11%-a),
- munkatársakkal, iskolatársakkal érkeztek (átlagos motivációs szám 1,54, a minta 6%-a),
- csoportos utazással érkeztek (átlagos motivációs szám 1,4, a minta 3%-a).

A motivációtípusokban is felfedezhetőek bizonyos sajátosságok (15. ábra). Az átlagosan legtöbb különböző motivációval rendelkező csoportban a pihenés és a városlátogatás dominál, amely mellett az aktív kikapcsolódás, Ausztria közelsége és a rokon, barát meglátogatása kap még helyet 10% feletti részesedéssel. Szintén ez a négy, de más sorrendben a domináns motiváció a családdal utazóknál is. A csak házastárssal, élettárssal utazóknál a pihenés súlya némiképp dominánsabbá válik, a rokon meglátogatása motiváció súlya 10% alá csökken. Az egyedül utazóknál a 10% feletti kategória kibővül a konferencia-részvétellel, az üzleti úttal és a fogászattal. Különösen jelentős eltérés azok motivációs mintázatában van, akik munkatársakkal, iskolatársakkal utaznak, itt a pihenés és városlátogatás súlya kisebb, ellenben érzékelhetően nő a súlya az üzleti út, az aktív kikapcsolódás, különösen pedig a konferencia-részvétel motivációtípusnak. Jellegzetessége ennek a csoportnak, hogy itt ér el a legmagasabb (15%-os) részarányt a tanulás, tanulmányúton való részvétel (és a csoportos utazás mellett egyedül itt magasabb a részaránya, mint 10%). A csoportosan utazók motivációs mintázata szélsőséges eloszlást követ, kiemelkedően magas a részaránya a városlátogatásnak (63%), amely mellett még három, igaz, jóval kisebb részesedésű kategória érte el a 10%-os részarányt, csökkenő sorrendben a pihenés (27%), a tanulás, tanulmányút és a rendezvényen való részvétel (azonos arányban némiképp 10% felett).

## 15. ábra

### A motivációs típusok megoszlása az utazás partnere szerint a mintában (%)

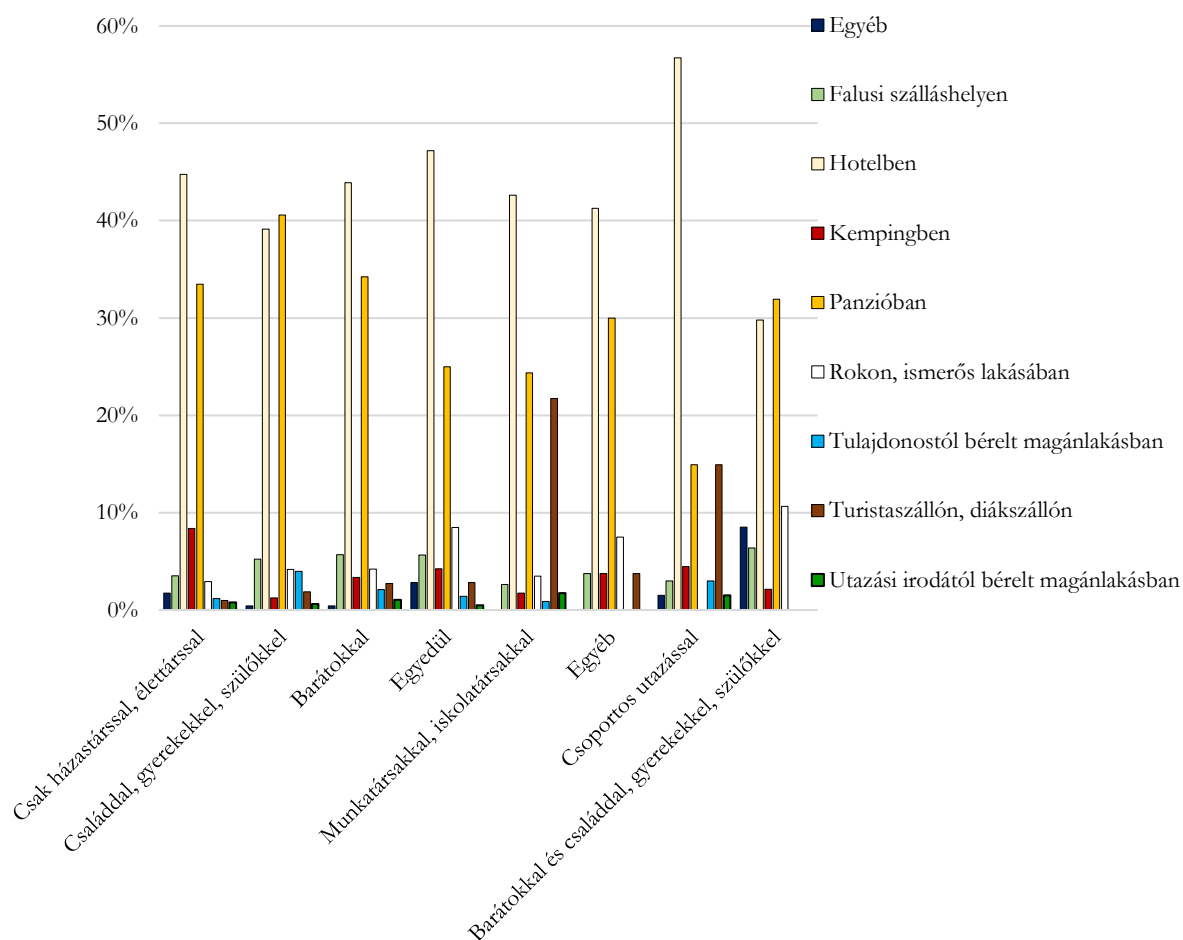


Forrás: saját felmérés

A csoportonkénti szálláshelyválasztást valamennyi esetben két típus, a hotel és a panzió dominálja, ugyanakkor a partner függvényében eltérések megfigyelhetők (16. ábra). Ennek ismeretében a 2020/2021-es időszakban megvalósult fejlesztések a kereslet megfelelő kielégítését teszik lehetővé a magyar területen, így a versenyképesség javulását eredményezhetik. Magasabb részarányt csak a munkatársakkal, iskolatársakkal és a csoportos utazással érkezők körében ér el a turistaszálló, diákszálló. A csoportos utazással érkezők körében kiemelkedően magas volt a hotelek dominanciája. Azok esetében, akik barátokkal és családjukkal együtt utaznak, 10% feletti részarányt ért el a rokon, ismerős lakása is. A rokon, ismerős lakása az egyedül utazóknál is egy, a legtöbb csoportnál jobban kedvelt alternatíva.

16. ábra

*Szállástípusok megoszlása az utazás partnere alapján (%)*



*Forrás: saját felmérés*

A felmérés alapján az, hogy a vendég kivel utazik, szignifikáns kapcsolatban áll a választott szálláshely típusával. Egyes szálláshelytípusok felé preferenciaeltolódás figyelhető meg a különböző csoportokban:

- barátokkal és családdal, gyerekekkel, szülőkkel érkezők esetében az egyéb kategória irányába (a mintaelemszám ugyanakkor alacsony, csak négy fő),
- csak házastárssal, élettárssal érkezők esetében a kemping irányába,
- családdal, gyerekekkel, szülőkkel érkezők esetében a panzió, tulajdonostól bérelt magánlakás felé,
- csoportos utazással érkezők esetében a turistaszálló, diákszálló, valamint a hotelek felé,
- egyedül érkezők esetében a rokon, ismerős lakása és az egyéb kategória felé,



- munkatársakkal, iskolatársakkal érkezők esetében a turistaszálló, diákszálló felé.

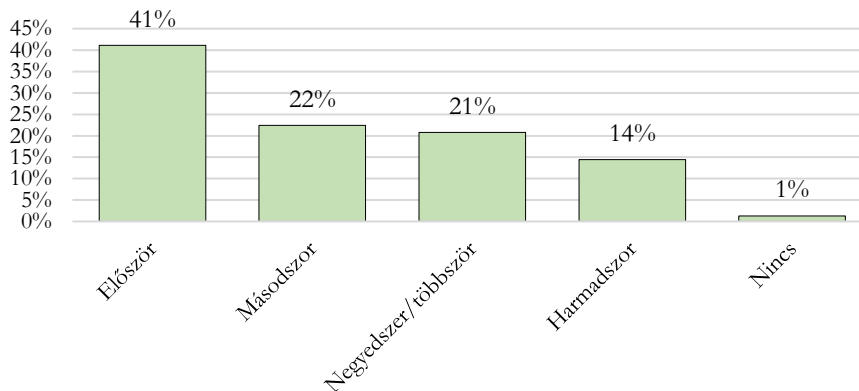
Az eltolódások az egyes célszegmensek sajátosságaiból is adódhatnak, például a csoportos utazók magasabb létszámához a nagyobb kapacitású szálláshelyek optimálisak, családdal utazóknál a gyerekek igényeinek egy kisebb, zártabb jellegű, egyéni igényekre reflektáló szálláshely lehet megfelelőbb.

#### 6.2.4. A látogatás gyakorisága

A megkérdezettek között azok a vendégek dominálnak, akik már jártak itt korábban (17. ábra). A felmért vendégkör kevesebb mint felét, valamivel több mint 40%-át adják azok, akik első alkalommal látogattak el a térségbe. A minta legnagyobb részét, közel 60%-át pedig a visszatérők.

**17. ábra**

*A felmért vendégkör a látogatás ismétlődő jellege szempontjából (%)*



*Forrás: saját felmérés*

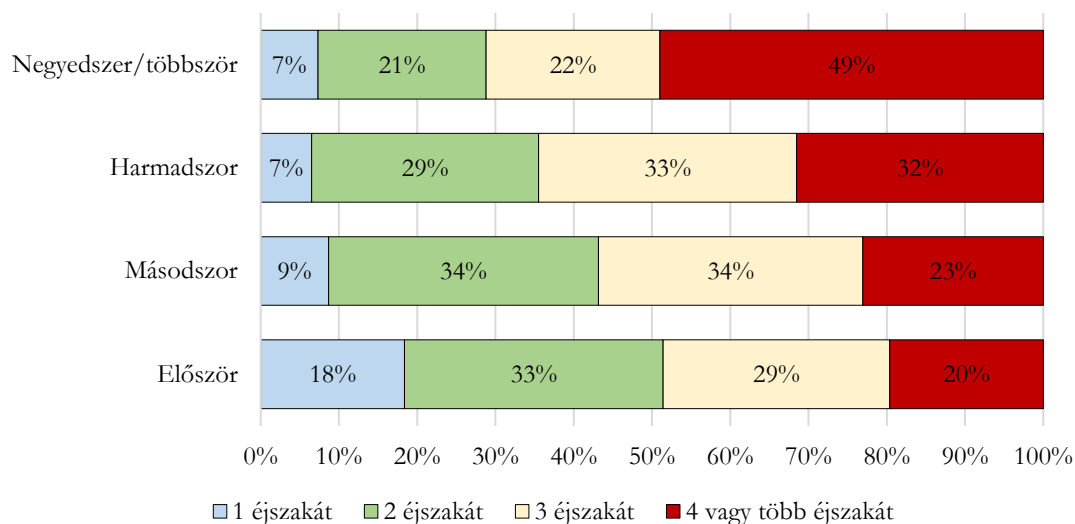
Határozott összefüggés látszik a látogatás első vagy többszöri jellege és a térségben eltöltött idő között. Akik először járnak itt, lényegesen nagyobb arányban maradnak egy napig (18,4%), mint azok, akik többször jártak már a térségben (7,7%). A több alkalommal a térségbe látogatók esetében a magasabb tartózkodási idővel jellemezhető kategóriák egyre magasabb részarányt érnek el, a domináns tartózkodási idővé a négy vagy több éjszaka válik. Ezzel szemben azok esetében, akik először járnak a térségben, a két éjszakai tartózkodási idő a leginkább jellemző. Ebből arra következtethetünk, hogy akik jártak már itt, elégedettek voltak a térséggel és annak kínálatával, így szívesen térnek vissza ide, és töltenek itt el több, akár az átlagnál magasabb tartózkodási időt.

Tovább árnyalható a kép, ha a térség felkeresésének számát részletesebb felbontásban is megvizsgáljuk, különösen hangsúlyos az eltérés az először a térséget felkeresők és a negyedik vagy többszöri alkalommal a területre látogatók között, előbbi csoport esetében az egy éjszakás látogatás felé történik súlyponteltolódás (a domináns kategória a két éjszakás látogatás marad), utóbbinál a négy vagy több éjszakás tartózkodás valószínűsége nő meg jelentősen.

A mind a két kérdésre választ adó 1915 fő megoszlását az 18. ábra szemlélteti, amely megerősíti a fenti megállapításokat, az egyes kategóriák elemszáma az először látogatók esetében 805, másodszer 438, harmadszor 276, negyedszer vagy többször 396.

### 18. ábra

*A válaszadók megoszlása a látogatás alkalmának ismétlődő jellege és az utazás során eltöltött vendégéjszakák száma szerint (%)*

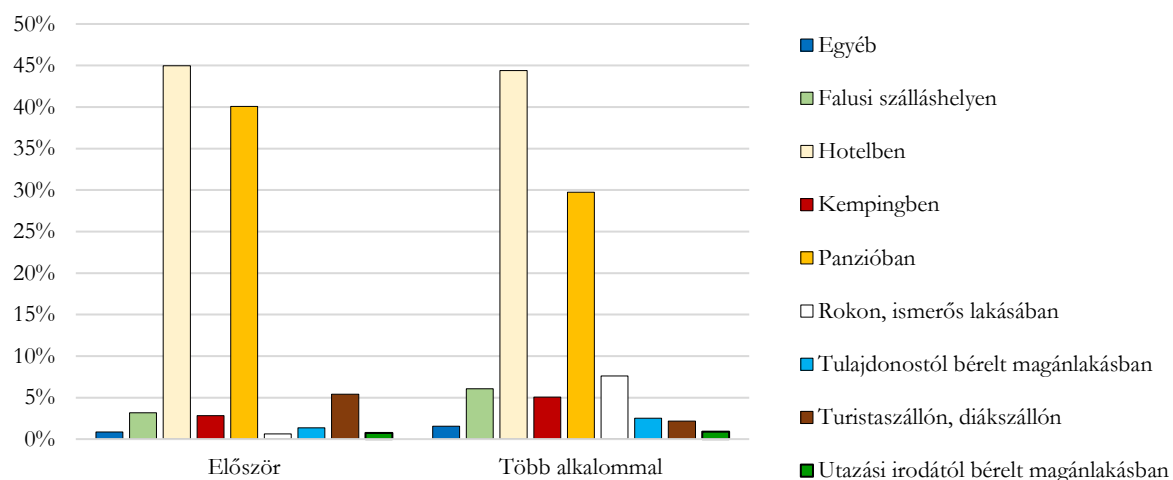


*Forrás: saját felmérés*

A szálláshelyválasztás tekintetében szignifikáns kapcsolat adódott a látogatás ismételt jellege és a szálláshely között. Akik először érkeztek a térségbe, nagyobb mértékben szálltak meg panzióban, turistaszállón/ diákszállón. Míg a többszöri alkalommal a térségbe látogatók lényegesen nagyobb arányban szálltak meg falusi szálláshelyen vagy rokon, ismerős lakásában. A domináns kategória ugyanakkor mindkét esetben a hotel és a panzió volt (19. ábra). A látogatás ismételt jellegére és az igénybe vett szálláshely jellegére 1922 fő adott értékelhető választ.

### 19. ábra

#### A válaszadók megoszlása a látogatás alkalmának ismételt jellege és az utazás során igénybe vett szálláshely típusa szerint (%)



Forrás: saját felmérés

Szignifikánsnak bizonyult továbbá a kapcsolat a látogatás ismétlődő jellege és a lakhely között. A megkérdezett külföldi vendégek jellemzően először keresték fel a térséget, tehát alapvetően a magyarországi vendégek körében volt jellemző a térség ismételt meglátogatása. Az adat jelezheti, hogy annak ellenére, hogy Sopron korábbi pozíciójához képest veszített jelentőségéből, népszerűsége, ismertsége továbbra is jó. A versenytársakhoz való felzárkózást, pozíciójavítást elősegítheti a hiányzó vagy nem megfelelő színvonalú kínálati elemekkel (pl. fürdési lehetőségek) kapcsolatos fejlesztések megvalósulása (Fertő tó fürdőfejlesztés, Lóver uszoda). A fenti összefüggést a 5. táblázat is szemlélteti.

### 5. táblázat

#### A látogatások számának megoszlása a lakhely dimenziójában (n=1624)

Látogatás száma	Külföld	Magyar
Első (n=701)	53%	39%
Második (n=354)	11%	16%
Harmadik (n=237)	20%	23%
Negyedik vagy több (n=332)	16%	22%
Összesen	100%	100%

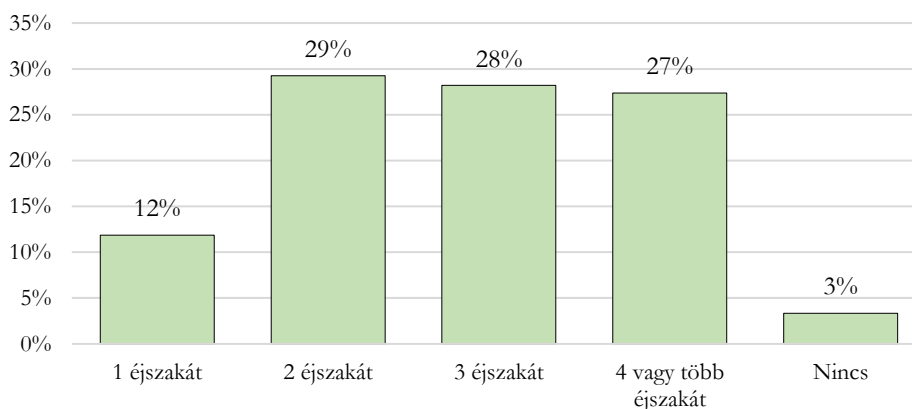
Forrás: saját felmérés

### 6.2.5. Átlagos tartózkodási idő az utazás során

A megkérdezett vendégkör tekintetében a térséget felkeresőkre jellemző, hogy több vendégéjszakát is eltöltöttek itt a látogatásuk során. Az érvényes válaszadók körében mintegy 30% volt azoknak a részaránya, akik mindössze egy éjszakát töltöttek el a térségben, azaz több mint kétharmad hosszabb időre látogatott el a területre. Sopron kedvelt úti célja a belföldi, egynapos, turisztikai célú utazásoknak, RÁCZ A. (2020) kutatási eredménye alapján a kilencedik legkedveltebb hazai város e szempontból. De a többnapos utazások tekintetében is kiemelt helyen szerepelt Sopron RÁCZ A. (2020) kutatási eredményei alapján, hiszen e vonatkozásban a nyolcadik legnépszerűbb város lett a belföldi utazások során főszezonban. Szembetűnő, hogy jelen kutatás alapján a négy vagy több vendégéjszakát eltöltők részaránya több mint kétszerese a csak egy napra érkezőkének (20. ábra). A tartózkodási idő növekedését segítheti a Fertő tó körüli kerékpárút magyar szakaszának „teljessé válása”, mely megfelelő körülményeket teremt a mintegy 130 kilométeres tókerülő túra teljesítéséhez.

20. ábra

*A megkérdezett vendégkör megoszlása a térségben eltöltött idő szerint (%)*

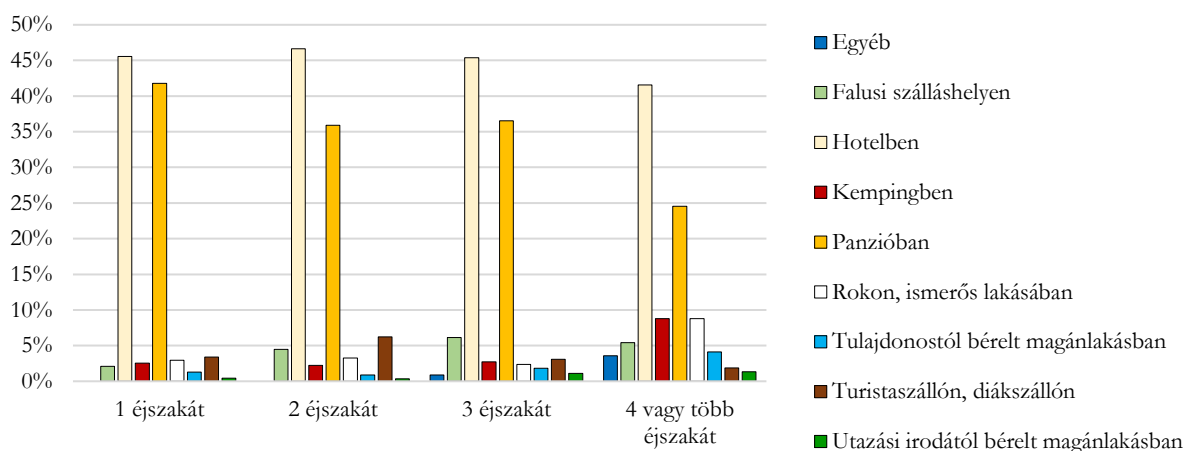


*Forrás: saját felmérés*

Összefüggés mutatható ki a tartózkodás ideje és a választott szálláshely között (n=1903). Az egy éjszakát a térségben töltők körében magasan legnépszerűbb a hotel és a panzió. A két éjszakát eltöltők körében a turistaszálló, diákszálló emelkedik még ki (5% felett). A négy vagy több éjszakát eltöltők körében a kemping, a rokon, ismerős lakása és a falusi szálláshely emelkedik 5% fölé. Ugyanakkor valamennyi kategóriában a hotel és a panzió domináns (21. ábra).

## 21. ábra

### A választott szálláshelytípus megoszlása a tartózkodás ideje szerint (%)



*Forrás: saját felmérés*

További szignifikáns összefüggések adódtak a tartózkodási idő, az igénybe vett információs források és a motivációk száma között).

Ahogy nő a tartózkodási idő, úgy:

- az utazás előtt igénybe vett információforrások átlagos száma is nő, hosszabb tartózkodás előtt többféle forrásból informálódnak,
- az utazás során igénybe vett információforrások átlagos száma is, hosszabb tartózkodás közben többféle forrásból informálódnak,
- az utazás motivációinak átlagos száma is nő, hosszabb tartózkodás során az utazásnak is átlagosan több fő motivációja van.

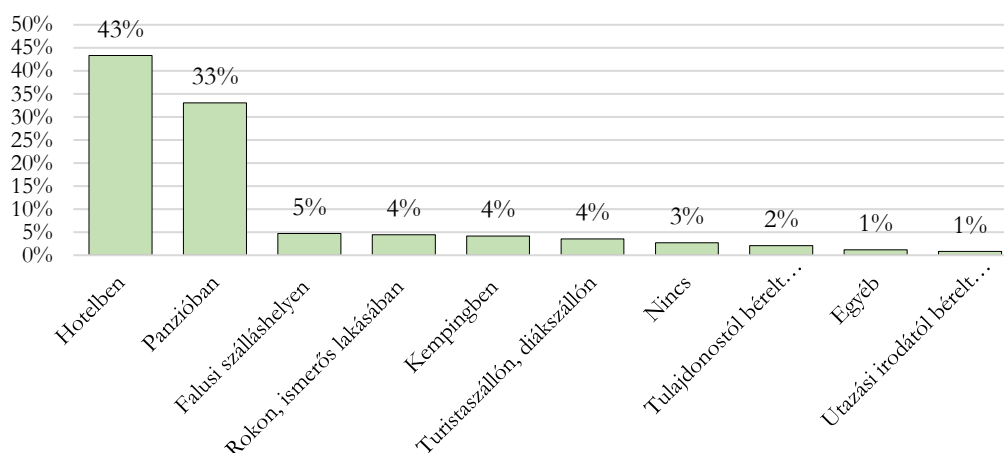
Utóbbi összefüggés akkor is fennáll, ha az utazás céljára egyetlen választ sem jelölőket nem vesszük figyelembe az átlagok meghatározásánál. Az adatok megerősítik a megfelelő színvonalú, internetes információforrások biztosításának szükségességét és népszerűsítését.

#### 6.2.6. A szálláshelyválasztás és a turisztikai költség jellemzői

Nagyon hangsúlyos a megkérdezettek körében a választott szálláshelyek közül a hotelek és a panziók dominanciája, együttesen a felmért vendégkör közel 80%-a ezen típusok valamelyikét választotta (hotel 43, panzió 33%, ha csak azokat nézzük, akik válaszoltak a kérdésre, hotel 45, panzió 35%) (22. ábra). RÁCZ A. (2020) országos kutatásának eredményei is hasonlóak, a hazai lakosság tekintetében a szálloda, apartman és panzió a három legnépszerűbb szálláshely.

## 22. ábra

### A felmért vendégkör megoszlása a szálláshely típusa szerint (%)

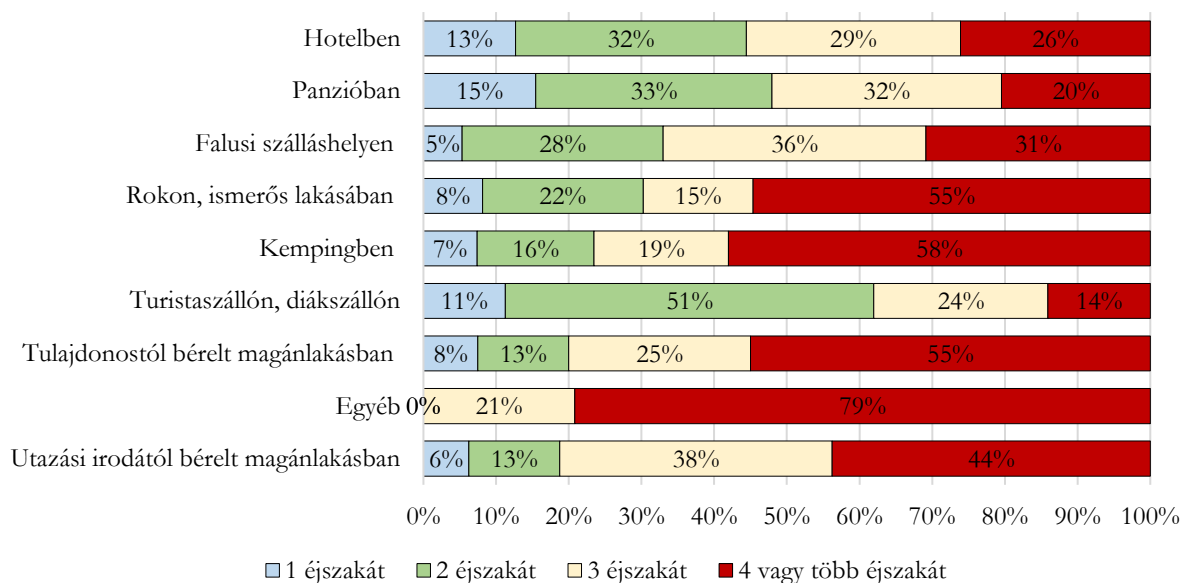


Forrás: saját felmérés

Ahogy korábban láttuk, a szálláshelyválasztás összefüggésben áll a tartózkodási idővel, amelynek megoszlását a szálláshely függvényében az 23. ábra szemlélteti (n=1903), az egyes kategóriák mintaelemszáma: utazási irodától bérelt magánlakásban 16, egyéb 24, tulajdonostól bérelt magánlakásban 40, turistaszállón, diákszállón 71, kempingben 81, rokon, ismerős lakásában 86, falusi szálláshelyen 94, panzióban 640, hotelben 851.

## 23. ábra

### Tartózkodási idő a választott szálláshely függvényében (%)



Forrás: saját felmérés

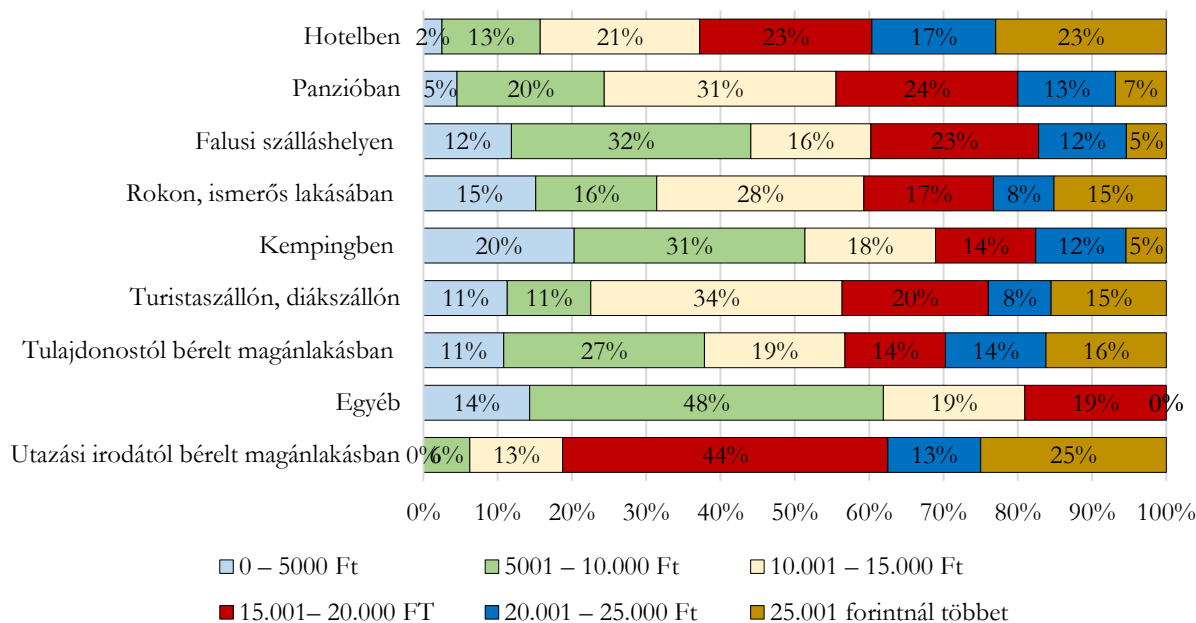
A kempingek és magánlakások magasabb aránya Hegykő adataiból adódik, ami megerősíti, hogy a termálfürdő és a fürdőkínálat egyaránt a hosszabb tartózkodási idő elősegítője lehet. Szignifikáns a kapcsolat a szálláshely típusa és a szállásra költött összeg között. Ez alapján az alábbi súlyponteltolódások állapíthatók meg:

- Alacsonyabb szállásra költött összeg:
  - o Rokon, ismerős lakása – 0–5 ezer forint
  - o Egyéb – 5–10 ezer forint
  - o Falusi szálláshely – 0–5 és 5–10 ezer forint
  - o Kemping – 0–5 és 5–10 ezer forint
- Közepes szállásra költött összeg:
  - o Panzió – 10–15 ezer forint
- Magasabb szállásra költött összeg:
  - o Hotel – 20–25 és 25– ezer forint

A konkrét részarányokat a 24. ábra tartalmazza, kategóriák mintaelemszámai: utazási irodától bérelt magánlakásban 16, egyéb 21, tulajdonostól bérelt magánlakásban 37, turistaszállón, diákszállón 71, kempingben 74, rokon, ismerős lakásában 86, falusi szálláshelyen 93, panzióban 641, hotelben 845.

#### 24. ábra

*A szállásra fordított összegek megoszlása a szállás típusának függvényében (n=1884) (%)*



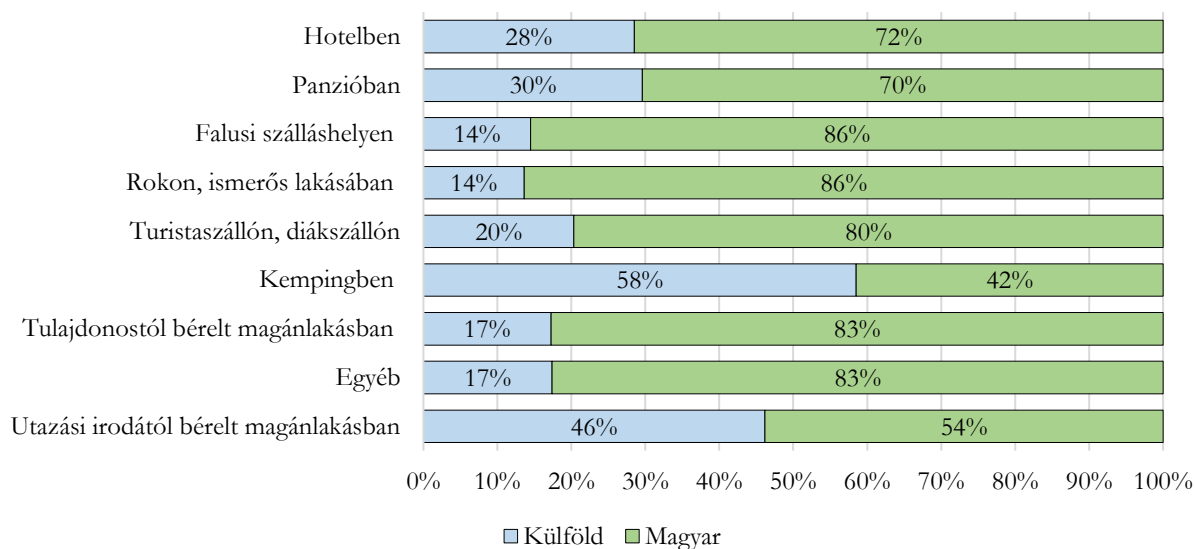
*Forrás: saját felmérés*

Az országos REVPAR-adatok alapján (KSH) a desztináció az egyik legalacsonyabb árfekvésű, annak ellenére, hogy jelen felmérés adatai megfelelő fizetőképességű vendégkört jeleznek. Kérdéses, hogy mi lehet a KSH-adatokban megjelenő alacsonyabb árképzés oka. Amennyiben az alacsonyabb színvonal indokolta ezt az árképzést, akkor a fejlesztések nyomán a többi desztinációhoz (és az osztrák árszínhez) jobban igazodó szolgáltatás- és árszínvonal valósítható meg.

Szignifikáns kapcsolat állt fenn a szálláshely típusa és a vendégkör jellege között a lakhely szerint. A magyar vendégek körében jellemzőbb a falusi szálláshely és a rokon, ismerős lakása szálláshelyként. A külföldi vendégek esetében súlyponteltolódás figyelhető meg a kempingek irányába. Ez az adat Hegykő kínálatából és a hozzá kapcsolódó vendégköréből adódik. A pontos részarányokat a 25. ábra mutatja be, kategóriák mintaelemszámai: utazási irodától bérelt magánlakásban 13, egyéb 23, tulajdonostól bérelt magánlakásban 29, kempingben 53, turistaszállón, diákszállón 59, rokon, ismerős lakásában 66, falusi szálláshelyen 69, panzióban 564, hotelben 716.

### 25. ábra

*A vendégkör megoszlása a lakhely szerint az igénybe vett szálláshely típusa szerint (n=1592) (%)*



*Forrás: saját felmérés*

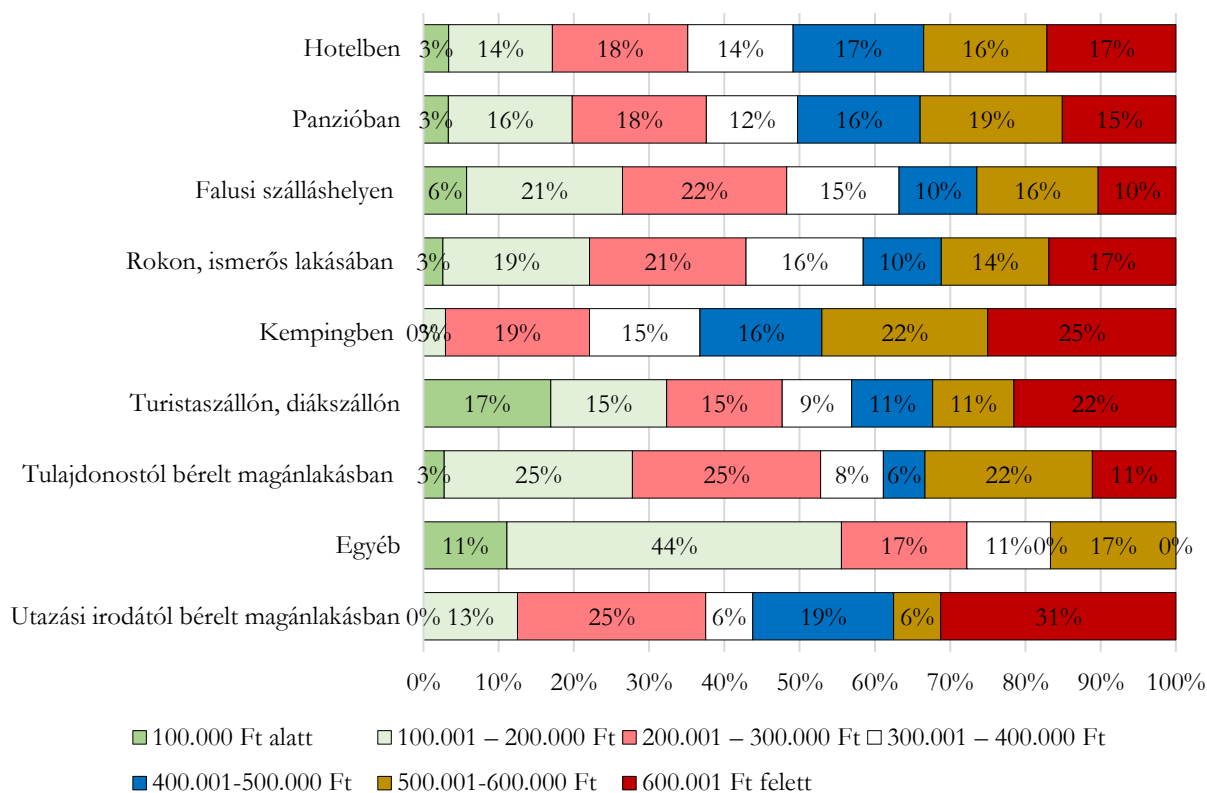
A szálláshely és a felmért vendégkör anyagi helyzete alapján szembevetendő a kempingben jelen lévő magasabb háztartási jövedelemmel rendelkező vendégkör (valószínűleg a külföldiek miatt), valamint a turistaszállón, diákszállón a 100 ezer forint alatti, illetve a 100 és 200 ezer forint közötti háztartási jövedelemmel rendelkezők magasabb részaránya (26. ábra), a



kategóriák mintaelemszámai: utazási irodától bérelt magánlakásban 16, egyéb 18, tulajdonostól bérelt magánlakásban 36, turistaszállón, diákszállón 65, kempingben 68, rokon, ismerős lakásában 77, falusi szálláshelyen 87, panzióban 577, hotelben 806. A mintán, sajátos módon, a magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkezők körében is magas arányú a kemping igénybevétele. Ez az adat kifejezetten a hegykői kemping vendégkörére jellemző. Az okok között említhetjük a következőket: a kempinget és a termálfürdőt egy vállalkozás üzemelteti. A kemping és a fürdő (és kiegészítő létesítményei: üzletek, éttermek, gyógyszerellátások) területe nincs térbeli akadályokkal elválasztva egymástól, ami különösen az idősebb korosztály számára magasabb kényelmet (kis távolság, állandóan hozzáférhető szolgáltatások, nyitvatartási időn kívüli fürdőmedence-használat, stb.), minőségi komfortfokozatot biztosít. A hegykői termálvíz minősített gyógyvíz, gyógykezelésre alkalmas, melyhez több gyógyszerellátást helyben biztosítanak. Ezen kívül az üzemeltetők nagyon kedvező ár-érték konstrukciót kínálnak a kemping vendégeinek. A kemping lakókocsis szállás ára tartalmazza a tartózkodás időtartamára a fürdőbelépőt is, ami különösen a külföldi (elsősorban tipikusan német, osztrák, holland) vendégkör számára jelentős anyagi megtakarítást jelenthet. A 2021. évi árak összevetésében a személyenkénti 9.000 Ft/ fő/ éj szállásár, mely tartalmazza a 3.000 Ft/ nap fürdőbelépőt a saját lakókocsi kényelme mellett árfolyamtól függően, akár naponta és személyenként minimálisan 10 vagy lényegesen több euróval kedvezőbb lehet a magánzálláshelyek, panziók igénybevételénél, és akár fedezheti is a járulékos szolgáltatások (étkezés, gyógyszerellátások, stb.) költségeit. Az üdülés és gyógykezelés költsége így töredéke lehet, esetükben, az otthoni gyógykezelések költségeinek.

26. ábra

A vendégkör megoszlása háztartási jövedelme szerint a szálláshely függvényében (n=1750)  
(%)

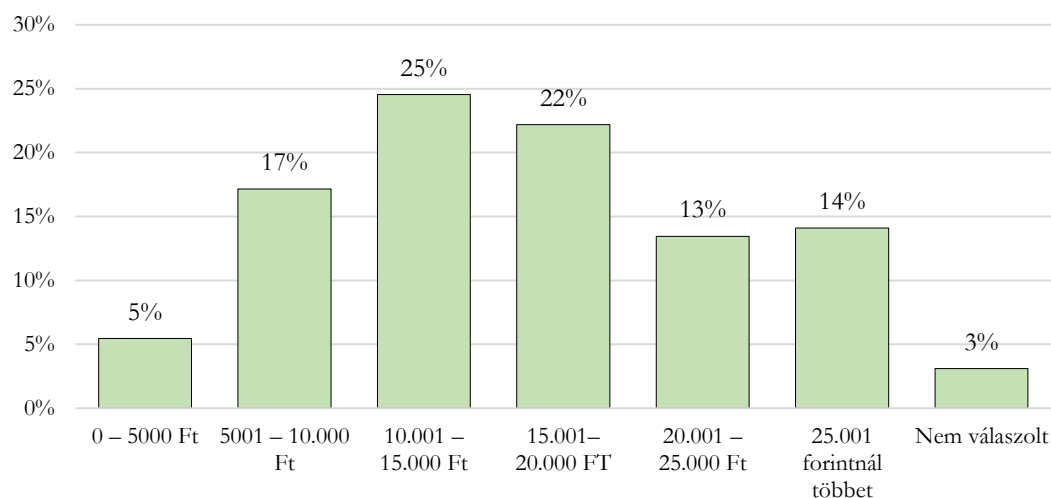


Forrás: saját felmérés

A vendégkör közel fele 10 és 20 ezer forint között költ szállásra egy éjszakára vetítve (27. ábra). Sajátos, hogy a jövedelemszint markáns különbségei ellenére az adatokban nem jelenik meg jelentős mértékben az eltérés. Utalhat arra is, hogy a magasabb jövedelemszintűeknek nem mindig áll rendelkezésükre magasabb ár- és minőségi színvonalú szálláshely.

## 27. ábra

### *A felmért vendégkör megoszlása a szállásra fordított kiadások szerint (fő/éj) (%)*



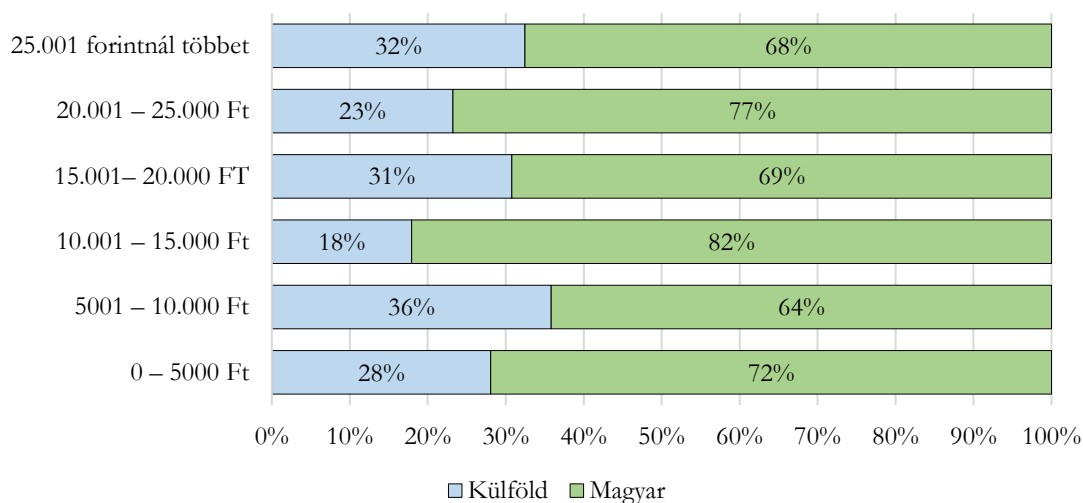
*Forrás: saját felmérés*

Szignifikáns összefüggés adódott a szálláshelyre fordított összeg és a lakhely relációjában. A magyarok esetében a 10–15 ezer forint, de a 15–20 ezer forintos kategória is magasabb részarányt mutat. A külföldiek az 5–10 ezer forintos kategóriában jelennek meg nagyobb súllyal, utóbbi csoport esetében a legnagyobb részarányú kategóriát a 15–20 ezer forintos adta. Az adatok jelezhetik, hogy a külföldi turisták esetében a desztináció kínálata/ szolgáltatásai kevésbé szólítják meg a magasabb jövedelműeket, és az alacsonyabb költség a jellemző.

Az elköltött összegek lakhely szerinti megoszlását a 28. ábra szemlélteti, a kategóriánkénti mintaelemszámok: 0–5000 forint 89, 5001–10.000 forint 279, 10.001–15.000 forint 413, 15.001–20.000 forint 364, 20.001–25.000 forint 228, 25.001 forintnál többet 231.

## 28. ábra

**A minta megoszlása a szálláshelyre fordított összeg (fő/éj) és a lakhely relációjában (n=1604) (%)**

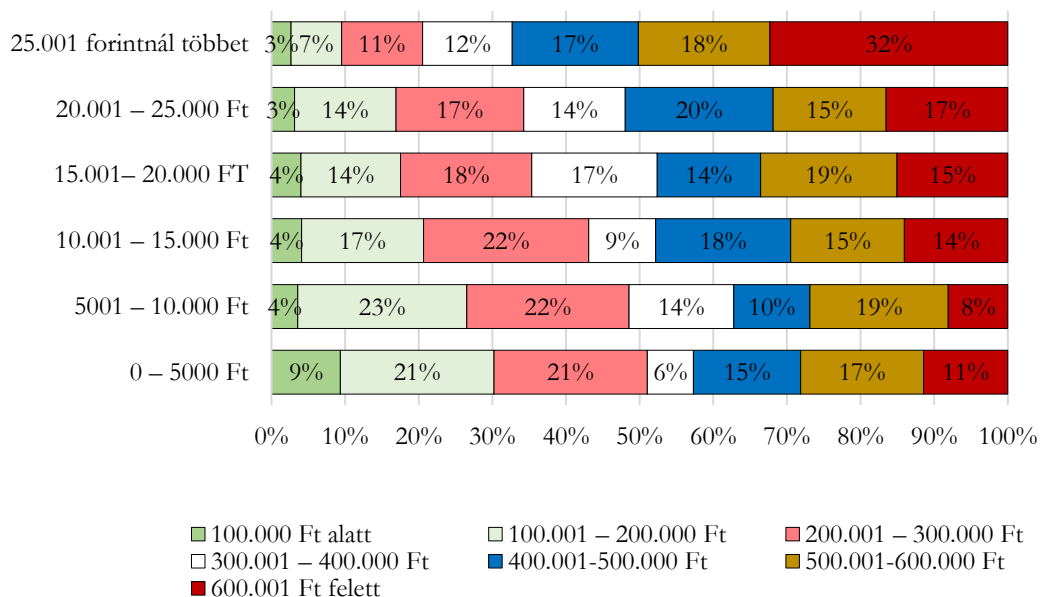


*Forrás: saját felmérés*

A háztartási jövedelem növekedésével megfigyelhető továbbá egy súlyponteltolódás a magasabb szállásdíjú helyek igénybevétele irányába (29. ábra).

## 29. ábra

**A minta megoszlása a szállásra fordított összeg (fő/éj) és a háztartások nettó jövedelme szerint (n=1762) (%)**



*Forrás: saját felmérés*

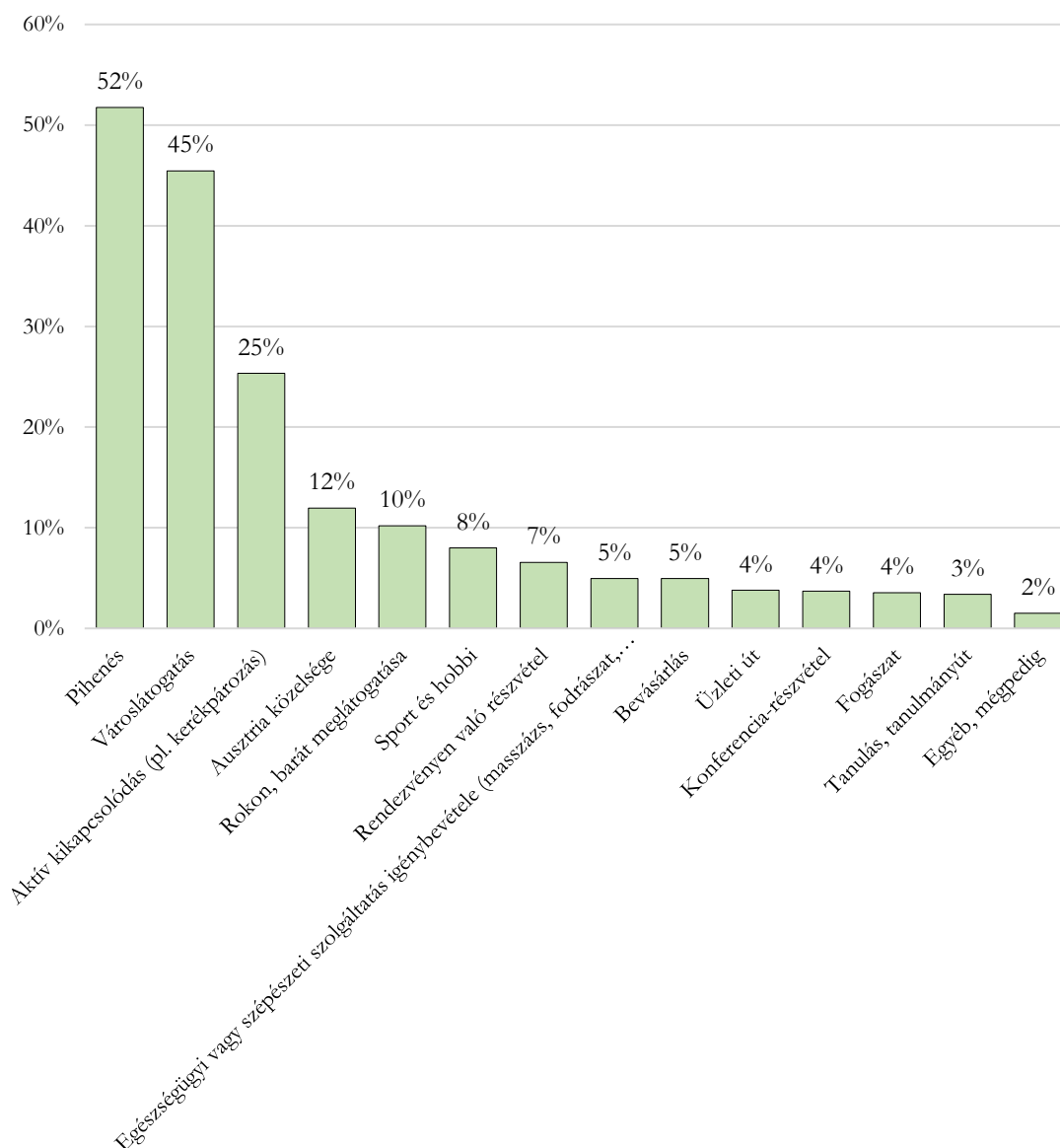
### **6.2.7. Az utazás motivációja**

Az utazás folyamatában meghatározó tényező a motiváció, amely egyénenként eltérő, és számos tényező (például a szabadság, szabadrendelkezésű jövedelem vagy akár érdeklődési kör) befolyásolja. MASLOW A. H. (1954) szükségletelmélete az alapvető emberi szükségletekből indul ki. Az alapvető szükségletek (fiziológiai szükségletek, biztonság) kielégítése után egyre magasabb szintek kielégítésére törekszenek az egyének, amelynek egyre inkább részét képezi az utazás. KALMÁRNÉ RIMÓCZI CS. (2018) disszertációjában a motivációk és az életstílus közötti összefüggéseket vizsgálta, munkájában igazolta, hogy az utazók életstílusa összefüggésbe hozható a turisták motivációival.

Jelen kutatás során a motivációk közül kettő (pihenés, városlátogatás) különösen magas, 50% körüli részaránnyal jelent meg jelen a mintában, majd éles töréssel következik az aktív kikapcsolódás (a megkérdezettek 25%-a említette) (30. ábra). 10% feletti részarányt ért még el Ausztria közelsége és a rokon, barát, ismerős meglátogatása. RÁCZ A. (2020) korábban említett, a hazai lakosság utazási szokásait vizsgáló kutatása is hasonló eredményre jutott, kutatásában szintén a pihenés–kikapcsolódás, az aktív szabadidős tevékenység és a városlátogatás mint motiváció végzett az első három helyen az egynapos utazások tekintetében. A többnapos utazások tekintetében kicsit változik a kép, akkor a pihenés mellett a strandolás, fürdőzés és az aktív szabadidős tevékenység kapott helyet.

30. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása az utazás motivációi szerint (%)*

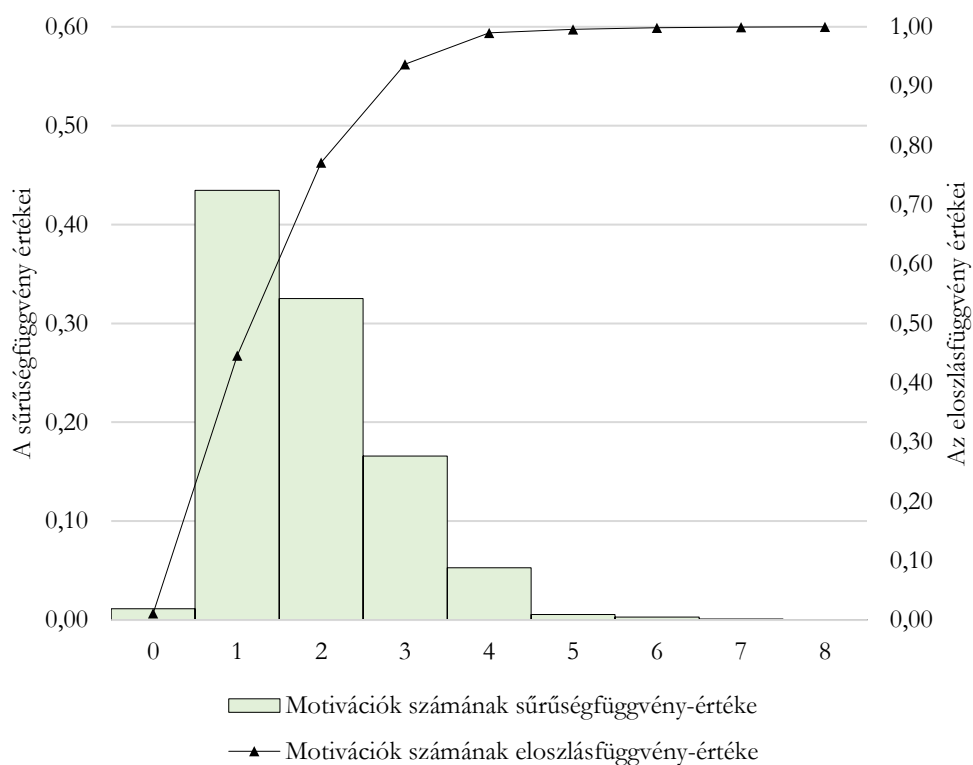


*Forrás: saját felmérés*

Mindössze 23 fő volt, aki egyetlen motivációt sem jelölt meg. A motivációk átlagos száma egyénenként 1,851, ugyanakkor a leggyakoribb érték az egyes volt, a legtöbben azok voltak, akik egy határozott motivációval érkeztek a térségbe, a megkérdezettek mintegy 43,5%-a (6. táblázat). Ha a többi csoportot összevontan kezeljük, a több motivációval rendelkezők részaránya kerül túlsúlyba, 55,4% legalább kettő motivációval érkezett. A ferdeség értéke 1,116, így inkább azok vannak túlsúlyban, akik kevesebb céllal rendelkeztek látogatásuk vonatkozásában (31. ábra). A desztináció komplex kínálatát figyelembe véve ez a komplexitás a motivációk vonatkozásában kevésbé mutatkozik meg, ami adódhat a nem megfelelő előzetes információkból is.

**31. ábra**

***A motivációk számának sűrűség- és eloszlásfüggvénye***



*Forrás: saját felmérés*

**6. táblázat**

***A motivációk számának megoszlása és relatív gyakorisága***

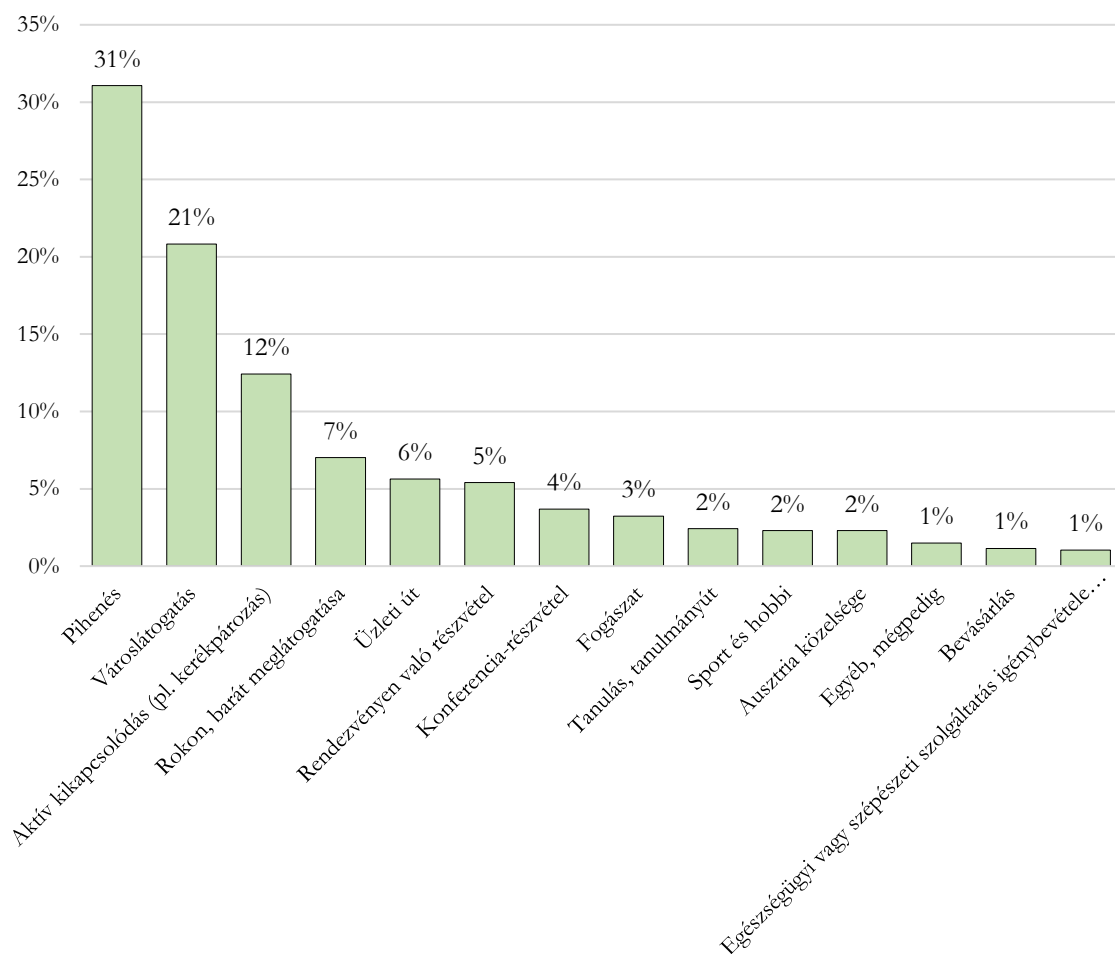
Motivációk száma	Gyakoriság	Relatív gyakoriság
0	23	1,2%
1	869	43,5%
2	650	32,5%
3	332	16,6%
4	106	5,3%
5	11	0,6%
6	6	0,3%
7	2	0,1%
8	1	0,1%

*Forrás: saját felmérés*

Azok közül, akik egy motivációval rendelkeztek, szintén a pihenés (31%), a városlátogatás (21%) és az aktív kikapcsolódás (12%) emelkedett ki (n=869) (32. ábra).

### 32. ábra

*Az egy látogatási motivációval rendelkezők motiváció típusainak megoszlása (%)*



*Forrás: saját felmérés*

Azoknál, akik kombinált motivációval érkeztek, határozottan a pihenés és a városlátogatás kettőse dominált, a két motivációval rendelkezők 41%-a tartozott ebbe a csoportba, 10% feletti részarányt semmilyen másik párosítás nem adott (9% városlátogatás és aktív kikapcsolódás, 8% pihenés és aktív kikapcsolódás volt).

Három motivációval rendelkező kitöltők közül 17% városlátogatás, aktív kikapcsolódás, sport és hobbi, 13% városlátogatás, aktív kikapcsolódás és pihenés motivációjú volt.

A vendégkör 26%-a értékelte egytől tízig terjedő skálán (ahol egy: egyáltalán nem igaz, tíz: teljes mértékben igaz) hatosra azt az állítást, hogy Sopron és a Fertő-táj egésze miatt jött (a nem válaszolt kategória nélkül 28%) (a módusz hatos, a medián pedig négyes). 23% értékelte hatosra, hogy Sopron és Fertő-táj látnivalói és nevezetességei miatt jött (a nem válaszolt kategória nélkül 25%) (a módusz hatos, a medián pedig négyes). 21% pedig, hogy jellemzően



tematikus jellemzőkkel bíró helyekre utazik (a nem válaszolt kategória nélkül 23%) (a módusz hatos, a medián pedig négyes). Kevésbé jellemző a megkérdezetteknek, hogy egy körút állomásának tekintik Sopront és a Fertő-tájat, mindössze 12% nyilatkozta, hogy a semlegesnél éppen jobban jellemző rá ez a fajta motiváció (a nem válaszolt kategória nélkül 14%). Különösen szembeűnő, hogy ez utóbbi megállapítás kapcsán a módusz értéke egy, azaz a leggyakoribb válasz a válaszadók körén belül az egyáltalán nem igaz kategória volt ebben a tekintetben. Ez összecseng a korábbiakkal. A motivációs ismertségre vonatkozó értékek megfelelőnek mondhatók, de van még bennük fejlesztési potenciál.

A további motivációkat tekintve árnyalható (egyűtől négyig terjedő skálán) a kép az érvényes gyakoriságok vonatkozásában (módusz és medián mindegyik esetben egyaránt három, inkább jellemző), a válaszadók több mint kétharmada nyilatkozott úgy, hogy inkább jellemző rá, hogy (7. táblázat):

- természetben tudja kipihenni magát (68%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 62%),
- gasztronómiai élményeket keres (66%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 60%),
- a kulturális rendezvények és fesztiválok felkeresése vonzó turisztikai élmény számára (61%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 56%).

A gasztronómiai értékek viszonylag magas aránya jelzi, hogy a kínálati elemek közt a hangsúlyosabb és intenzívebb marketinggel, nagyobb szervezettséggel és tervezettséggel megvalósított gasztronómiai kínálat jelentős célszegmensek megszólítására lehet alkalmas.

Az érvényes gyakoriságok tekintetében további három jellemző esetében ért el az inkább jellemző vagy teljes mértékben jellemző kategória 50% feletti részarányt:

- legpihentetőbb egy wellness-hotelben eltölteni néhány napot (54%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 48%),
- az aktív üdülés tölt fel (pl. kerékpártúra) (53%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 47%),
- a természetnél jobban szeretek városokban barangolni, megnézni a nevezetességeket (52%, a nem válaszolókat is figyelembe véve 47%).

Az eredmények megerősítik a desztináció rekreációs, aktív turisztikai és élményalapú turisztikai fejlesztéseinek fontosságát és a szállodákon/ panziókon kívül a többi szolgáltató esetén is csomagajánlatban történő megjelenítések fontosságát.

## 7. táblázat

### Egyes motivációs tényezők megoszlása a mintában

	Természetben tudom kipihenni magam.	Vonzók azok a helyek, ahol találkozhatok a falusias életformával.	A nyüzsgő városokat kedvelem.	A természetnél jobban szeretek városokban barangolni, megnézni a nevezetességeket.	Legpihentetőbb egy wellness-hotelben eltölteni néhány napot.	Az aktív üdülés tölts fel (pl. kerékpártúra).	Gasztronómiai élményeket keresek.	A kulturális rendezvények és fesztiválok felkeresése vonzó turisztikai élmény számomra.
Nem válaszolt	8%	9%	10%	10%	11%	11%	10%	9%
Egyáltalán nem jellemző	9%	14%	13%	9%	14%	14%	9%	12%
Inkább nem jellemző	21%	32%	34%	34%	28%	28%	21%	23%
Inkább jellemző	42%	32%	31%	36%	32%	32%	44%	37%
Teljes mértékben jellemző	20%	13%	12%	12%	16%	15%	16%	18%

*Forrás: saját felmérés*

### 6.3. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták által használt információforrások

#### 6.3.1. Jellemző tájékozási módok az utazás előtt

Három fő információforrás (internet; saját korábbi tapasztalatok; barátok, ismerősök beszámoló) emelkedik ki az előzetes tájékozási módok közül, ezek is két csoportra bonthatók (33. ábra).

Az internet részaránya meghaladja az 50%-ot, ez az egyetlen olyan információforrás, amely a többségnél előkerül. Ezt az eredményt erősíti meg Rác A. (2020) kutatása is, amelynek során szintén az internetet említették a legtöbben mint az utazáshoz használt első számú információforrást. Már a MAGYAR TURIZMUS ZRT.-nek (2009) a magyar lakosság utazási szokásait vizsgáló kutatásában is kiemelt fontosságúnak bizonyult az internet, bár itt megfigyelhető egyfajta trendtolódás is, hiszen (ugyan csak pár százalékkal magasabb értékkel), de az első helyen akkor még a rokon, ismerős ajánlása állt.

Napjainkban számos tanulmány rávilágít az internet turizmusban betöltött jelentőségére – a kereslet és a kínálat oldal szempontjából – itthon és külföldön egyaránt (BUHALIS D. – LAW R. 2008, GROTTÉ J. 2013, NAVIO MARCO et al. 2018, NOD et al. 2019, HAPP É. et al. 2020). Tovább erősítik az internet jelentőségét a különböző blogok, üzenőfalak és virtuális közösségek, amelyek önálló felületként vagy akár az egyes közösségimédia-oldalakon belül

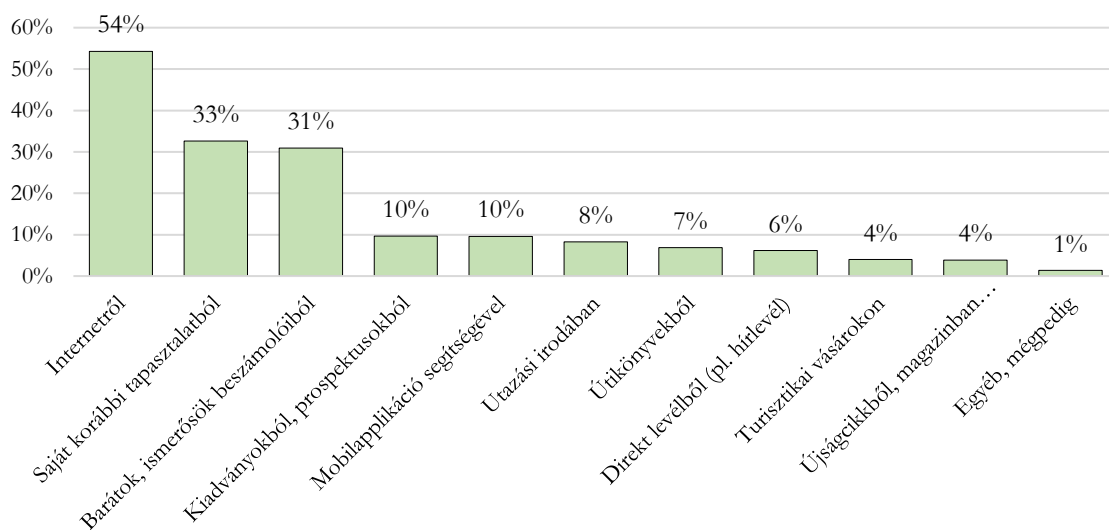
jöttek létre, és amelyek a „szájról szájra” propaganda és így a marketingkommunikáció új térszínei (DWYER P. 2007). Ma már az utazók előszeretettel tájékozódnak a közösségi média oldalain, amelyek azonnali, naprakész információforrások (AMERSDORFFER D. et al. 2010, XIANG Z. – GRETZEL Z. 2010, SIGALA M. et al. 2012, CHUNG N. – KOO C. 2015, GEBEL A. 2020a). A különböző véleménymegosztó oldalak talán éppen a korábbi „rokon, ismerős” ajánlásokba vetett bizalom miatt lettek népszerűek, hiszen általuk nemcsak ismerősi körünk, hanem tulajdonképpen az „egész világ” véleménye alapján utazhatunk. Az oldalakon böngészve a kereslet és a kínálat számára egyaránt nyilvánosan elérhetők a vendégvélemények, követhető a vendéglégedettség, akár turisztikai attrakciókra, szolgáltatókra, de akár térségekre vonatkozóan is (MÁRTONNÉ MÁTHÉ K. – SIMONYI N. 2018). Kiváltképp nagy szerep jut napjainkban közösségi média felületeknek (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok) és az úgynevezett influenszereknek, akik amolyan véleményvezérként formálják az utazási piac egyre jelentősebb szeletét (GULD Á. 2019, GEBEL A. 2020b.). A turizmus szempontjából kiemelkedik a Facebook és az Instagram, amely platform tagadhatatlanul nagy szerepet tölt be fiatal generációk elérése és az úti cél választásának befolyásolása az utazási döntés során (KOVÁCS A. et al. 2019). Az Instagram alapvetően fényképek megosztása céljából, tehát a vizuális média hatóerejére alapozottan létrehozott applikáció számos funkcióval (helymegjelölés, sztorifunkció, IGTV) segíti a desztinációválasztást (HANAN H. – PUTIT N. 2014, FATANTI M. N. – SUYADNYA I. W. 2015). Ezek az úgynevezett felhasználógenerált tartalmak megosztására létrejött oldalak (például Facebook, Instagram) jelentősen megreformálták a kommunikációs szokásainkat mind a tartalomgyártás, mind a tartalomfogyasztás tekintetében. Noha ezen oldalak felhasználóinak hitelessége egyre többször megkérdőjelezhető, hiszen az egyes felhasználók a népszerűség és a szponzori kapcsolatok érdekében „kiszínezve” mutatják a valóságot, mégis utazási döntést befolyásoló szerepük van. MANAP A. K. – ADZHARUDIN A. N. (2013) tanulmányában éppen ezért arra is rávilágít, hogy ezek miatt a megbízhatatlansági faktorok miatt még nem tekinthetők ezek kizárólagos információs felületnek, de trendformáló szerepük tagadhatatlan. Különösen a TDM-szervezetek számára jelenthet előnyt egy jól kidolgozott online marketing-, közösségimédia-stratégia, hiszen korlátozott erőforrásokkal globális elérés generálható célcsoport-orientáltan, továbbá az utazók között egyre nagyobb arányban jelenik meg az a generáció, akik számára ez a platform (minden előnyével és hátrányával) meghatározó, döntésformáló jelentőséggel bír (MUNAR A. M. 2012, HAYS S. et al. 2012, AUBERT A. et al 2021). A saját korábbi tapasztalatok, barátok ismerősök jelen kutatásban megkérdezettek közel harmadánál jelentek meg információforrásként.

A felmérés tehát megerősítette azt az általános tendenciát, hogy az internet és a közösségi oldalak fő információs forrásként jelennek meg az emberek életében (AUBERT A. et al. 2018, TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. 2018, TURIZMUS ONLINE 2020, CSAPÓ J. 2020). Ezt figyelembe véve desztinációs szempontból felértékelődik a turisztikai kínálat megfelelő szintű, minőségű megjelenítésének, elérhetőségének, megtalálhatóságának problémaköre. A jó gyakorlatért nem is kell messzire menni. Célszerű lenne az osztrák gyakorlatnak megfelelően országos vagy legalább regionális, desztinációs szinten olyan platform kialakítása, amely az adott desztináció kínálatát több nyelven, preferáltan, egységes formátumban, de mégis személyre szabott szűkítési lehetőségeket kínálva jeleníti meg, hogy ne igényeljen a turistáktól hosszabb keresést a megfelelő információk megtalálása és használata. Lényeges lenne annak tudatosítása a térségi turisztikai és szálláshely-szolgáltatók körében, hogy a profi internetes megjelenéshez nem elegendő a szálláshelyplatformokon (booking.com, Szallas.hu) való megjelenés és a különböző színvonalú, saját honlapok megléte. Az utazási motivációt felerősítheti a profi, marketingjellegű információkat tartalmazó, hálózatos alapú, desztinációs honlapokon való megjelenés. Az X-, Y-, Z-generáció hatására az internet és a közösségi oldalak jelentősége teljes mértékben dominánssá válhat (GULD Á. 2022). Ezt a marketing során meghatározó mértékben és a napjainkban ismert technikák (online hirdetések, közösségimédia-kampányok, Google-kereső-optimalizálás) segítségével érvényesíteni szükséges. Az intenzívebb és tudatos marketingtevékenység nemcsak az online felületek, hanem a turisztikai célra kidolgozott applikációk hozzáférhetőségének és használatának a növekedését eredményezheti.

HAPP É. és szerzőtársai (2020) tanulmányukban vizsgálták, hogy a digitalizáció mennyire terjedt el a hazai turizmusban, a magyar turisták körében. Megállapították, hogy az utazók többsége rendelkezik az e-turizmusban való részvételhez elengedhetetlen ismeretekkel és eszközökkel, azon belül is egyre inkább a mobil eszközök szerepe jelentős. Kutatási eredményeik alapján az utazók nagy része a teljes utazást digitális eszközök segítségével, az online térben szervezi. Rávilágítottak többek között arra is, hogy a szolgáltatók honlapjai, a véleménymegosztási, árösszehasonlítási és szállásfoglalási lehetőségek, az online jegyfoglalási/ -vásárlási lehetőségek különösen keresettek, ugyanakkor utóbbi esetén még számolni kell a vásárlók kockázatérzetével.

### 33. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása a Sopronról és a Fertő-tájról történő utazás előtti tájékozódásának információforrásai alapján (n=2000) (%)*

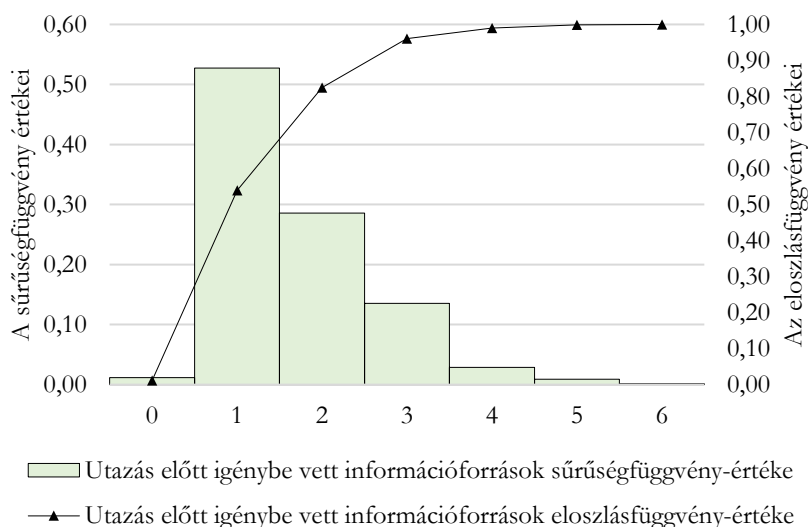


*Forrás: saját felmérés*

Az utazás előtt igénybe vett információforrások sűrűség- és eloszlásfüggvényét megvizsgálva látható, hogy a függvény erősen balra dől, a ferdeség értéke 1,233 (csúcosság 1,546), azaz utazás előtt jellemző, hogy a vendégek általában kevesebb, jellemzően egy, másodsorban két információforrást vesznek igénybe (34. ábra).

### 34. ábra

*Az utazás előtt igénybe vett információforrások sűrűség- és eloszlásfüggvénye*



*Forrás: saját felmérés*

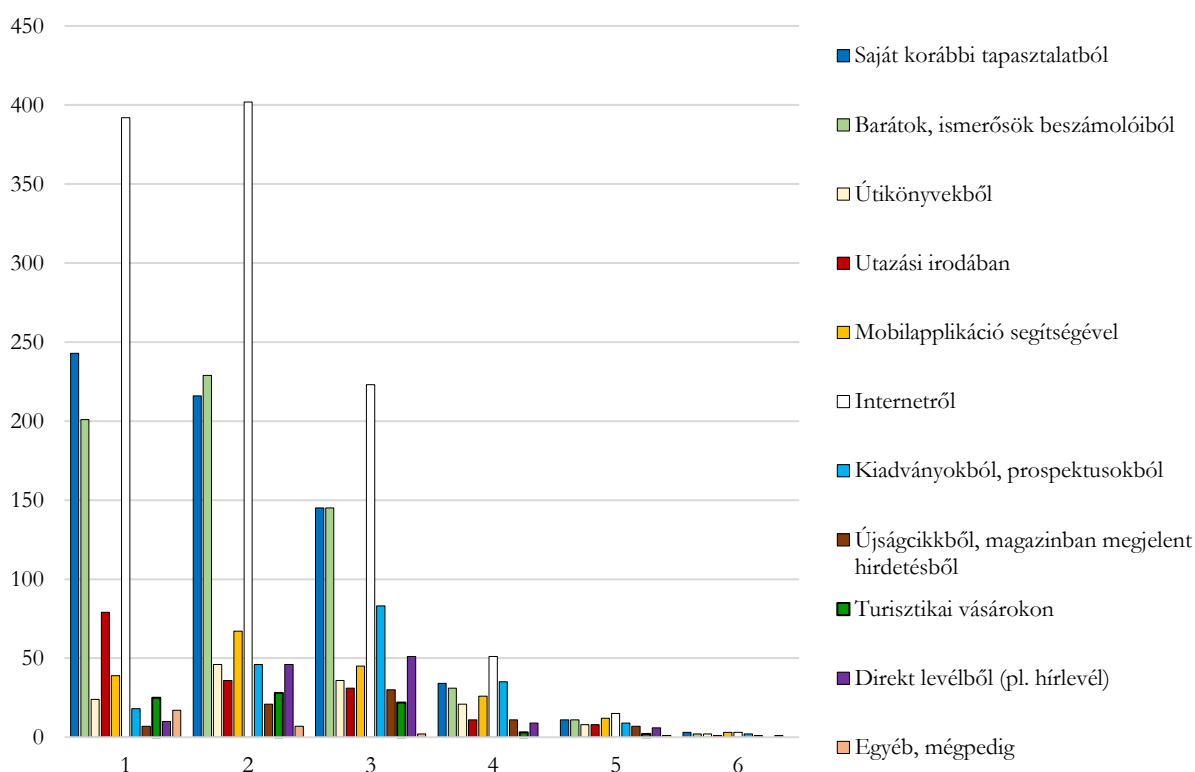
Különösen ritka (a megkérdezettek kevesebb mint 4%-ára igaz), hogy valaki háromnál több információforrást venne igénybe. Az átlagosan igénybe vett információforrások száma 1,676.

Megállapítható továbbá, hogy összefüggés áll fenn az utazás előtt és közben igénybe vett információforrások száma és a motiváció száma között is. Akik az utazás előtt több forrást használnak, azok utazás közben is jellemzően többre támaszkodnak. Akik többféle utazási motivációval rendelkeznek, azok is több információforrást vesznek igénybe úgy az utazás előtt, mint közben. Ennek oka lehet, hogy mivel többféle motivációval érkeznek, több dologról kell informálódniuk, illetve érdeklődőbbek is lehetnek a desztináció iránt.

Az igénybe vett információforrások köre azok számossága mentén változatos (35. ábra és 8. táblázat). A megkérdezettek több mint fele csupán egyetlen információforráson keresztül tájékozódott, ezért is különösen jelentős, hogy melyik volt az a platform, amelyen keresztül őket kiemelt hatékonysággal lehet megszólítani. A válaszok alapján a csoport mintegy harmadánál az internet volt a kapcsolódó információs forrás (37%). Ugyanakkor különösen jelentős, hogy a csoport közel negyede (23%) saját korábbi tapasztalatain kívül semmilyen más információforrásra sem támaszkodott előzetesen (ez a korábbi benyomások jelentőségére is rámutat!), valamint hogy 19%-uk barátaik, ismerőseik információira építettek. Különösen fontos tehát, hogy milyen hatást gyakorol a térség a vendégekre, illetve hogy az egyén milyen korábbi tapasztalatokkal bír, hiszen ezen két forrás együttesen még az internet részarányát is meghaladja (42%).

35. ábra

*Az utazás előtt igénybe vett információforrások megoszlása a maximálisan igénybe vett információforrások számának dimenziójában (db)*



Forrás: saját felmérés

8. táblázat

*Az egyes igénybe vett információforrások érintettsége (utazás előtt)*

*(használók száma/ adott számú információforrást igénybe vevők összesített száma)*

Információforrás	Igénybe vett információforrások összesített száma					
	1	2	3	4	5	6
Saját korábbi tapasztalatból	23%	38%	54%	59%	61%	100%
Barátok, ismerősök beszámolóiból	19%	40%	54%	53%	61%	67%
Útikönyvekből	2%	8%	13%	36%	44%	67%
Utazási irodában	7%	6%	11%	19%	44%	33%
Mobilapplikáció segítségével	4%	12%	17%	45%	67%	100%
Internetről	37%	70%	82%	88%	83%	100%
Kiadványokból, prospektusokból	2%	8%	31%	60%	50%	67%
Újságcikkből, magazinban megjelent hirdetésből	1%	4%	11%	19%	39%	33%
Turisztikai vásárokon	2%	5%	8%	5%	11%	0%
Direkt levélből (pl. hírlevél)	1%	8%	19%	16%	33%	33%
Egyéb, mégpedig	2%	1%	1%	0%	6%	0%
N	1055	572	271	58	18	3

Forrás: saját felmérés

Azok közül, akik két információforrásból informálódtak (a minta közel 29%-a):

- az egyik igen gyakran az internet (70%),
- de szintén magas részarányt értek el a barátok, ismerősök beszámolóit is (40%),
- valamint a saját korábbi tapasztalatok (38%),
- 10% feletti részarányt a mobilapplikáció tudott még elérni (12%).

Komplex módon a mintázatok dimenziójában vizsgálva a kérdést határozottan látszik, hogy három információszerzési karakter a leggyakoribb, így:

- valaki az internetet és a barátai, ismerősei beszámolóit veszi igénybe (a két információforrást hasznosítók 22%-a tett így),
- szintén gyakori, hogy valaki saját tapasztalataira és az internetre támaszkodik (19%),
- de 10% feletti azok részaránya is, akik csak saját tapasztalataik és barátaik, ismerőseik információi alapján készülnek fel (12%).

10% feletti részarányt ért el még a három információforrásra támaszkodó vendégek csoportja:

- az internet súlya itt még jelentősebb, 82% támaszkodik legalább erre az információforrásra is,
- a saját tapasztalatok és a barátok, ismerősök beszámolóinak információforrásként történő használata továbbra is jelentős marad (54–54%-ra nő),
- ugyanakkor 10–20% között valamennyi további információforrás is megjelenik, kivéve a turisztikai vásárokat (8%) és az egyéb platformokat (1%).

Itt a karakter a komplex mintázatok vonatkozásában még erőteljesebb:

- a megkérdezettek 26%-nál a három forrás a saját tapasztalatok, a barátok, ismerősök beszámolóit és az internet,
- a három forrásból tájékozódók csoportján belül 10%-os részarányt ér el ugyanakkor egy sajátos tájékozódási minta, amelyben az internet mellett a különböző kiadványok, prospektusok és direkt levelek kaptak helyet.

Megjegyzendő, hogy az internetes információforrások, platformok konkretizálása, részletezése pontosabb információt szolgáltatna a vizsgált kérdéstről, de ez a kérdőív összeállításakor nem került bele a válaszható lehetőségek közé. Tapasztalatom szerint elkészült Sopron–Fertő desztinációs TDM-honlap színvonalas, többnyelvű, aktualizált információkat tartalmaz, de összevetésben az osztrák marketinggel hatékonyságán javítani szükséges. Az osztrák marketing a keresést optimalizálja azzal, hogy a burgenland.at, wien.at, tirol.at, stb. oldalaknál automatikusan a tartomány turisztikai honlapját kínálja fel találatnak az elsők közt. A magyar



desztinációk honlapjainak megtalálását nehezíti, köztük a Sopron–Fertő-desztináció honlapját is, hogy nem sikerült olyan elnevezést, keresésoptimalizálást megvalósítani, hogy a turista könnyen rátaláljon. A desztináció magyar TDM-honlapja nem önálló, turisztikai profilú, mint pl. az osztrák esetben tapasztalt, hanem a sopron.hu oldalon lévő honlap egy része (a Városi hírek, az E-ügyintézés és az Önkormányzat oldala mellett). Ez elérhetőségi problémát okoz. Ha a turista a sopron.hu főoldalon a német és angol nyelvű változatot választja, akkor az oldal a fix szövegű, soproni város ismertetőt, információkat kínál fel, nem pedig az interaktív TDM-honlapot. A főoldalon viszont nem jelzi semmi, hogy a Turisztika honlapoldal a magyar, német, angol nyelvű interaktív honlapot jelenti.

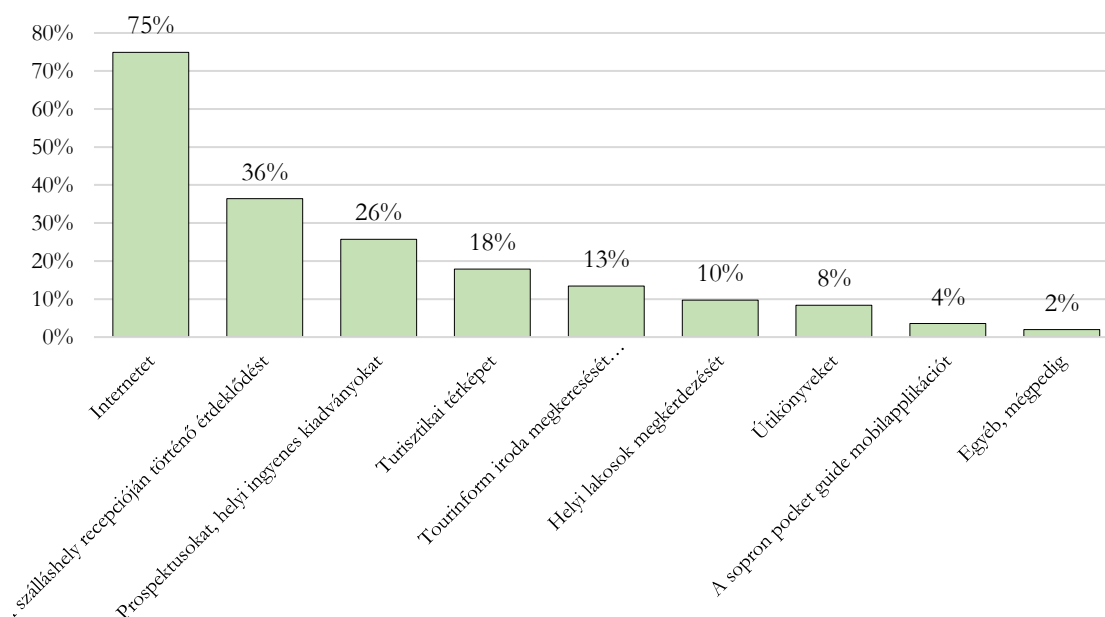
Az eredmények megerősítik annak szükségességét, hogy az osztrák példát figyelembe véve fontos lenne a desztináció TDM-szervezete által készített honlapjának hozzáférhetőségét könnyebbé, hatékonyabbá tenni, ezzel elérve azt is, hogy a szolgáltatók közül minél többen csatlakozzanak a szervezethez és így az azt támogató professzionális online felülethez.

### **6.3.2. Jellemző tájékozási módok az utazás során**

Az utazás alatt igénybe vett információforrásokat az utazás előtti relációjában nézve kitűnik, hogy az internet súlya még jobban megemelkedik, amely mellett a szálláshely recepcióján való érdeklődés ér el még 30% feletti részarányt (36. ábra). Ez alapján megállapítható, hogy a vendégek a könnyen elérhető és/ vagy a már megszokott információforrásokra támaszkodnak utazás közben. Így még inkább fontos az online felületeken történő naprakész kommunikáció, hiszen az nemcsak az utazási döntésre van hatással, hanem az utazás során is meghatározó szereppel bír.

36. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása a tartózkodása során igénybe vett információs források szerint (n=2000) (%)*



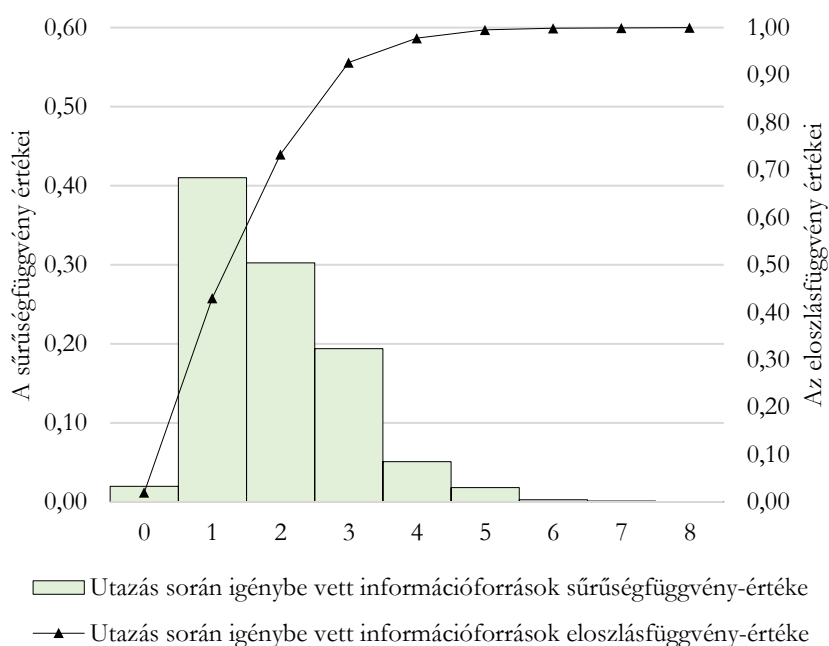
*Forrás: saját felmérés*

A kontraszt erősebb a leggyakrabban igénybe vett és a második leggyakrabban igénybe vett forrás között, mint az utazás előtti tájékozódásnál.

A függvény erősen balra dől, a ferdeség értéke 1,007 (csúcsosság 1,344), azaz utazás közben is jellemző, hogy a vendégek általában kevesebb, jellemzően egy, másodsorban két, esetleg három információforrást vesznek igénybe (37. ábra). Ugyanakkor szemben az utazás előtti tájékozódással mind a ferdeség, mind a csúcsosság értéke kisebb, azaz kevésbé szélsőséges az eloszlás a kevés információforrás irányába, így megállapítható, hogy utazás közben heterogénebb az igénybe vett információforrások köre. Ez köszönhető annak is, hogy a helyszínen több – akár zömmel csak helyben elérhető – forrás „áll a vendégek rendelkezésére”, könnyebb akár személyesen is interakcióba kerülni a helyi szereplőkkel, de arra is utalhat, hogy az igénybe vett internetes források kevésbé „naprakészek”, frissítettek, annak ellenére, hogy erre az internet gyors és azonnali lehetőséget biztosít.

37. ábra

*Az utazás során igénybe vett információforrások sűrűség- és eloszlásfüggvénye*

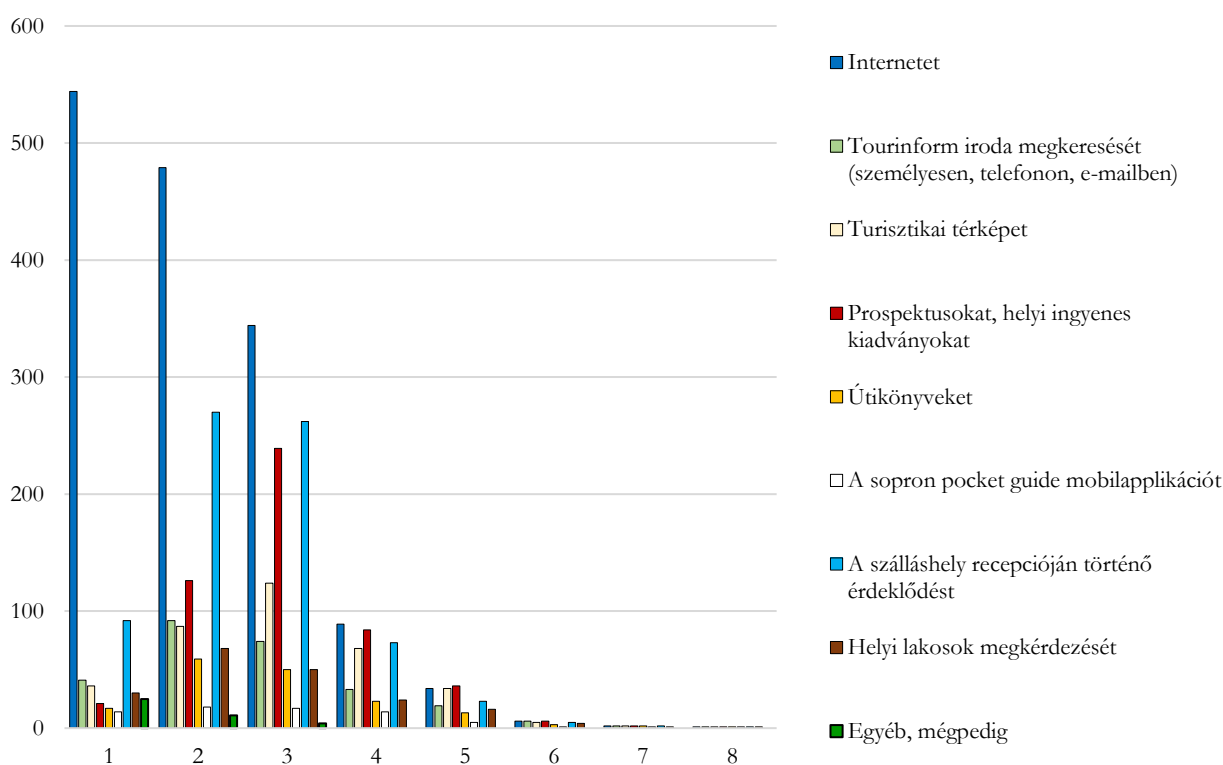


*Forrás: saját felmérés*

A fenti összefüggést támasztja alá az igénybe vett információforrások átlagos száma is, amely 1,920, azaz magasabb, mint az utazás előtti informálódásra vonatkozó érték. Szintén megerősíti a fenti megállapításokat, hogy a megkérdezettek több mint 7%-a esetében az igénybe vett források száma négy vagy annál magasabb. Az igénybe vett források körét a maximálisan igénybe vett információforrások számának függvényében a 38. ábra és a 9. táblázat ismerteti.

38. ábra

*Az utazás során igénybe vett információforrások megoszlása a maximálisan igénybe vett információforrások számának dimenziójában (db)*



*Forrás: saját felmérés*

9. táblázat

*Az egyes igénybe vett információforrások érintettsége (utazás alatt)*

*(használók száma/ adott számú információforrást igénybe vevők összesített száma)*

Információforrás	Igénybe vett információforrások összesített száma							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Internetet	66%	79%	89%	87%	94%	100%	100%	100%
Tourinform iroda megkeresését (személyesen, telefonon, e-mailben)	5%	15%	19%	32%	53%	100%	100%	100%
Turisztikai térképet	4%	14%	32%	67%	94%	83%	100%	100%
Prospektusokat, helyi ingyenes kiadványokat	3%	21%	62%	82%	100%	100%	100%	100%
Útikönyveket	2%	10%	13%	23%	36%	50%	100%	100%
A sopron pocket guide mobilapplikációt	2%	3%	4%	14%	14%	17%	50%	100%
A szálláshely recepcióján történő érdeklődést	11%	45%	68%	72%	64%	83%	100%	100%
Helyi lakosok megkérdezését	4%	11%	13%	24%	44%	67%	50%	100%
Egyéb, mégpedig	3%	2%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
N	820	605	388	102	36	6	2	1

*Forrás: saját felmérés*

Utazás közben 41%-ra csökken azoknak a részaránya, akik csak egyetlen információforrásból tájékozódnak:

- körükben az internet határozottan domináns (az egy információforrásra támaszkodók 66%-a ezt használta),
- amely mellett nagyobb részarányt még a szálláshely recepcióján történő érdeklődés ért el (11%).

Azok körében, akik két információforrásból informálódtak (a minta több mint 30%-a):

- az egyik különösen gyakran az internet (79%),
- amely információforrás használatán túl jellemző szálláshely recepcióján történő érdeklődés (45%),
- ezt követik a prospektusok, helyi ingyenes kiadványok (21%),
- a többi forrás is 10% feletti részarányt ért el a legalább két helyről informálódók körében, kivéve a Sopron Pocket Guide mobilapplikációt (3%). Ez felveti a kérdést, hogy ennek miért ilyen kicsi a részaránya? Valójában mire jó? Mire nem alkalmas az applikáció? Vajon miért nem használják? Azért mert nem ismerik, vagy mert nem felel meg a felhasználói igényeknek? Hogyan lehetne növelni a felhasználók körét (pl. erősebb marketingtevékenység, kampányszerű reklám, influenszerek bevonása)?

A mobilapplikációknak ugyanis nemcsak az információszerzésben van szerepe, hanem hozzájárulnak a desztinációról alkotott kép kialakításához, és jelentősen befolyásolják a turisták jövőbeli viselkedési szándékát (TAVITIYAMANA P. et al. 2021). Kutatásukban arra az eredményre jutottak, hogy a mobilapplikációban szerzett információk pozitívan befolyásolják az utazók viselkedési szándékát, ugyanakkor nagyon fontos az applikáció kezelhetősége, hiszen az információszerzésre szánt idő összefüggésben van a kialakult előzetes elvárásokkal és a viselkedéssel.

Komplex módon a mintázatok dimenziójában vizsgálva a kérdést határozottan látszik három információszerzési karakter, a leggyakoribb:

- az internet a szálláshely recepcióján történő érdeklődéssel együtt jelenik meg (a két forrást használók 32%-a tartozott ehhez a típushoz). Az applikáció használatának növelése érdekében esetleg a honlapon is kiemelt helyen vagy akár a szálláshelyen sor kerülhetne az applikáció ajánlásra akár szóban, akár a kihelyezett információs anyagok, hirdetőtáblák segítségével. A letöltést ösztönözni lehetne nyereményjátékkal vagy akár olyan kedvezmények biztosításával, amelyhez csak a mobilapplikációt használók jutnak hozzá;

- közel azonos részarányban voltak azok, akik az internet mellett prospektusokból, helyi ingyenes kiadványokból tájékozódtak (12%), valamint azok, akik az internet mellett a Tourinform irodát keresték meg (11%);
- egyéb kombinációk részaránya 10% alatti.

Közel 20%-os részarányt értek el a mintán belül azok, akik három információforrásra támaszkodnak utazásuk során:

- az internet súlya tovább nő, 89% támaszkodik legalább erre is;
- a szálláshely recepcióján történő érdeklődés (68%), és a prospektusok, helyi ingyenes kiadványok (62%) használata tovább emelkedik e csoportban;
- különösen a prospektusok, helyi ingyenes kiadványok szerepe emelkedik kiemelkedően a három információforrást használók körében. A turisztikai térképet is mintegy közel harmada használja az ezen körbe tartozóknak. Ez utal arra is, hogy a több információforrást használók tudatosabbak, alaposabban feltérképezik a desztinációt és annak programlehetőségeit;
- a Sopron Pocket Guide mobilapplikáció használata azonban körükben sem nő számottevően (alig több mint 1,4%-kal emelkedik).

A komplex mintázatokat tekintve egyetlen kombináció emelkedik ki jelentősebben: a három forrást használók 38%-a az internetre, a prospektusokra, helyi ingyenes kiadványokra és szálláshely recepcióján történő érdeklődésre támaszkodik.

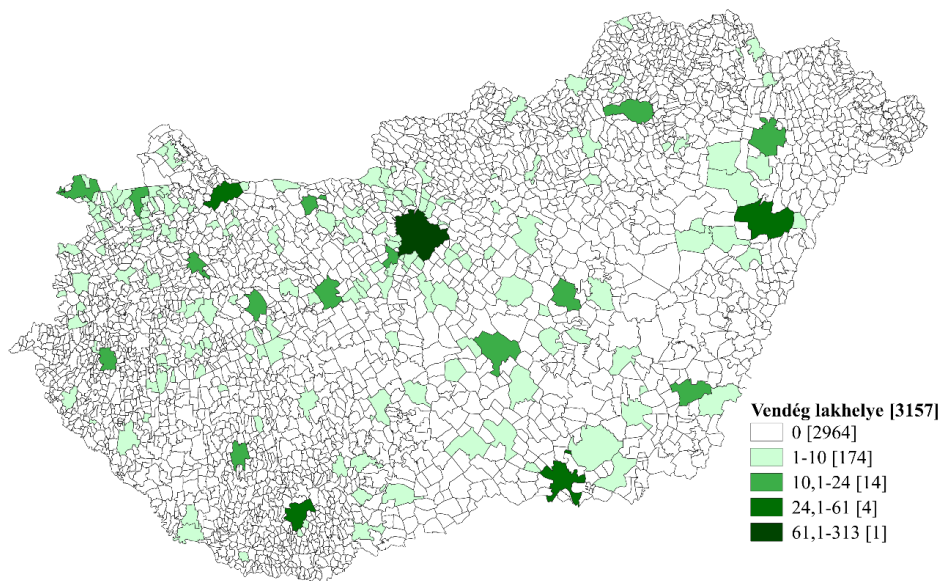
#### **6.4. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták térbeli aktivitása**

Az elmúlt években hazánkban is egyre nagyobb figyelem irányul az egyes desztinációkon belül a turisták térbeli mozgásának vizsgálatára (JURAY T. 2008, HORVÁTH Z. 2020). MICHALKÓ G. (2011) munkájában leírja, hogy a turisták térbeli mozgását alapvetően három tényező határozza meg, ezek az irány, a távolság és az idő, azaz hogy a turisták merre, milyen messzire és mennyi idő alatt jutnak el egy adott térségben. A turisták térbeli mozgásának ismerete hozzájárul a desztináció határainak meghatározásához, amelynek segítségével növelhető a térségi marketingkommunikáció hatékonysága nemcsak a desztináció, hanem az egyes érintett attrakciók és szolgáltatók szintjén is. Éppen ezért jelent meg a kérdőívben a turisztikai térhasználat kérdésköre is, amelynek során a határ menti fekvésből adódóan nemcsak a belföldi, hanem az utazásokban érintett külföldi célterületek is megjelentek.

### 6.4.1. Sopron és térsége térbeli vonzáskörzete

Kedvező, hogy a térség vonzáskörzete a felmért vendégkör alapján az ország egészére kiterjed (39. ábra). Kiemelkednek a küldőterületek közül a hasonló profilú városok, mint Győr, Pécs, Szeged, Debrecen.

**39. ábra**  
**A minta térbeli eloszlása**



*Forrás: saját felmérés*

A felmérés alapján a vendégkör belföldi/ külföldi megoszlásáról elmondható, hogy a belföldi vendégkör a domináns, amely összhangban van a KSH/ NTAK keresletadataival is. A vendégkör-gyakoriságok, relatív gyakoriságok a 10. táblázatban kerülnek részletezésre.

**10. táblázat**  
**A felmért vendégkör lakhely szerinti megoszlása**

Belföldi/ külföldi	Gyakoriság	Relatív gyakoriság	Érvényes relatív gyakoriság
Külföld	453	22,7%	27,7%
Magyar	1185	59,3%	72,3%
Nem válaszolt	362	18,1%	-

*Forrás: saját felmérés*

A külföldi vendégek körén belül a kitöltésben meghatározó az Ausztriából és Németországból érkező vendégkör (a külföldi vendégek 38 és 22%-a), a mintán belül egyéb küldő ország nem ér el 10%-ot vagy afölötti részarányt (a harmadik legnagyobb csoportot a mintában az angliai

vendégek adták, 8%-kal, valamint 5–5%-ot ért még el a küldő országok csoportjában a külföldi vendégeken belül Csehország és Szlovákia) (11. táblázat). A szálláshelyek vonatkozásában tükröződő adatokat természetesen jelentős mértékben meghaladják a szolgáltatásokat igénybe vevő ausztriai látogatók („láthatatlan turizmus”), akik napi gyakorisággal, de szálláshelyek igénybevétele nélkül látogatnak a desztinációba, hangsúlyosan Sopronba és a kisebb határátkelőhelyek környezetében lévő településekre (Fertőd, Hegykő).

### 11. táblázat

#### *A felmért külföldi vendégkör lakhely szerinti megoszlása*

<b>Külföldi vendégek</b>	<b>Gyakoriság</b>	<b>Relatív gyakoriság</b>
Ausztria	173	38,2%
Németország	100	22,1%
Egyesült Királyság	39	8,6%
Csehország	21	4,6%
Szlovákia	21	4,6%
Olaszország	15	3,3%
Amerikai Egyesült Államok	12	2,6%
Románia	10	2,2%
Hollandia	8	1,8%
Lengyelország	8	1,8%
Franciaország	7	1,5%
Svájc	7	1,5%
Oroszország	4	0,9%
Spanyolország	4	0,9%
Dánia	3	0,7%
Írország	3	0,7%
Ciprus	2	0,4%
Kanada	2	0,4%
Kína	2	0,4%
Svédország	2	0,4%
Szerbia	2	0,4%
Szlovénia	2	0,4%
Belgium	1	0,2%
Horvátország	1	0,2%
Izland	1	0,2%
Japán	1	0,2%
Litvánia	1	0,2%
Norvégia	1	0,2%

*Forrás: saját felmérés*



Ez több tekintetben is egybeesik az NTAK-adatokkal, ahol szintén az ausztriai és németországi vendégkör érte el 2020. január és szeptember között legnagyobb részarányt (a vendégszám tekintetében 45 és 17%-ot a külföldi vendégek számán belül), itt a csehországi vendégek is magasabb, 13%-os részarányt adtak. A Szlovákiából érkező vendégek részaránya ez utóbbi adatbázisban 7%. A szálláshely-szolgáltatók elmondása szerint a külföldi vendégek esetében meghatározóak a bookingos foglalások, annak révén találják meg őket a változatos küldőországokból érkező vendégek.

A felmért belföldi vendégkört származási megye szerint Pest dominálja (394 fő, 33% a mintában), illetve tekintettel a térség elhelyezkedésére Győr–Moson–Sopron megye (174 fő, 15% a mintában) (12. táblázat).

## 12. táblázat

### *A felmért belföldi vendégkör lakhely szerinti megoszlása*

<b>Belföldi vendégek</b>	<b>Gyakoriság</b>	<b>Relatív gyakoriság</b>
Pest	394	33%
Győr–Moson–Sopron	174	15%
Veszprém	74	6%
Csongrád–Csanád	70	6%
Hajdú–Bihar	56	5%
Zala	48	4%
Baranya	45	4%
Fejér	44	4%
Komárom–Esztergom	44	4%
Bács–Kiskun	37	3%
Borsod–Abaúj–Zemplén	34	3%
Békés	32	3%
Vas	30	3%
Somogy	28	2%
Szabolcs–Szatmár–Bereg	22	2%
Heves	20	2%
Jász–Nagykun–Szolnok	20	2%
Tolna	10	1%
Nógrád	3	0%

*Forrás: saját felmérés*

A lakóhely települési jellege szerint a városi vendégkör dominál Sopronban és térségében (13. táblázat), a megkérdezettek 90,7%-át ők adták, amely jelentősen magasabb a városi népesség magyarországi részarányánál (2019 évi városi lakónépesség részaránya: 70%, KSH, 2021). A megkérdezett vendégek több mint negyede a fővárosból érkezett, a községben lakó felmért

vendégkör részaránya kevesebb mint 10%. Az adatot a szolgáltatási kínálat összeállításánál célszerű figyelembe venni.

### 13. táblázat

#### A felmért belföldi vendégkör településtípus szerinti megoszlása

Belföldi	Gyakoriság	Relatív gyakoriság
Budapest	313	26,4%
További városok	762	64,3%
Községek	110	9,3%

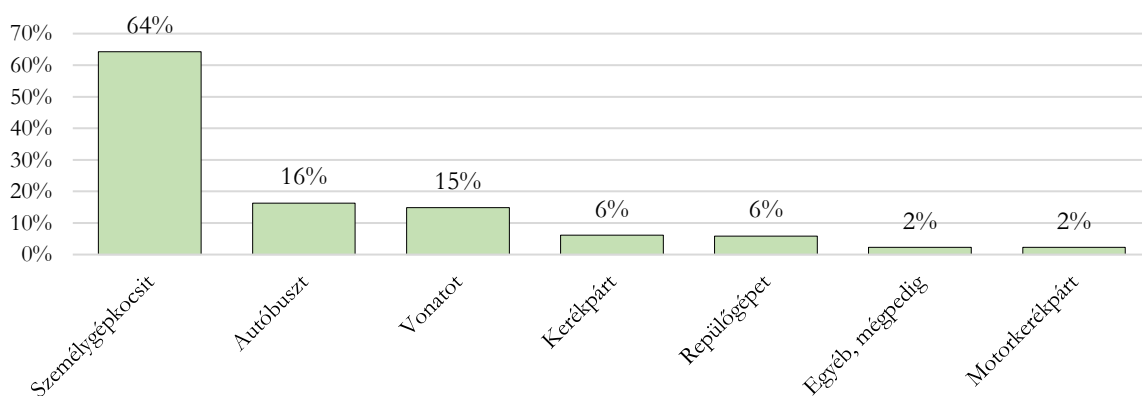
*Forrás: saját felmérés*

#### 6.4.2. A megkérdezettek által preferált közlekedési eszközök

A vendégkör rendkívül mobilis, közel kétharmada személygépjárművel érkezett (15 fő nem jelölt meg egyetlen válaszlehetőséget sem), így a kínálat szerepe a turisztikai desztináció térszerkezetének értelmezésében kiemelt jelentőséggel bírhat (40. ábra). Ezzel összefüggésben a turizmusra is egyértelműen kedvező hatással jár az M85-ös autópályát országhatárig történő bővítése.

### 40. ábra

#### A felmért vendégkör által a térség felkeresése céljából igénybe vett közlekedési eszközök megoszlása (%)



*Forrás: saját felmérés*

Kiemelkedően magas azoknak a részaránya, akik egy közlekedési eszközt használnak, azokat más formával nem kombinálják (a minta 87,9%-a):

- ez elsősorban a személygépjármű (az egy eszközt használók mintegy kétharmada),

- a második legnépszerűbb az autóbusz (13%),
- és közel ugyanakkora részaránnyal a vonat (10%).

Az adat felértékeli a szálláshelyek esetében a zárt parkoló, illetve elegendő számú parkoló biztosításának jelentőségét.

Érzelhető arányt ért még el a két eszközt használók részaránya (10,1% a mintán belül):

- körükön belül elsősorban a busz és a vonat kombinált igénybevétele a jellemző (a két eszközt használók 26,2%-a),
- a második leggyakoribb forma a személygépjármű és kerékpár (15,3%),
- további 10% feletti részarányok:
  - o személygépjármű és repülőgép (12,9%),
  - o személygépjármű és vonat (11,4%),
  - o személygépjármű és autóbusz (11,4%).

A desztináció kedvező elérhetőségét és közlekedési helyzetét az adatok megerősítik.

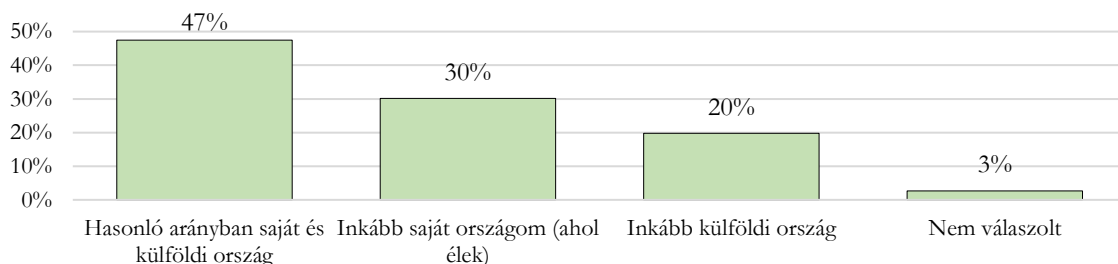
### 6.4.3. Utazás célpontja – országos viszonylat

A megkérdezett vendégkör legnagyobb arányú csoportját azok adták, akik hasonló arányban célozzák meg saját országukat és külföldi desztinációkat az utazásaik során (41. ábra). Ebből arra következtethetünk, hogy Sopron és térsége kínálata felveszi a versenyt a belföldi és külföldi desztinációkkal egyaránt, határ menti fekvését jól ki tudja használni.

Második helyen szerepelt a saját ország preferált célpontként való megjelenése, ez a csoport közel harmadát jellemzi. Ugyanakkor majdnem 20%-ot ért el azok részaránya is, akik a külföldi országok felkeresését preferálják.

41. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása belföld/ külföld preferenciák alapján (%)*



*Forrás: saját felmérés*

A vendégkör a külföldi/ belföldi célpontválasztás irányai kapcsán differenciálódik a lakhely országa szerint (az összefüggés szignifikáns). A térségben felmért belföldi vendégkörön belül súlyponteltolódás figyelhető meg azok irányában, akik inkább saját országukban utaznak, míg a megkérdezett külföldi vendégeknél éppen ellenkezőleg, az inkább külföldi ország célországként való felkeresése a meghatározóbb. Mind a két csoportban magas azoknak a részaránya, akik hasonló arányban célozzák meg utazásaikkal a saját országot és külföldi országokat egyaránt. Az eredmények alátámasztják a desztináció határon átnyúló jellegét.

#### 6.4.4. Utazás célpontja – településtípus

A vendégkör jelentős része (megközelítőleg 40%-a) nem rendelkezik kifejezett településtípus szerinti preferenciával, a községek és városok egyaránt népszerűek.

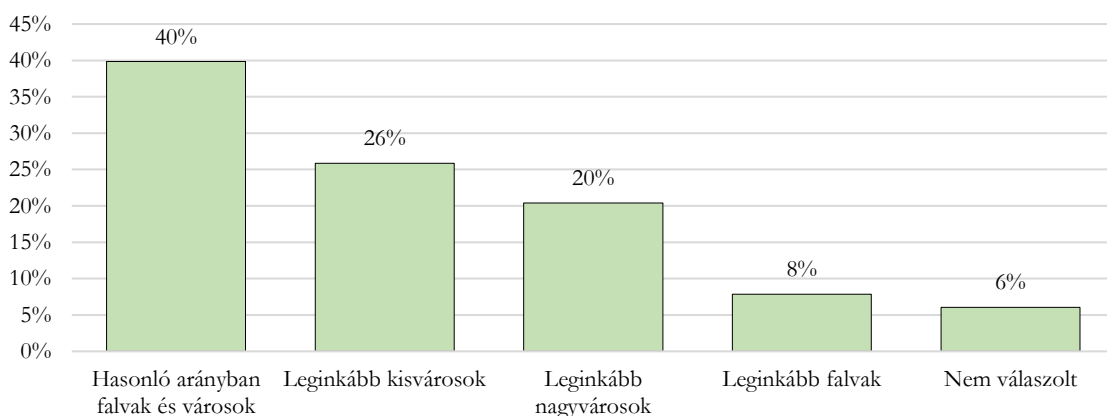
Ugyanakkor számottevő azoknak a részaránya is, akik valamilyen jellegű településtípus preferenciával rendelkeznek:

- Körükön belül kifejezetten magas a városi preferencia (némi súlyponteltolódással a kisvárosok felé), közel 50%-a a célcsoportnak inkább városokat céloz meg utazásai során.
- A tisztán falusi települési körre irányuló kereslet mérsékeltebb (42. ábra).

Az adatok megerősítik Sopron preferenciáját a desztináció turizmusában, egyben felvetik a lehetőséget és szükségességet a világörökség térség települési értékeinek intenzívebb marketinggel „megtámogatott” megismerésére.

42. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása településpreferenciák alapján (%)*



*Forrás: saját felmérés*

## 6.5. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták turisztikai aktivitásának települési dimenziói

### 6.5.1. A térbeli turisztikai aktivitás a szálláshelyként igénybe vett, valamint az egyéb módon érintett települések vonatkozásában

A megkérdezett vendégek térbeli turisztikai aktivitását több dimenzió tekintetében vizsgáltam, amely kategóriák a turisztikai tevékenység értelmezése mentén összevonhatók, illetve részben átfedik egymást:

- **Csak megszállt** – abban az esetben, ha az adott települést mint szálláshelyet jelölte meg, ÉS egyetlen desztinációnál sem jelölte, hogy felkereste, VAGY azt, hogy tervezi felkeresni (nincs 1–5 válasz),
- **Megszállt és meg is látogatta** – abban az esetben, ha az adott települést mint szálláshelyet jelölte meg, ÉS már meg is látogatta (1–4 válaszok),
- **Meglátogatta** – abban az esetben, ha az adott település nem azonos a szálláshellyel, ÉS már meglátogatta (van 1–4 válasz),
- **Megszállt és tervezi meglátogatni** – ha az adott települést mint szálláshelyet jelölte meg, ÉS még nem látogatta meg (nincs 1–4 válasz), DE tervezi meglátogatni (van 5-ös válasz),
- **Tervezi meglátogatni** – ha még nem látogatta meg (nincs 1–4 válasz), DE tervezi meglátogatni (van 5-ös válasz), ÉS ha az adott települése nem a szálláshelye,
- **Nem érinti a jelenlegi utazása során** – nem jelölte meg szálláshelyt településként, ÉS nem is járt ott (nincs 1–4 válasz), ÉS nem is tervezi felkeresni (nincs 5 válasz).

Az elemzés során két fő típust képeztem a fenti kategóriákból:

- **Érintette a megkérdezett vendég turisztikai aktivitása** – akkor áll fenn ez az eset, ha megszállt az adott településen, és/ vagy meglátogatta, és/ vagy tervezi meglátogatni.
- **Nem érintette a felmért vendégkör turisztikai aktivitása.**

A felmért vendégkör mintegy 93%-a négy településen, Sopronban, Hegykőn, Fertőrákoson és Fertődön szállt meg, ez természetesen összefüggésben van az adott települések mennyiségi és minőségi szálláshelykínálatával, valamint az ott található attrakciók vonzerejével (43. ábra).

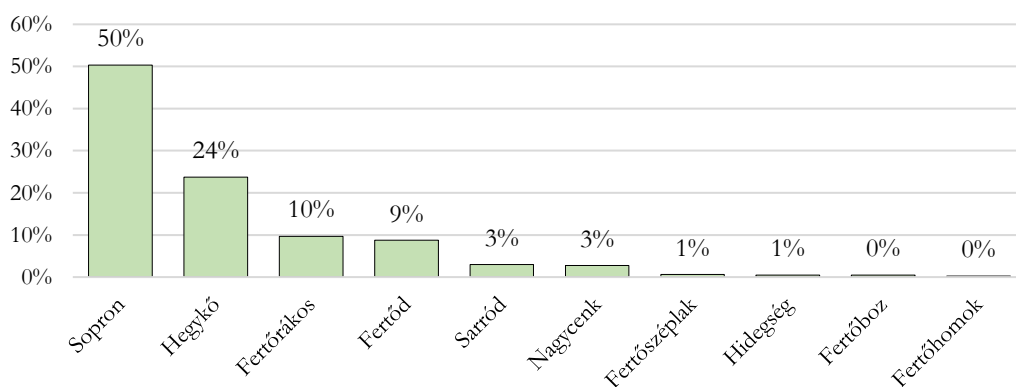
- Több mint fele Sopronban szállt meg, amely egyértelműen központ a szálláshelyválasztás tekintetében is. Ennek oka a szálláshelykínálat mennyisége

és minősége, illetve az, hogy turisztikai kínálata átfogó és ismertebb, a térség névadó települése, a turizmus hagyományai sok évre nyúlnak vissza.

- Kiemelkedik Hegykő is (24%), amely köszönhető az itt található fürdőnek.
- Két település ért még el 10% körüli részarányt (Fertőrákos 10% és Fertőd 9%) közel azonos aránnyal, ahol szintén jelentős turisztikai attrakciók várják a vendégeket. Sajátos, hogy az egyetlen, Fertő tavi magyar partszakasszal rendelkező település választási aránya ilyen alacsony, ami vélhetően összefüggésben áll a magyar partszakasz turisztikai elsődleges és másodlagos szuprastruktúrájának kiépítetlenségével. A jelenleg zajló fejlesztések sajnos, több vitát gerjesztenek annak ellenére, hogy a tervezett beruházások viszonylag kis területet érintenek, az osztrák már létező létesítmények nagyságrendje mellett eltörpülnek, és a tó összes további magyar partszakaszán folyamatos a természetvédelmi státus fenntartása a nemzeti park szakmai (és tulajdonosi) ellenőrzése mellett.
- A többi vizsgált település részaránya érzékelhetően kisebb. Noha az osztrák oldalon a települési vendégforgalmi adatok azt bizonyítják, hogy a tótól távolabbi települések is sikeresen tudják kihasználni a térség vonzerejét.

### 43. ábra

*A felmért vendégkör megoszlása a szálláshely-település alapján (%)*



*Forrás: saját felmérés*

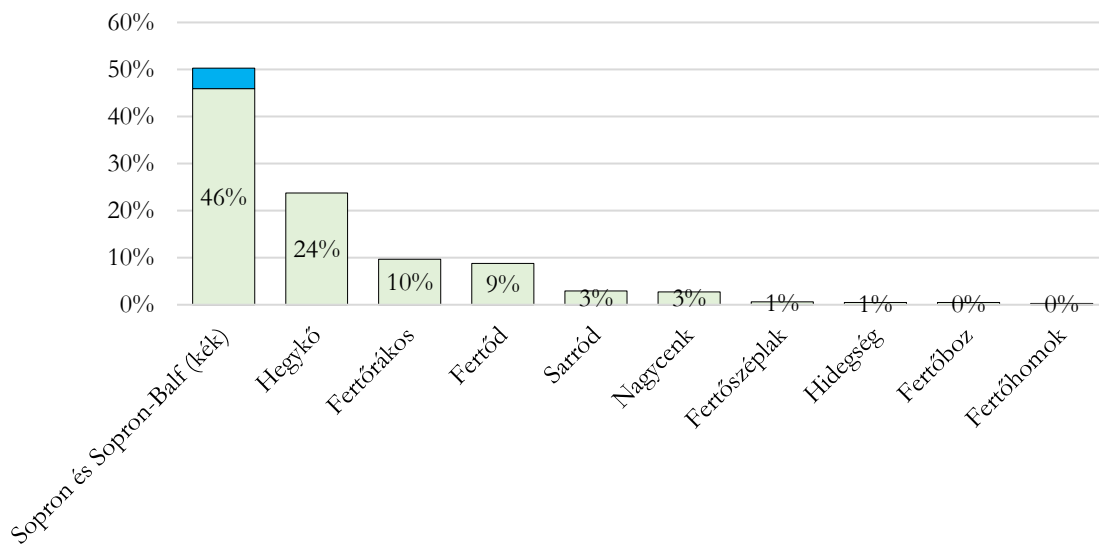
Sopron esetében akkor sem változik meg lényegesen a kép, ha Sopron–Balfot külön is megvizsgáljuk. A soproni vendégeknek megközelítőleg 9%-a, a teljes mintának 4%-a szállt meg Sopron–Balfon (44. ábra). Így elmondható, hogy Balf esetében nem a jelenleg még fejlesztés alatt álló, viszonylag kis kapacitású gyógyfürdő jelenti a vonzerőt, hanem egyrészt a

táji értékek, másrészt az aktív turizmusban (Fertő tó körüli kerékpárút) elfoglalt csomóponti helye, örökségi értékei segítik elő a település turizmusát.

#### 44. ábra

##### *A felmért vendégkör megoszlása a szálláshelyül választott település alapján (%)*

*(Sopron és Sopron–Balf külön ábrázolva)*



*Forrás: saját felmérés*

A térbeli turisztikai aktivitás egyik fontos indikátora a felkeresett települések száma, főként desztinációmenedzsment szempontból jelentős adat ez, hiszen a turisták térhasználata kijelöli az adott térség turizmusa szempontjából meghatározó csomópontokat. Városi turizmus desztinációi esetén különösen érdekes, hogy az adott város csak önmagában vagy térségével együtt jelent vonzerőt, mint akár Pécs vagy Sopron esetében, ahol a környék attrakcióinak bevonásával kiterjeszthetők a desztinációk „fizikai” határai, és a megszokottnál hosszabb tartózkodási idő generálható (BARCZA A. et al. 2017). A felkeresett települések száma alapján három határozott csoport emelkedik ki jelen kutatásban.

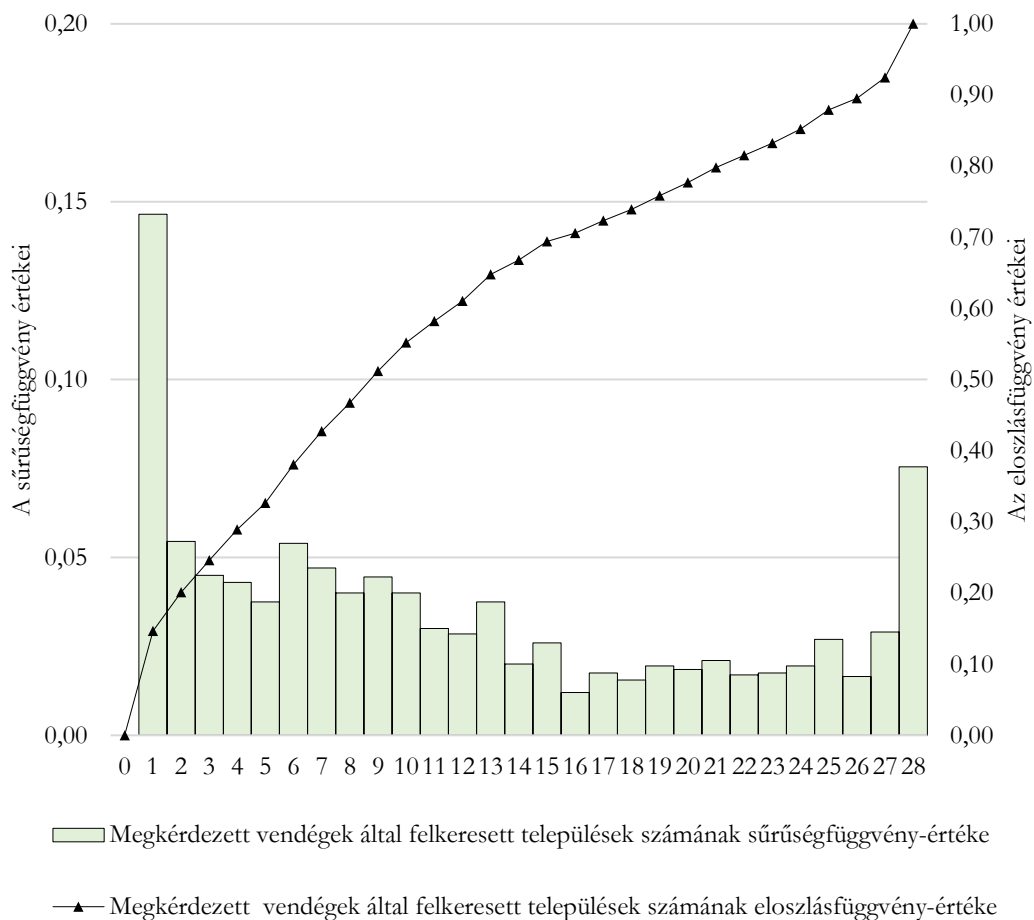
A megkérdezett vendégek közel 15%-a csak egyetlen települést látogatott meg itt tartózkodása során (45. ábra). Az egyetlen települést meglátogatók között határozottan azok vannak többségben, akik csak Sopront keresték csak fel (238 fő, 81%), Sopron mellett nagyobb részaránnyal még Hegykő jelenik meg (29 fő, 10%), valamint Fertőd (15 fő, 5%). Ugyanakkor a megkérdezett több mint 85%-a több településre kiterjedő turisztikai aktivitást mutatott, sőt 7,6%-a az összes vizsgált (28) települést felkereste (45. ábra).

Ezek az adatok utalhatnak a desztináció pozitív térbeli turisztikai aktivitást indikáló hatására, és jelezhetik, hogy a turisták egyre több helyen találnak olyan látnivalókat, programokat,

élményeket, melyek több település felkeresésére ösztönzik őket. Ez a jelenség egyértelműen egy viszonylag rövid időtávon belüli intenzív fejlődést jelez, melyben a térségi turisztikai beruházások támogatása katalizátorszerepet tölthetett be.

**45. ábra**

***A felmért vendégkör megoszlása a felkeresett települések száma alapján***



*Forrás: saját felmérés*

A várható érték 11,5 felkeresett település, ugyanakkor a szórás rendkívül magas (9), a relatív szórás (78%). A középérték (medián) kerekén kilenc, a felmért vendégkör 48,8%-a ennél több, 46,8%-a ennél kevesebb települést látogatott meg. Az adatok a kínálat térbeli komplexitásának fejlődését támasztják alá, ami kedvezően hathat az érintett települések turizmusának alakulására. A nagyobb volumenű fejlesztések lezárulása utáni (Fertő tavi vízitelep, soproni uszodafejlesztés, Fertőd–Nagycenk-kastélyprogram) és a pandémiás helyzet nélküli időszakban végzendő kutatás tárhatja fel a tendenciák tartósságának, intenzitásának dinamikáját.

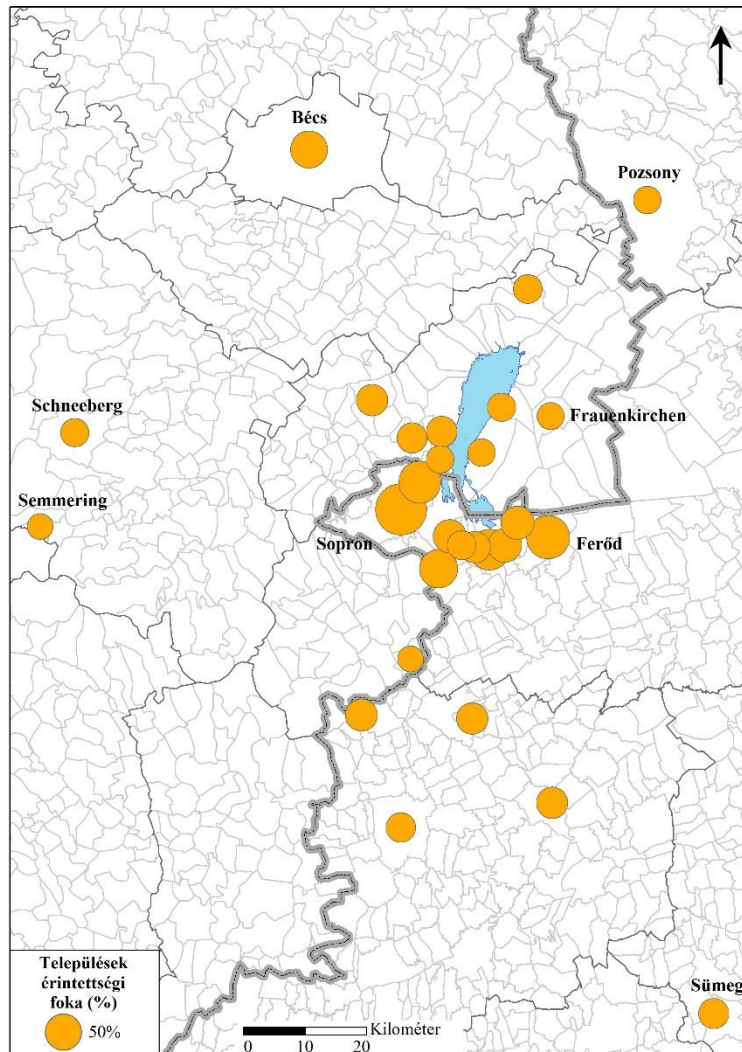


## 6.5.2. A turisztikai aktivitás térbeli súlypontjai

A turisztikai aktivitás térbeli súlypontjai a vizsgált vendégkör alapján több tekintetben is határozott mintázatot mutatnak (46–48. ábra).

46. ábra

*A felmért vendégkör térbeli turisztikai aktivitása települések szerint*



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

Sopron helyzete számos szempontból egyedi. A térségbe érkezők nagyon nagy arányban felkeresik (mindössze 9% válaszolta azt, hogy turisztikai aktivitása nem érinti a várost, míg a második legtöbbek által felkeresett településnél, Fertődnél ez az arány már 34%). Sopron több tekintetben is a turisztikai aktivitás bázisának számít szálláshelyként. Itt a legnagyobb azoknak a részaránya, akik csak megszálltak a településen (6%, bár Hegykő sem marad el sokkal, ott ez

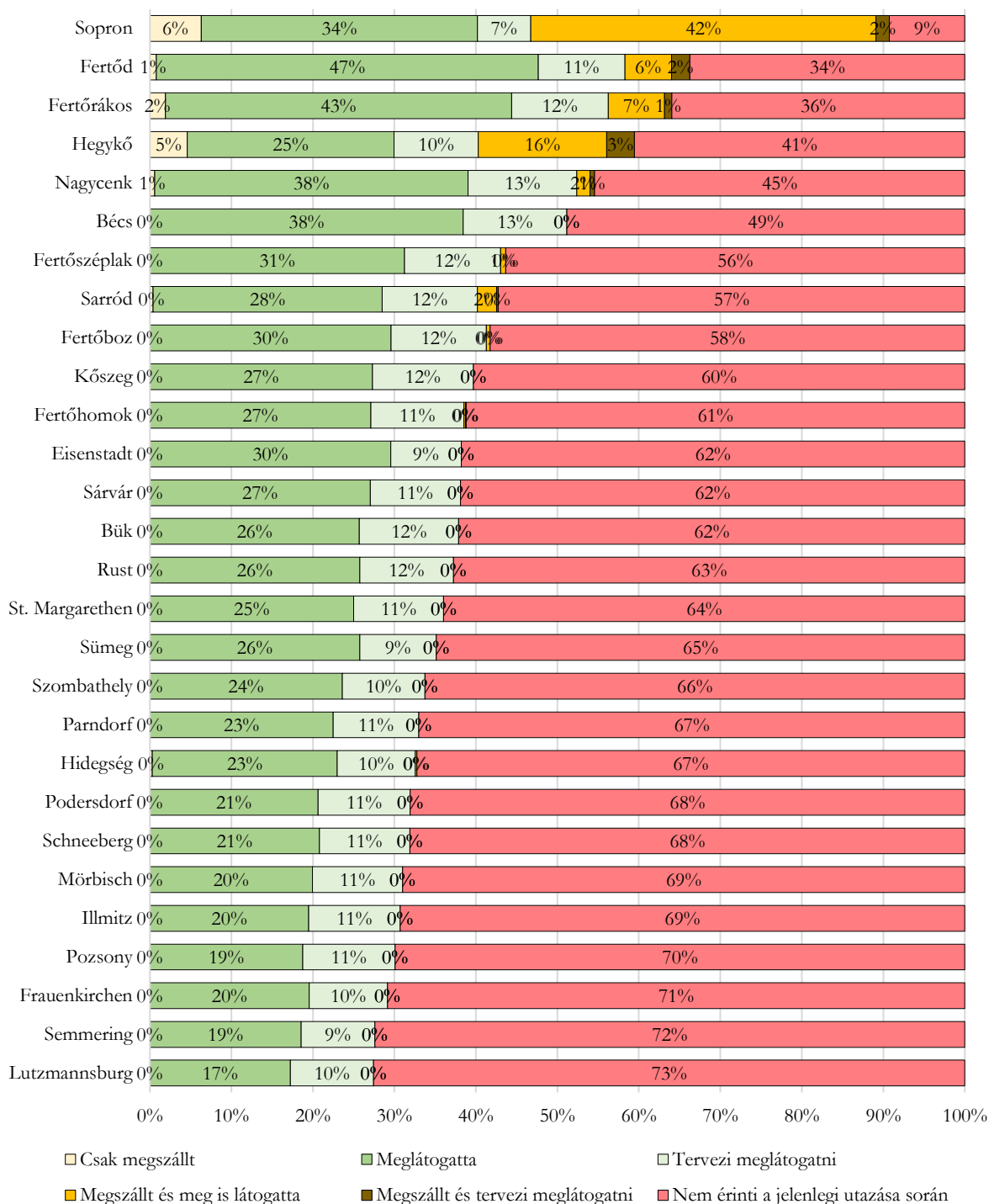
a részarány 5%). Ugyanakkor messze itt a legnagyobb a vizsgált települési körön belül azoknak a részaránya is, akik szálláshelyként és turisztikai célpontként egyaránt megjelennek a településen (44%), itt szintén Hegykő áll a második helyen, ott az említett csoport részaránya 19%. Hat olyan település van, amelyet a vizsgált vendégkör több mint fele meglátogatott (növekvő sorrendben Bécs, Nagycenk, Hegykő, Fertőrákos, Fertőd és Sopron), amely települési körön belül egy külföldi város is található, ez egyúttal erősíti a határ szerepére vonatkozó hipotézist. A görbe lefutása a látogatottság szerinti sorban Bécs után egyenletesebbé válik, az egyes települések hasonló, 40–30% körüli látogatottsággal rendelkeznek, az utolsó nyolc helyen nyolc külföldi település található, ezek látogatottsága is azonban 30% körüli.

A térbeli turisztikai aktivitás szempontjából kiemelt értékeket tartalmaz növekvő sorrendben Bécs, Nagycenk, Fertőrákos, Fertőd és Sopron. A desztináció sajátossága viszont, hogy egyes települések a magasabb látogatási értékek ellenére sem nevezhetők egyértelműen magterületnek, pl. Nagycenk, mert az elsődleges és másodlagos szuprastruktúra szintje alacsony. A pufferzóna és fehér foltok meghatározását a desztináció térbeli kínálatának elhelyezkedése nehezíti. A Fertő tó körüli magyar kerékpárút, ami a tó körüli kerékpártúrák útvonala, az osztrákkal ellentétben nem tartalmaz alternatív útvonalakat. Ebből következően a túrázók „szükségszerűen” érintik a kerékpárút településeit, viszont a vendégéjszakák és a vendégforgalom egyéb mutatói nagy szórást jeleznek az egyes települések tekintetében. A vendégforgalmi és mobilitási adatok viszont Rőjtökmuzsaj elkülönült pozícióját, Sopronhorpács és Simaság esetében pedig fehér folt státuszt valószínűsítettek.

Az 48. ábra egyértelműen mutatja a desztináció határon átnyúló jellegét, méghozzá viszonylag jelentős távolságokra kiterjedő térbeli aktivitással (Sopron–Schneeberg  $2 \times 75$  kilométer, Sopron–Semmering  $\sim 2 \times 100$  kilométer). A közelebbi osztrák és magyar helyszínek esetében egyrészt az aktív és rekreációs kínálati elemek (kerékpártúra, Hegykő, Bük, Sárvár, Fertő tavi strandok) jelenthetnek vonzerőt, másrészt a sajátos élményelemek (Fertőrákos: barlangszínház, St. Margarethen: Familypark, operaelőadások, Mörbisch: vízi színpad – opera- és operettelőadások, Lutzmannsburg: Sonnentherme élményfürdő) jelenthetik a motivációt. A „vizes” vonzerőkkel rendelkező települések kedvező értékei alátámasztják, hogy a Sopron–Fertő-térség pozícióinak javításához elengedhetetlen ezeknek a kínálati elemeknek megfelelő színvonalú biztosítása. A szállásadók véleménye alapján a bécsi bevásárlótúrák népszerűsége különösen a nyári időszakban részben lecsökkent, ehelyett a parndorfi üzletközpontot keresik fel nagyobb számban a turisták.

47. ábra

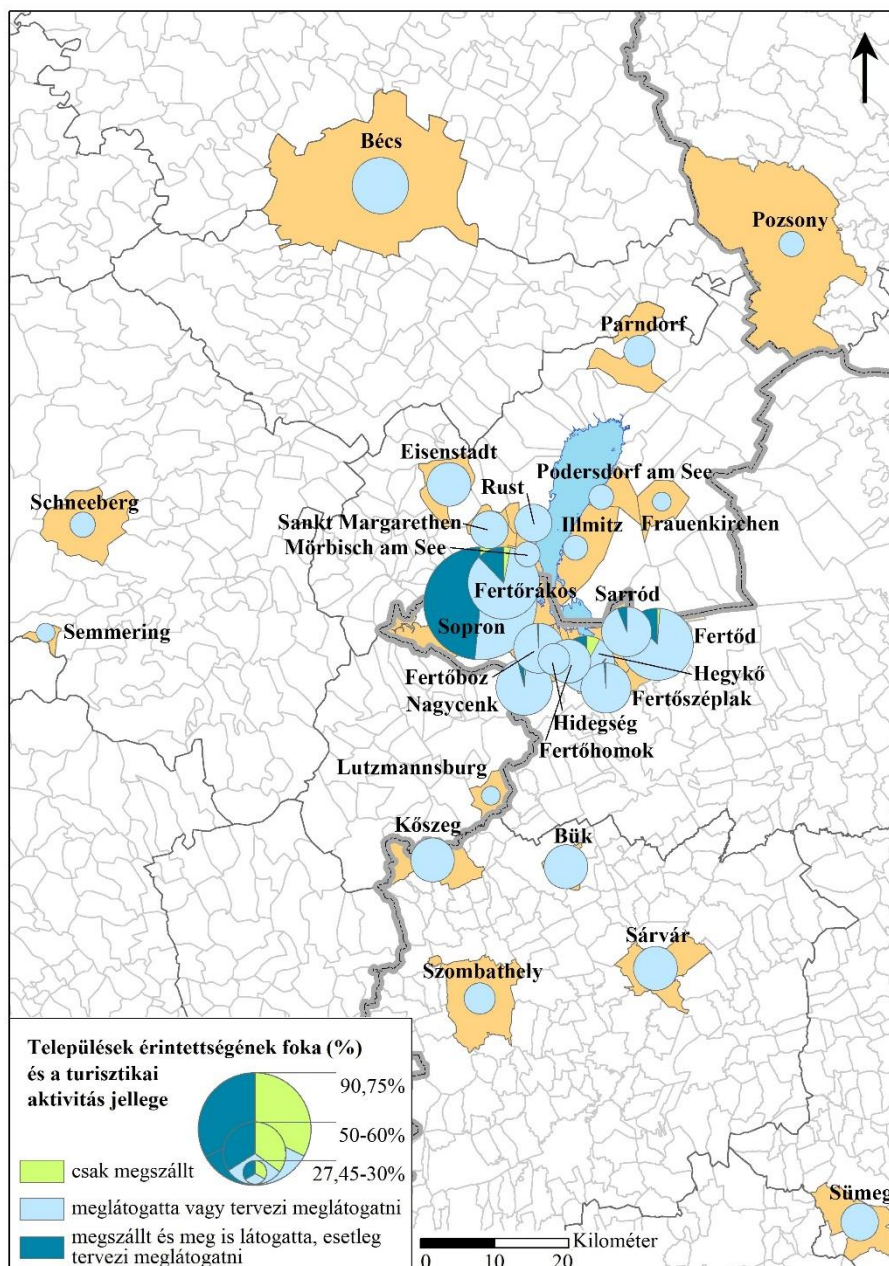
A megkérdezett személyek térbeli turisztikai aktivitása (%)



Forrás: saját felmérés

48. ábra

A megkérdezett személyek térbeli turisztikai aktivitása a települések érintettségének foka és a turisztikai aktivitás jellege alapján



Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

Forrás: saját felmérés

A négy (együttal a megkérdezett vendégkör 93%-át fogadó) legnagyobb szálláshely-település relációjában tovább vizsgálható a turisztikai célú mozgás iránya (a kapcsolódó mintaelemszámokat a 14. táblázat, a részarányokat a 15. táblázat tartalmazza).

14. táblázat

Az ingázási relációk a megkérdezettek száma szerint

Szálláshely települése/Felkeresett település	Fertőboz	Fertőd	Fertőhomok	Fertőrákos	Fertőszéplak	Hegykő	Hidegség	Nagyecnk	Sarród	Sopron	Bük	Kőszeg	Sárvár	Sümege	Szombathely	Bécs	Eisenstadt	Frauenkirchen	Illmitz	Lutzmannsburg	Mörbisch	Podersdorf	Parndorf	Rust	Semmering	Schneeberg	St. Margarethen	Pozsony
Fertőboz	9	9	6	9	8	7	5	9	7	8	6	6	7	3	7	7	5	6	4	5	4	4	7	5	5	7	6	6
Fertőd	103	175	98	132	104	118	93	119	116	135	47	51	49	46	38	80	49	56	77	49	43	91	55	76	41	45	51	40
Fertőhomok	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4
Fertőrákos	82	133	86	194	93	106	66	107	85	161	91	85	81	70	73	87	77	55	72	57	74	60	73	110	56	54	78	59
Fertőszéplak	7	10	6	9	12	12	6	9	9	10	5	5	6	5	5	6	3	3	2	1	2	3	3	3	4	5	4	5
Hegykő	241	372	230	313	243	475	184	282	258	388	194	188	196	189	166	255	188	149	180	130	155	188	168	178	141	160	177	137
Hidegség	3	5	4	4	3	5	10	5	3	9	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	2	5	2	4	4	4	4
Nagyecnk	31	50	29	37	33	34	24	55	34	46	30	32	26	31	31	28	24	19	21	21	19	19	19	18	15	23	22	19
Sarród	29	51	28	43	44	38	25	37	59	47	26	26	28	25	25	36	28	26	23	26	27	23	30	24	23	25	30	25
Sopron	326	515	284	535	329	390	238	463	280	1006	351	393	360	326	321	515	383	262	230	254	287	245	296	325	260	311	345	303

Forrás: saját felmérés

15. táblázat

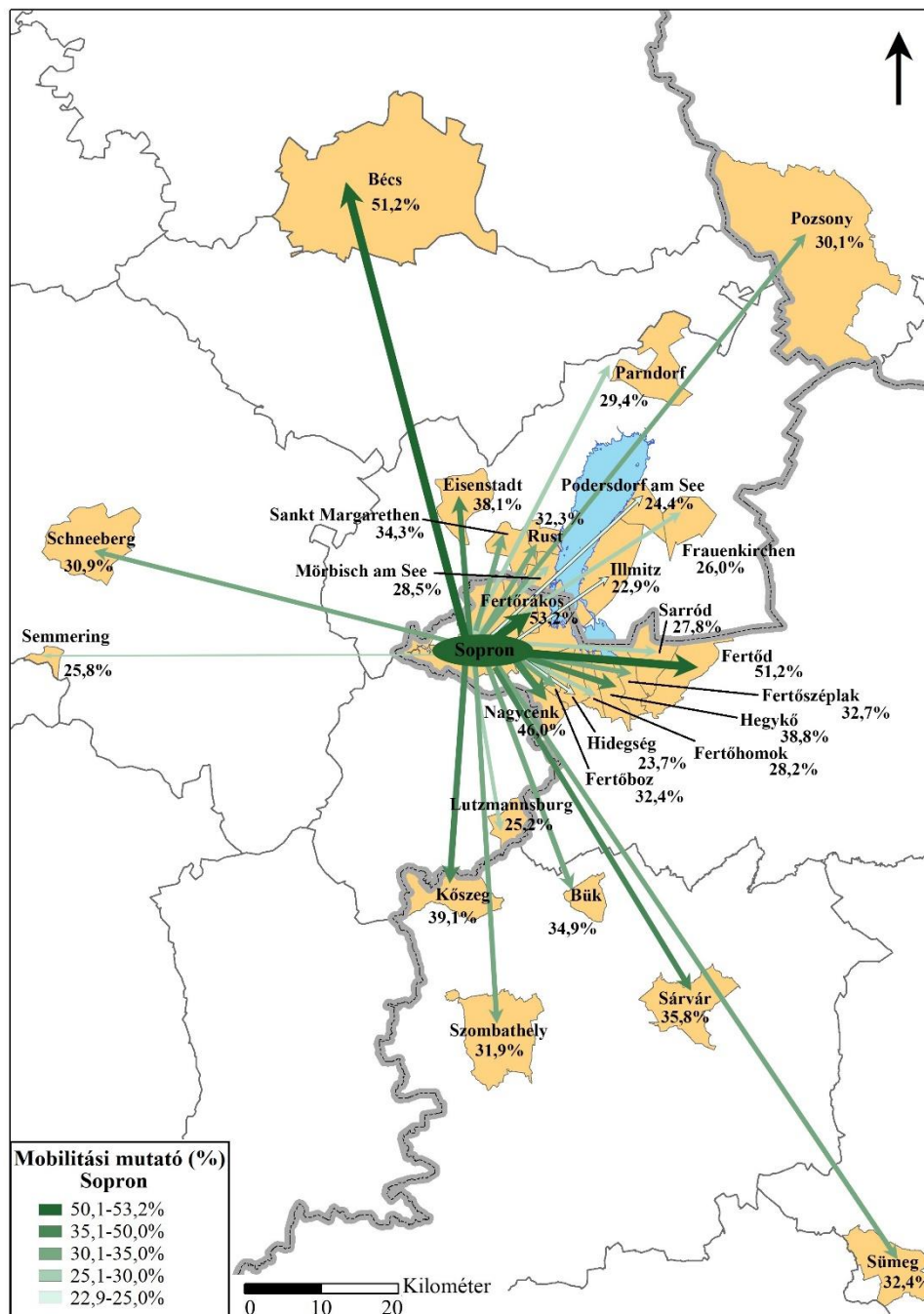
Az ingázási relációk a megkérdezettek részaránya szerint (az adott szálláshely-településen szálláshellyel rendelkezők részarányában)

Szálláshely települése/Felkeresett település	Fertőboz	Fertőd	Fertőhomok	Fertőrákos	Fertőszéplak	Hegykő	Hidegség	Nagyecnk	Sarród	Sopron	Bük	Kőszeg	Sárvár	Sümege	Szombathely	Bécs	Eisenstadt	Frauenkirchen	Illmitz	Lutzmannsburg	Mörbisch	Podersdorf	Parndorf	Rust	Semmering	Schneeberg	St. Margarethen	Pozsony	
Fertőboz	100%																												
Fertőd	59%	100%																											
Fertőhomok	80%	100%	100%																										
Fertőrákos	42%	69%	44%	100%																									
Fertőszéplak	58%	83%	50%	75%	100%																								
Hegykő	51%	78%	48%	66%	51%	100%																							
Hidegség	30%	50%	40%	40%	30%	50%	100%																						
Nagyecnk	56%	91%	53%	67%	60%	62%	44%	100%																					
Sarród	49%	86%	47%	73%	75%	64%	42%	63%	100%																				
Sopron	32%	51%	28%	53%	33%	39%	24%	46%	28%	100%																			

A felmért vendégkör a legnagyobb arányban Sopron településen szállt meg (n=1006, a megkérdezettek 50%-a), először az ő turisztikai térbeli aktivitásával kapcsolatos relációikat vizsgáljuk (49. ábra).

49. ábra

A Sopronban megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása (mobilitási mutató) (%)



Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

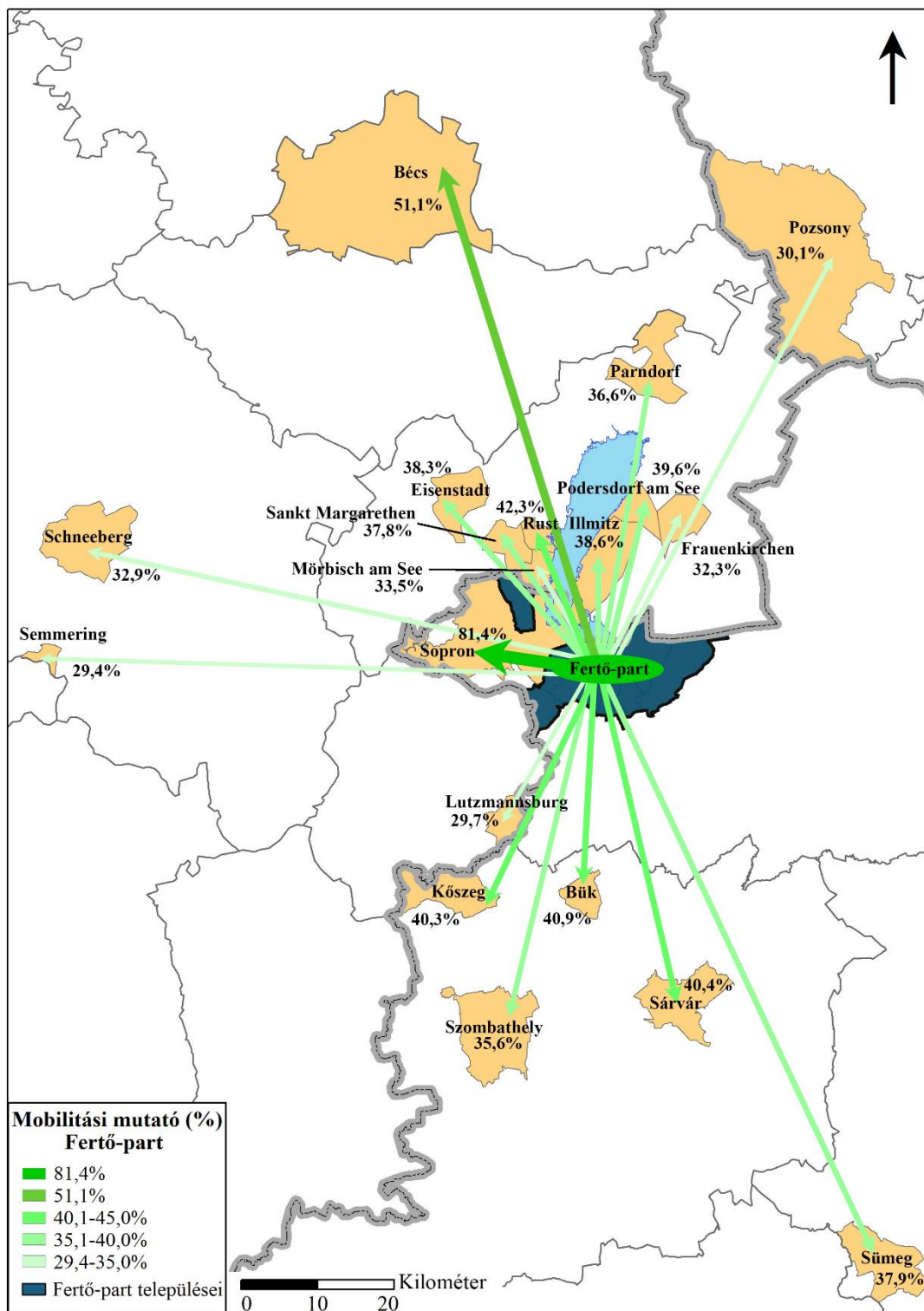
Forrás: saját felmérés

- A Sopronban megszállók közel azonos 50% körüli arányban felkeresték még (csökkenő sorrendben):
  - Fertőrákost (n=535, a Sopronban megszállók 53%-a),
  - Fertődöt és Bécset (n=515, a Sopronban megszállók 51%-a),
  - Nagycenket (n=463, a Sopronban megszállók 46%-a). Ez a tendencia a hagyományosnak, bevezetettnek tekinthető célpontok népszerűségét és ismertségét jelezheti. Ellentmondásos turisztikai szempontból Nagycenk helyzete, ahol a magas látogatószám ellenére nem épült ki ehhez igazodó és ezt hasznosító a turisztikai szuprastruktúra. Fertőd és Nagycenk magas felkeresési aránya, az 1. hipotézishez kapcsolódóan, a kulturális és örökségturisztikai értékek ismertségét és népszerűségét is jelezheti a válaszadók körében.
- Ezt követően kicsit élesebb váltással a települések jelentős része a 30–40%-os felkeresettségi kategóriába kerül (a Sopronban megszállók %-ban kifejezve).
  - Ebben a körben szintén találunk magyarországi és határon túli településeket (Kőszeg, Hegykő, Eisenstadt, Sárvár, Bük, St. Margarethen, Fertőszéplak, Fertőboz, Sümeg, Rust, Szombathely, Schneeberg, Pozsony), a legnépszerűbb külföldi célpont a Sopronban megszállók számára Bécs után Eisenstadt.
  - A meglátogatott települések felkeresési aránya ezt a csoportot követően már nem csökken meredeken, 23 és 29% között egyenletesen fut le, azaz a Sopronban megszálló megkérdezettek mintegy negyede valamelyik vizsgált települést felkereste (Parndorf, Mörbisch, Fertőhomok, Sarród, Frauenkirchen, Semmering, Lutzmannsburg, Podersdorf, Hidegség, Illmitz). Sarród esetében egyértelműen a nemzeti park értékei és az új kerékpáros útvonal segíti a célpontok körébe beépülést. Parndorf 29,4%-os választottsága a láthatatlan turizmus volumenébe ad betekintést, mert a települést egyértelműen outlet-üzletet tartalmazó bevásárlóközpontja miatt keresik fel a turisták.
  - A legkisebb felkeresési aránnyal Illmitz rendelkezett, a felmérésben résztvevő, Sopronban szálláshellyel rendelkező vendégkör mintegy 23%-a látogatta meg Illmitzet is. Az érték összefügghet azzal, hogy a kerékpáros turisták esetében elsősorban a Fertődön és környékén megszállók útvonalába tartozik Illmitz.
  - A Sopronban megszállók magas ausztriai térbeli aktivitása az osztrák konkurencia erősségére is utal, mely sikeresen szólítja meg a magyar turistákat.

A Fertő-parton megszálló vendégek turisztikai aktivitását a 50. ábra mutatja.

50. ábra

A Fertő-parton megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása a Fertő-part vonatkozásában (%)



Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

Forrás: saját felmérés



A felmért vendégkör jelentős részének esett a szálláshelye Hegykőre is (n=475, a megkérdezettek 24%-a). A település eltér Soprontól abban az értelemben, hogy az itt megszállók sokkal magasabb arányban keresnek fel más településeket, amely kifejezésre jut abban, hogy a Hegykőn szálláshellyel rendelkezők mintegy:

- 82%-a felkereste Sopront (ez is mutatja a település térségi turisztikai jelentőségét) (n=388),
- 78%-a Fertődöt (n=372),
- 66%-a Fertőrákost (n=313),
- 59%-a Nagycenket (n=282),
- 54%-a Sarródot és Bécset (előbbi esetében n=258, utóbbi esetében n=255) – Bécs erről a településről is a legtöbbször által felkeresett külföldi település marad,
- 51% Fertőszéplakot és Fertőbozt (n=243, n=241).

Megjelenik egy új kategória 40 és 50% körül felkeresett településekkel (Fertőhomok, Sárvár, Bük, Sümeg, Kőszeg, Eisenstadt, Podersdorf) – Bécs után a második legnépszerűbb határon túli desztináció a Hegykőn megszálló megkérdezett vendégek számára Eisenstadt és Podersdorf (n=188, a Hegykőn megszállók 40%-a). Podersdorf népszerűségét ismert és jól kiépített strandja, sokrétű kínálata és a kerékpáros útvonalon elfoglalt helyzete erősíti. A térbeli aktivitás növekedését segítheti Hegykő növekvő turisztikai térszervező szerepe, melynek során a turisták részére szervezett programok egy része a környező településeket bevonva, azokkal együttműködve szerveződik. A termálfürdő hosszabb vendégtartózkodást generál, ami kedvezően hat a térbeli aktivitás intenzitására is.

A 30–40% körüli kategória itt is kiterjedt (Hidegség, Illmitz, Rust, St. Margarethen, Parndorf, Szombathely, Schneeberg, Mörbisch, Frauenkirchen, Semmering), és csak két olyan település van, amely elmarad a 30%-os felkeresésről, de ez esetben sem sokkal Pozsonyt a hegykői szálláshellyel rendelkező kitöltők 29, Lutzmannsburgot 27%-a kereste fel.

Fertőrákos és Fertőd esetében látható, hogy az ezen településeket szálláshelyként választó megkérdezettek száma és részaránya kisebb, előbbi település esetében 194 (9,7%), utóbbinál 175 (8,8%). A Fertőrákost szálláshelyül választók mobilitási aktivitásának térbeli mintázata több elemében hasonló, de számos tekintetben eltér a korábbiaktól.

- Itt is kiemelkedően magas a Sopronba ellátogatók részaránya (n=161, 83%).
- Népszerű desztináció továbbá Fertőd is (n=133, 69%).
- Rust, Nagycenk és Hegykő 50–60% közötti részarányt képvisel.
- A többi település kapcsán a 40–50%-os (Fertőszéplak, Bük, Bécs, Fertőhomok, Sarród, Kőszeg, Fertőboz, Sárvár, St. Margarethen, Eisenstadt), valamint a

30–40% közötti (Mörbisch, Parndorf, Szombathely, Illmitz, Sümeg, Hidegség, Podersdorf, Pozsony), illetve ahhoz közeli részarányok a jellemzőek (Lutzmannsburg, Semmering, Frauenkirchen, Schneeberg).

- A határon túli települések közül továbbra is Bécs van az első helyen a Fertőszéplakon megszálló vendégek által felkeresett települések rangsorában, amely várost St. Margarethen (n=78) és Eisenstadt (n=77) követi.

Fertőrákos esetében a nagyobb aktivitást elősegítheti, hogy noha az egyetlen partszakasszal rendelkező település, a tópart 2019-es infrastruktúrája jelentős mértékben elmaradt még a kisebb osztrák települések kiépítettségétől, és még a tó megközelítése is csak kis területre korlátozódott, a nagyobb partszakaszon (strand) pedig időhatárok közt volt csak lehetőség.

Fertőd esetében szintén fennáll, hogy a legnagyobb arányban meglátogatott település az itt megszállók számára is Sopron marad (n=135, a Fertődön szálláshellyel rendelkezők 77%-a).

Népszerű desztináció továbbá 50%-feletti látogatottsági aránnyal a Fertődön megszállók %-ban):

- Fertőrákos (75%, n=132)
- Nagycenk (68%, n=119)
- Hegykő (67%, n=118)
- Sarród (66%, n=116)
- Fertőszéplak (59%, n=104)
- Fertőboz (59%, n=103)
- Fertőhomok (56%, n=98)
- Hidegség (53%, n=93)
- Podersdorf (52%, n=91)

A kisebb települések kedvező értékei a Fertő tó körüli kerékpáros útvonalon elfoglalt helyzetükből adódnak.

A 30–40% közötti kategóriát öt határon túli település reprezentálja (Bécs, Illmitz, Rust, Frauenkirchen, Parndorf). Kiterjedtebb a 20 és 30% közötti kategória, amelybe 12 település esik (Kőszeg, St. Margarethen, Sárvár, Eisenstadt, Lutzmannsburg, Bük, Sümeg, Schneeberg, Mörbisch, Semmering, Pozsony, Szombathely). Feltűnő változás, hogy a legnépszerűbb külföldi desztináció a Fertődön szálláshellyel rendelkező megkérdezett vendégek körében már nem Bécs, hanem Podersdorf (52%), amely települést azonban már Bécs követi (46%).

## **6.6. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták turisztikai aktivitása és az élményelemek kapcsolata**

### **6.6.1. Belföldi turisztikai aktivitás**

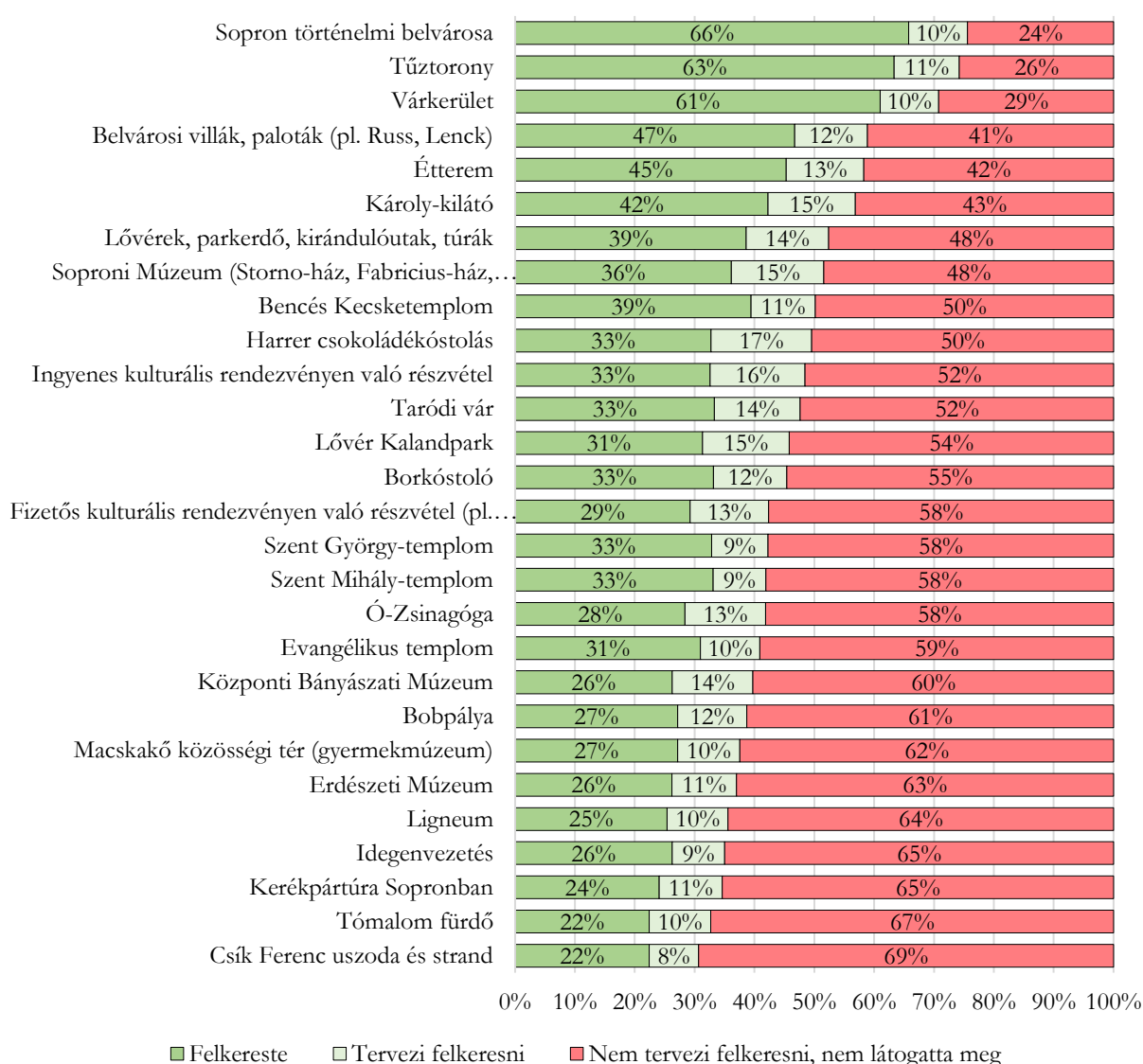
Sopron a korábbiak alapján több tekintetben is igazolt módon a térség meghatározó turisztikai központjának tekinthető, ezért a településen belül található számos élményelem vizsgálatára külön is kitérünk (51–53. ábra). Ezek feltárása különösen fontos, hiszen ezen tényezők imázsformáló erővel bírnak, meghatározó elemei a márképítésnek, így kiemelt szerepet kaphatnak ezek a mindennapi kommunikációban, de az arculattervezés során is. Ezek alapján lesz beazonosítható egy-egy város, hiszen ezek olyan szimbolikus helyek, attrakciók, amelyek az utazók nagy részének elsőként ugranak be adott desztinációról, így ez lehetővé teszi a beazonosítást (PÁLFI A. et al. 2017).

- A három leginkább látogatott élményelem Sopron történelmi belvárosa, a Tűztorony és a Várkerület, mindegyik a megkérdezett vendégek több mint 70%-át, a belváros 76%-át vonzotta.
- A vizsgált élményelemek között további hét olyan volt, amelyet a megkérdezettek legalább 50%-a meglátogatott, ezek közül egy az éttermeket takarta általánosságban, azaz a megkérdezett vendégek mintegy 58%-a meglátogatott legalább egy soproni éttermet, a többi konkrét helyszínhez kapcsolható, és csökkenő sorrendben lefedi belvárosi villák, paloták (pl. Russ, Lenck), Károly-kilátó, Löverek, parkerdő, kirándulóutak, túrák, Soproni Múzeum (Storno-ház, Fabricius-ház, Patika-ház, Pék-ház, Lábasház), bencés Kecsketemplom, Harrer csokoládékóstolás helyszíneket. Az eredmények alapján a gasztronómiai vonzerők kínálatba való hangsúlyos beépítése lényeges tényező lehet.
- Feltűnő, hogy a látogatottság tekintetében a részarányok nem csökkenek meredeken, közel 50%-os és 40–50% közötti látogatottságú élményelemeket is szép számban találunk a városban. Így az élményelemek szintjén is megerősítést nyer Sopron központi szerepköre.
- A sort a korábbi Csík Ferenc uszoda és strand zárja, de ide is ellátogatott a megkérdezettek közel 33%-a. Ez az érték a fürdővárosok előretörésének és a klímaváltozással összefüggésben viszont nem mondható magasnak, ami a fürdő kisebb kapacitásával és relatíve kevés élményelem-kínálatával is kapcsolatban lehet.

- Szintén egy fürdőhely, a Tómalom fürdő lett a rangsorban hátulról a második, ezt követően azonban a kerékpártúra Sopronban és egy szolgáltatás igénybevétele (idegenvezetés) következett. A megkérdezettek mintegy 35%-a igénybe vett (vagy igénybe tervezett venni) idegenvezetési szolgáltatást. Ez az adat alátámasztja a Sopron applikáció népszerűsítésének szükségességét.

### 51. ábra

**Az élményelemek megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban (%)**



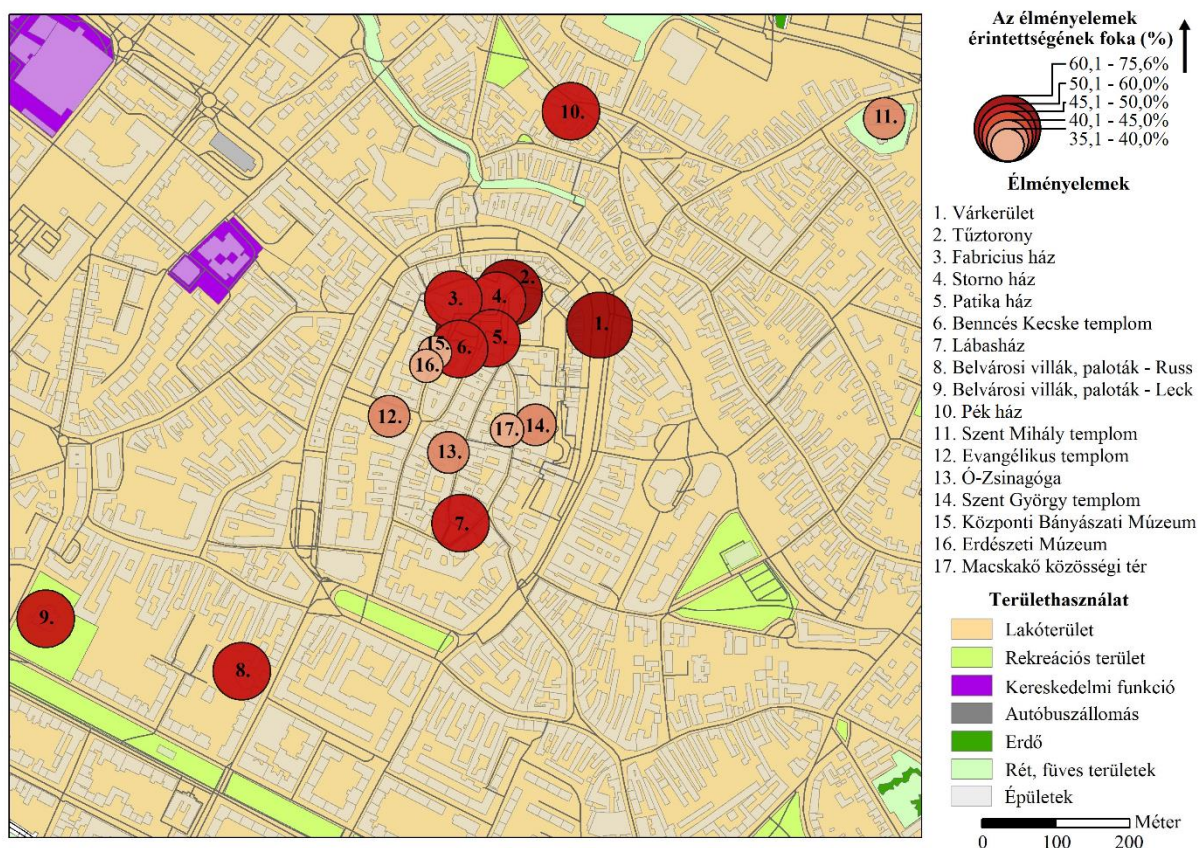
*Forrás: saját felmérés*

Az adatok a belváros egyértelmű túlsúlyát jelzik. Sajátos, hogy az egyedi és különleges élményeket kínáló belvárosi attrakciók (Központi Bányászati Múzeum – élménybánya,

Macskakő közösségi tér – interaktív élményprogramok) felkeresése – központi fekvésük ellenére – elmarad a környezetükben lévő attrakcióktól. Ellentmondásos az adat a Csík Ferenc uszoda és strand (új nevén Lőver uszoda) és a Tómalom fürdő vonatkozásában. Sopron turisztikai népszerűségének csökkenésében versenytársaival összevetésben lényeges tényezőként vetődött fel az élményfürdő, strandolási lehetőség hiánya. Az adatok alapján viszont a két fürdő felkeresése relatíve alacsony arányú a válaszadók körében. Tény viszont, hogy az uszoda a 2021-ben befejeződött korszerűsítés előtt lényegesen kisebb kapacitású és kevés élményelemmel rendelkező fürdő volt. Tómalom fürdő esetében a kisebb ismertség és szintén a korszerűsítés hiánya szerepelhet az alacsonyabb felkeresés okai közt. A Harrer cukrászda és csokoládékóstolás programjának népszerűsége arra utalhat, hogy a vendéglátás itt egy különösen magas minőséget kínáló egysége található, amely a gasztronómiai kínálatot élményelemekkel ötvözi, amelyre nyitott a kereslet. Ez rávilágít arra is, hogy a gasztronómiai kínálati elemek minőségi bővítése a vendégforgalom növelésének egyik lehetséges módjaként vehető figyelembe akár az egyes elemek kombinálásával, tematikus csomagba foglalásával. Ehhez meg is vannak Sopron adottságai, gondoljunk csak a borturizmus helyi hagyományaira, amelynek további fejlesztésével e trend iránt érdeklődő szegmensek igényei is kielégíthetők! Egyben alátámasztja azt az országos trendet, amely szerint a gasztronómia egyre jelentősebb szerepet tölt be az emberek életében, bizonyos szegmensek számára már a desztinációválasztás során fontos tényező, a minőségi és akár élményekkel tűzdelt gasztrohelyek és gasztroprogramok (kóstolás, bortúra, főzőtanfolyam) egyre kedveltebbek (AUBERT A. et al. 2018, MÓKUSNÉ PÁLFI A. 2021).

## 52. ábra

### A belvárosi élményelemek térbeli megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban



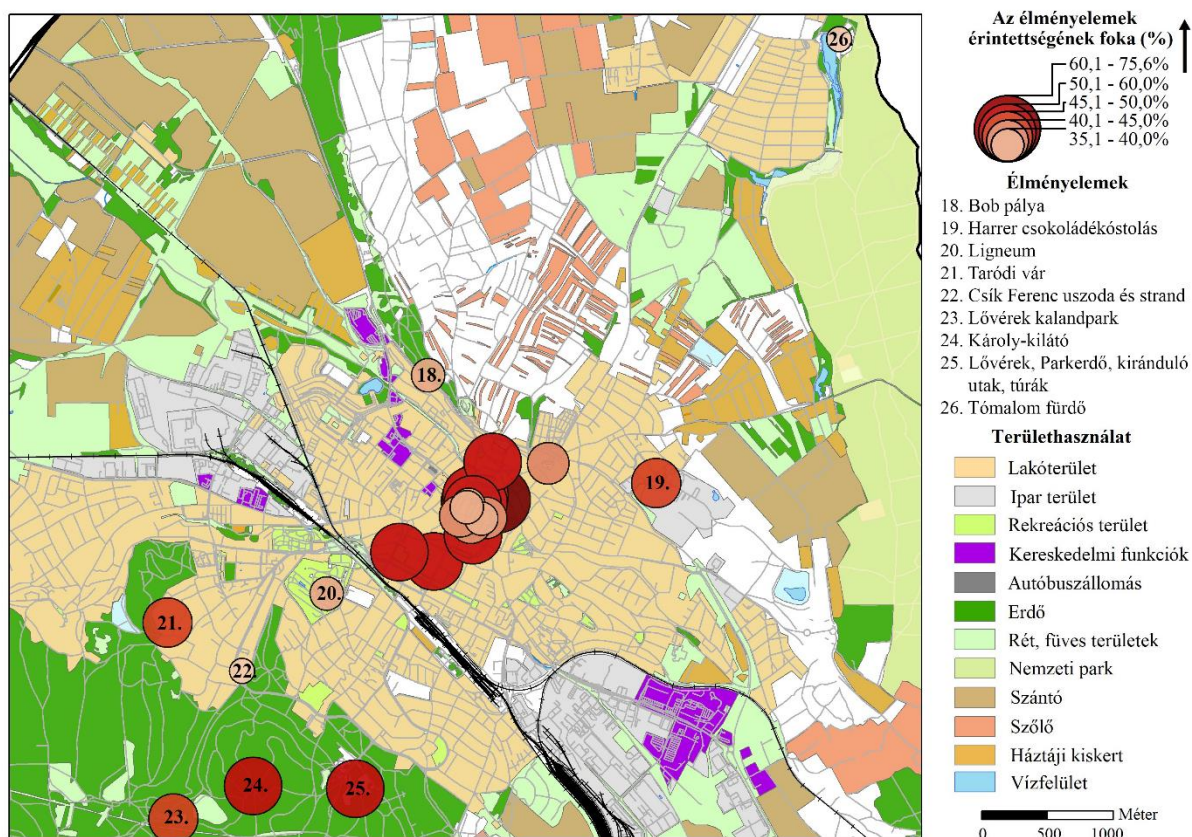
Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

Forrás: saját felmérés

Az 53–54. ábra alapján a látogatások száma relatíve kiegyensúlyozottnak tekinthető az ismertebb attrakciók esetén. A látnivalók koncentrált térbeli előfordulása, csomópontjai előnyt jelenthetnek, segíthetik a nagyobb látogatószám elérését. Az eredmények alapján viszont az újabb attrakciók intenzívebb marketingje, ismertségének növelése még szükséges. A távolabbi nevezetességek esetében a központtól való nagyobb távolság, szétszórt elhelyezkedés elsősorban a csoportos vagy személygépkocsival közlekedők számára teszi kényelmesebbé az attrakciók felkeresését. Ez lehet esetenként a kisebb arányú népszerűség és látogatottság egyik oka is. A 53–54. ábra jelzi a „láthatatlan” bevásárlóturizmusból adódó problémákat, hiszen a kereskedelmi funkciójú helyek (Alfapark, Tesco, Sopron Plaza) belvárostól való jelentős távolsága megnehezíti, hogy ezek a turisták nagyobb számban keressék fel a „klasszikus” turisztikai helyszíneket.

### 53. ábra

#### Az élményelemek térbeli megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban



Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

Forrás: saját felmérés

A turisztikai aktivitás meghatározó hányada további élményelemekre irányul (a megkérdezettek 67.309 felkeresést realizáltak, ezek közül 26.329 (39,1%) esett Sopronra, 10.677 (15,9%) a határon túlra és közel fele a további vizsgált területekre), a további elemek között három általánosabb kategória (étterem, idegenvezetés, kerékpártúra) és több konkrétabb desztináció kapott helyet, amely alapján (54. ábra):

- a legnagyobb látogatottságot a Fertő-tájon (Sopron kivételével) a fertői Esterházy-kastély tudhatta magáénak (a megkérdezettek közel kétharmada felkereste vagy tervezi felkeresni), amely egyúttal összekapcsolódik Fertőd település megtekintésével, így ez a helyszín rögtön a harmadik helyen végzett;
- szintén kiemelkedő az étterem-szolgáltatás, ami nem is meglepő, hiszen a turisták egyik alapszükséglete az étkezés (55% vette igénybe vagy tervezte igénybe venni);

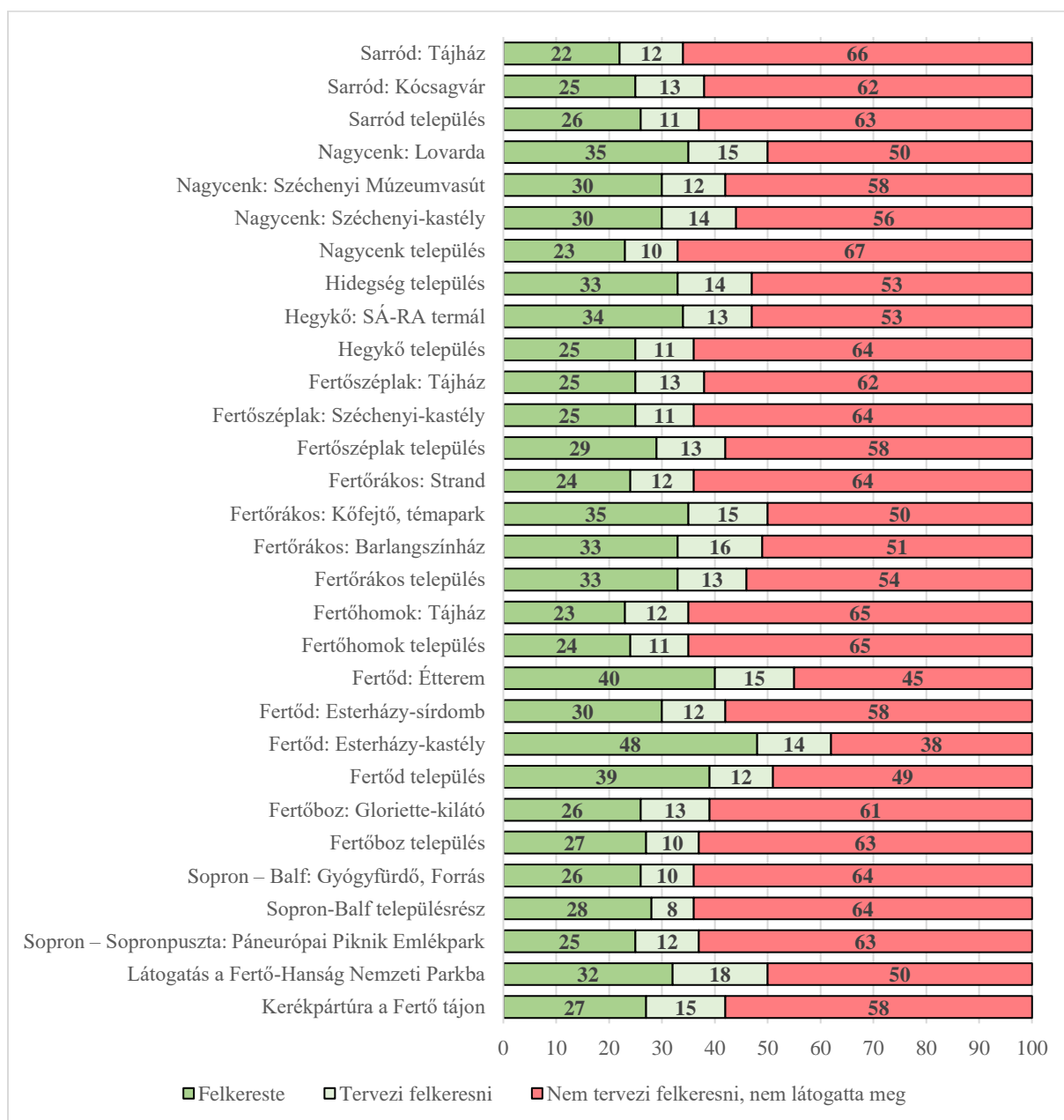
- az 50% feletti kategóriát reprezentálja még a fentiekén túl Nagycenk – lovarda; Fertőrákos – kőfejtő (témapark), de a látogatottsági részarányok lefutása itt is egyenletes, hirtelen törések nem találhatóak, a Fertő–Hanság Nemzeti Park felkeresettsége szintén magas 50%-ot ér el, akárcsak a fertőrákosi barlangszínházé (49%);
- a sort Nagycenk, Sarród – tájház, az idegenvezetési szolgáltatás (ennek részaránya szoros összhangban van a Sopronon belül kapott eredményekkel), valamint Fertőhomok települése és tájháza zárja, de szintén igaz, hogy ezek a helyszínek is közel egyharmados látogatottságot tudhattak magukénak.

A felkeresések száma a válaszadók elemszámával összevetve magasnak mondható. Mind a Sopron–vidék arány, mind az osztrák felkeresések relatíve arányosnak tekinthetők, ami jelezheti a felkeresett attrakciók ismertségét és népszerűségét a kínálati elemek között. Az osztrák térség turisztikai aktivitási elemszáma (10.677) jelzi, hogy a konkurens térség sikeresen szólítja meg a magyar turistákat. Az aktivitási adatokban Nagycenk értékei annak feladatát is jelzik, hogy miként lehetne a látogatókat megfelelő turisztikai szuprastruktúrával „helyben marasztalni”, hogy a jelenleg hiányzó turistaforgalom elmozduljon a holtpontról.



### 54. ábra

**Az élményelemek megoszlása azok felkeresetsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján a Fertő-tájon (%)**



*Forrás: saját felmérés*

Az élményelemek felkeresése a Fertő-tájon ellentmondásos képet mutat. Több attrakció esetében magasnak tekinthető azoknak a száma, akik nem tervezik felkeresni ezeket a látnivalókat. Kérdéses, hogy miből adódik ez a jelenség még olyan kiemelt attrakciók esetén is, mint az Esterházy-kastély, a fertőrákosi kőfejtő vagy a nagycenki kastély. A két kastély esetében a jelenlegi időszakban zajló felújítások jelentősen lecsökkentették a megtekinthető

láttnivalók mennyiségét. A többi passzivitásra utaló érték adódhat a térség többszöri felkereséséből vagy az utazás pihenés jellegű motivációjából.

### **6.6.2. Határon átnyúló turisztikai aktivitás**

Az élményelemekre irányuló felkeresések több mint 15%-át határon túli helyszínek adták. A településszintű elemzés már előrevetítette, hogy ebben Bécs szerepe kiemelkedő, amely az élményelemek szintjén is megerősítést nyert (55. ábra).

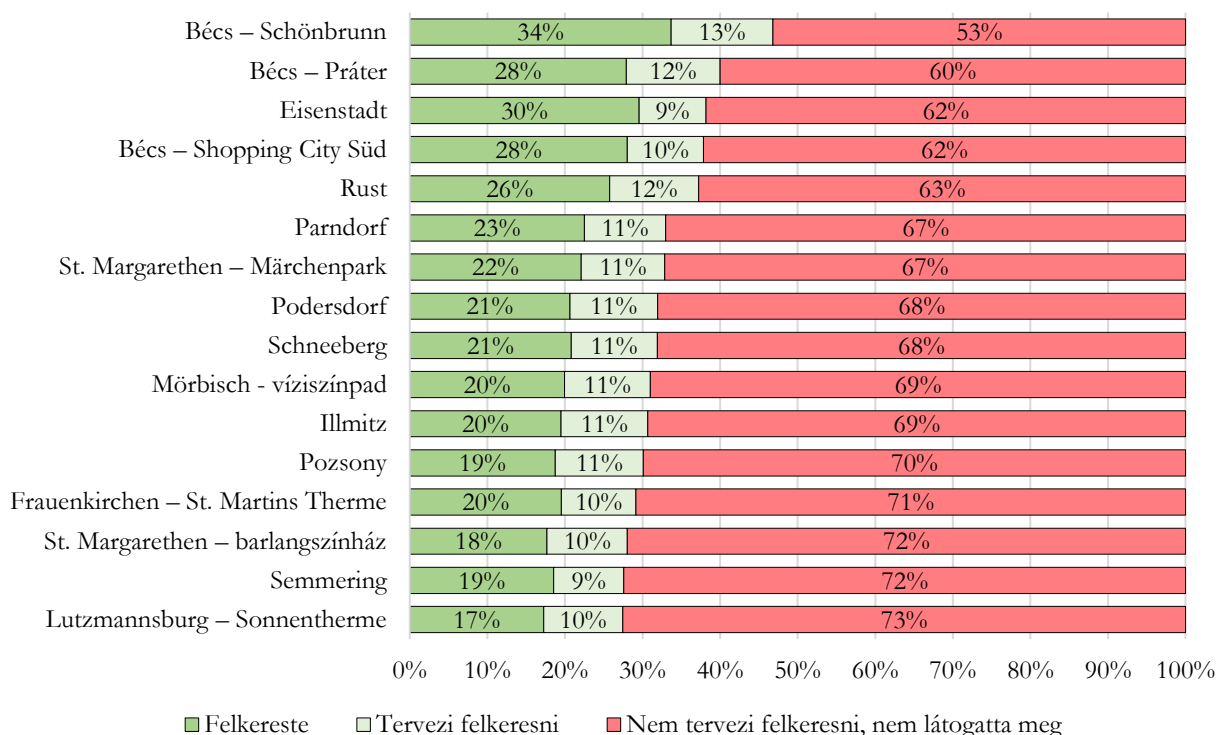
- Szembetűnő, hogy Schönbrunn helyszín a megkérdezettek térségben megvalósuló turisztikai aktivitásának 47%-át fogadja, azaz a felmérésben részt vevő személyek közel fele felkereste ezt a desztinációt (!).
- Szintén magasabb, 40%-os érintettséggel rendelkezett a Práter, és érdekesség, hogy a lényegesen rövidebb működési idővel rendelkező Familypark (Märchenpark) is 33%-os értékekkel jelent meg a válaszadók körében.
- Jelentős (a határ szerepére vonatkozó hipotézissel kapcsolatban), hogy a vizsgált helyszínek közül a legkevésbé látogatottak is közel egyharmados részarányt értek el, a sort Lutzmannsburg – Sonnentherme (27% jelölte meg, hogy felkereste vagy tervezi felkeresni), Semmering (n=552, 28%) és St. Margarethen – barlangszínház (n=561, 28%) zárja.

Az adatok alapján a turisták térhasználat a kisebb hazai és külföldi települések vonatkozásában lényeges eltérést nem jelez, ami megerősítheti a desztináció határon átnyúló kiterjedését még viszonylag tágabb körben is. Utalhat arra is, hogy ezeknek a településeknek/ attrakcióknak az ismertsége, marketingje jelentős vendégszervező erővel bír, és fizetőképes keresletet vonz. A vonzó kínálati elemek túlsúlyát jelezheti, hogy míg a helyben, illetve viszonylagos közelségben lévő soproni uszoda és Tómalom fürdő 22%-t, a távolabbi és drágább árfekvésű Lutzmannsburg – Sonnentherme 27%-os látogatottságot ért el. Ebben a vonatkozásban is tapasztalható az az ellentmondás, hogy noha a vendégkör jelentős része jó jövedelmi helyzettel rendelkezik, a desztináció hazai viszonylatban olcsóbb árfekvésűnek számít, a magasabb költségi hajlandóság az osztrák attrakciók esetében realizálódik. Paradoxon például a szálláshelyek, programok esetében, hogy az árkülönbség – költség összefüggés – különösen a magyar oldal színvonalnövelő fejlesztései nyomán – egyre kevésbé adódik az eltérő minőségű szolgáltatásokból. Ugyanakkor még mindig megfigyelhető, hogy az a magyar vendég, aki a magyar múzeumban, programokon kedvezményes vagy ingyenes belépést, a magyar szálláshelyen svédasztalos reggelit, légkondicionált szobát vár el minél olcsóbban, a magyar ár

többszörösét fizeti ki az osztrák oldalon akár kevésbé színvonalas szolgáltatásokért is. Ennek háttérében az osztrák–magyar oldal eltérő presztizsmegítélése, valamint az osztrák oldal hatékonyabb marketingtevékenysége azonosítható. Az interjúalanyok azonban azt is kiemelték, hogy a térségben zajló fejlesztések ellenére még mindig érezhetően magasabb az osztrák turisztikai kínálat minősége, mint a magyaré, amely éppen ezért a fizetőképesebb keresletet oda is vonzza.

### 55. ábra

*Az élményelemek megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján külföldön (%)*



*Forrás: saját felmérés*

### 6.6.3. Belföldi és határon átnyúló turisztikai aktivitás összevetése

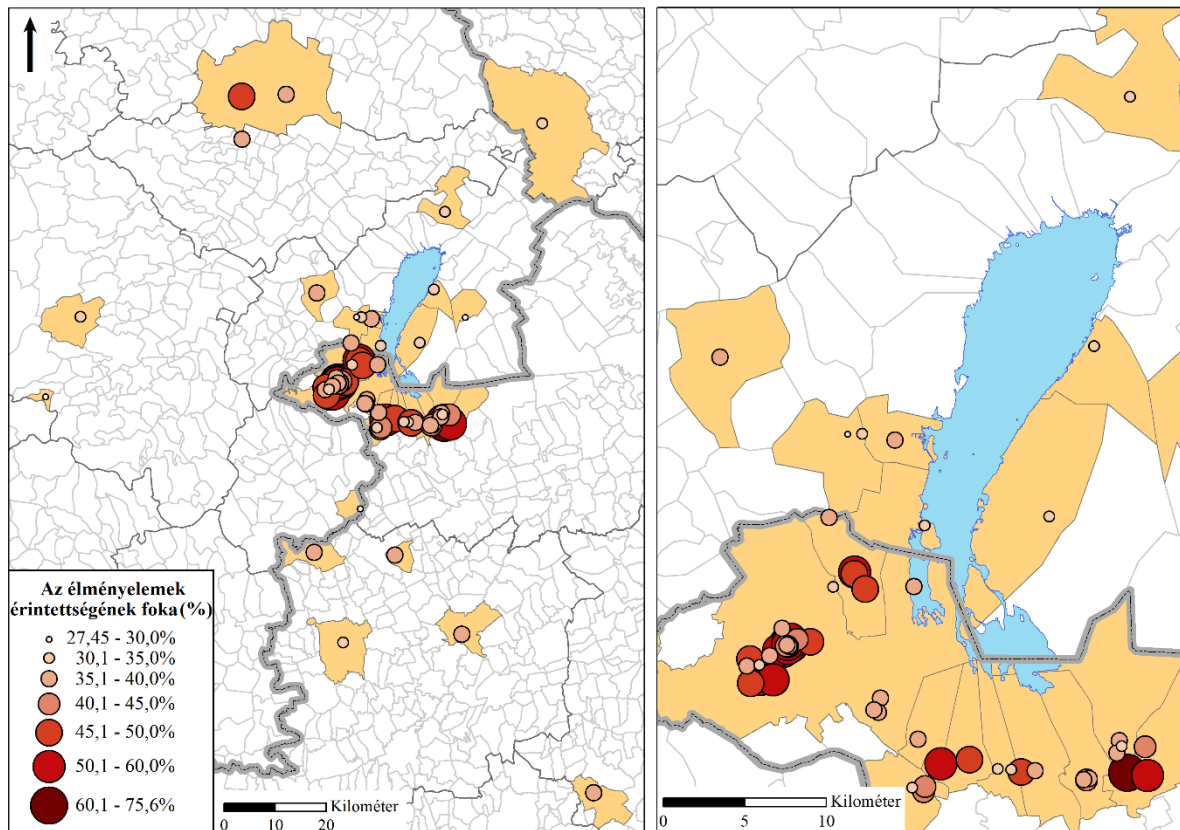
A vizsgált élményelemek szintjén együttesen vizsgálva (56. ábra) a térségi turisztikai aktivitást, a top 3 helyen soproni élményelemek szerepelnek, ezek mind 70% fölötti érintettséget mutattak (Sopron történelmi belvárosa (76%), Tűztorony (74%), Várkerület (71%))

Az adatok alapján kedvező, hogy a Modern Városok Program és más projektek által támogatott fejlesztések hangsúlyosan érintették ezeket az élményelemeket, és folyamatban van, illetve részben megvalósult a megfelelő elsődleges és másodlagos szuprastrukturális elemek

fejlesztése. A központi, csomóponti vonzerők és attrakciók megfelelő színvonala elősegítheti a vendégelégedettséget és további motivációt jelenthet az ismételt látogatásokhoz.

**56. ábra**

***A vizsgált élményelemek látogatottsága a térségben a minta alapján***



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

*Forrás: saját felmérés*

Az adatok a vizsgált minta elemszámával összevetésben kedvező térségi aktivitást jeleznek különböző sűrűsödési és csomópontokkal (Sopron, Fertőrákos, Hegykő, Fertőd). Kedvezőnek tekinthető, hogy a jelenleg zajló és megvalósult fejlesztések (kerékpárút infrastruktúra-korszerűsítése a teljes magyar útszakaszon, élményattrakciók kialakítása, mint Fertőd: rózsakert, Kalandbirodalom, programbővítés: Hegykő – Tízforrás fesztivál) elősegíthetik nemcsak a turisták, hanem a térségi lakosok számára a program- és élménykínálat bővítését. Általánosságban is igaz, hogy a felső kvartilist (top 20 élményelem a felmért látogatottság szerint) a soproni attrakciók dominálják, hét olyan elem található ebben a körben, amely nem Sopronhoz köthető (csökkenő érintettség szerint: Fertőd – Esterházy-kastély, étterem Sopronon

kívül, Fertőd település, Fertőrákos – kőfejtő (témapark), Nagycenk – lovarda, Fertőrákos – barlangszínház, Hidegség település).

A fentiek alapján egyetlen külföldi helyszín sem került a felső kvartilisbe, ugyanakkor a harmadik kvartilist Bécs – Schönbrunn vezeti.

Az alsó kvartilis kapcsán is felfedezhető ugyanakkor, hogy abban soproni helyszínek is helyet kapnak (igaz, kisebbségben vannak, mindössze négy soproni élményelem található itt: idegenvezetés Sopronban, kerékpártúra Sopronban, Tómalom fürdő, Csík Ferenc uszoda és strand), illetve többségében külföldi élményelemek tartoznak ide (az alsó kvartilis több, 52,4%-a külföldi élményelemeket tartalmaz).

Hangsúlyos ugyanakkor, egyúttal a vizsgált élményelemek jelentőségére utal, hogy ebben a körben is közel egyharmados meglátogatottsági arányokat találhatunk, a legkevésbé felkeresett élményelem Lutzmannsburg – Sonnentherme is a látogatások 27%-át fogadta (26. számú melléklet). A turisztikai aktivitás és a térbeli kiterjedés eredményei azt valószínűsítik, hogy a térségbe érkező látogatók sokoldalú ismertséggel rendelkeznek a térségi hazai és osztrák kínálatról. Mobilitásuk és fizetőképességük pedig lehetővé teszi azok felkeresését is. Külön elemzés tárgyát képezheti a jövőben, hogy mely attrakciók esetén és milyen marketingeszközökkel lehetne növelni a vendégszámot, meghosszabbítani a tartózkodási időt. Nagycenk esetében például reálisan a kastélyrekonstrukció befejezését követően, ez mindenképpen sürgető feladat lenne.

#### **6.6.4. Az élményelemekkel kapcsolatos benyomások, az élményelemek megítélése**

A vendégkör a vizsgált élményelemekről jellemzően inkább pozitív benyomást szerzett, ugyanakkor az egyes helyszínek/ programelemek szintjén a kép differenciálttá válik (27. számú melléklet).

A sort Bécshez, Fertődhöz, St. Margarethenhez, Sopronhoz és Fertőrákoshoz kapcsolódó helyszínek vezetik:

- A top 10 helyszín között három soproni található (belváros, Harrer csokoládékóstolás és Tűztorony). A magyarországi helyszínek közül csak az Esterházy-kastély ért el magasabb átlagos tetszési szintet, mint ezek az élményelemek.
- Jelentős továbbá a top 10 felmért vendégkör elégedettséggel rendelkező helyszíne között a külföldi élményelemek reprezentációja (a listában négy ilyen található: Schönbrunn, Shopping City Süd, Märchenpark, Schneeberg).

- A magyarországi élményelemek közül a fentiekén túl a tíz legnagyobb tetszési átlagot elérő helyszín között található továbbá a fertőrákosi kőfejtő és barlangszínház is.

A másik végletet Nagycenk, Fertőboz, Sarród, Fertőhomok település és több soproni élményelem képviseli, ugyanakkor hangsúlyos, hogy ezen élményelemeknél sem éri el egyetlen esetben sem a „nem tetszett” válaszok részaránya a 10%-ot, alapvetően a tetszett és nagyon tetszett vélemények dominálnak (61–77% tetszését fejezte ki ezekkel az élményelemekkel kapcsolatban is), amely szintén megerősíti a korábban tett azon megállapítást, miszerint a vizsgált élményelemek alapvetően inkább jobb benyomást tettek a megkérdezettekre, a rangsorban elfoglalt hely csak a relatív pozíciót reprezentálja.

Elgondolkodtató, hogy a soproni uszoda és Tómalom fürdő – felújítás előtti állapota – a „vizes attrakciók” általános népszerűsége ellenére viszonylag magas (8%–9%) „nem tetszett” arányt ért el. Lényeges lenne felmérni, hogy a 2021-es átadást követően miként alakul a létesítmény megítélése, és versenyképesség-növelő tényezőként jelenik-e meg a desztináció vonatkozásában. Az is további elemzés tárgya lehet, hogy az attrakciók és megjelenés szempontjából hasonló adottságokkal rendelkező schönbrunni és fertődi kastély esetében mely módon lehetne a látogatószámban és az elégedettségi mutatókban az osztrákokhoz felzárkózni. Az adatok tükrözik a turisták élményelemek iránt növekvő érdeklődését, ami jelezheti, hogy a hazai attrakciók élményfaktorának növelése megfelelő marketinggel kedvezően hathat a látogatószám növekedésére.

## **6.7. A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták vélekedése Sopron és környéke turizmusáról**

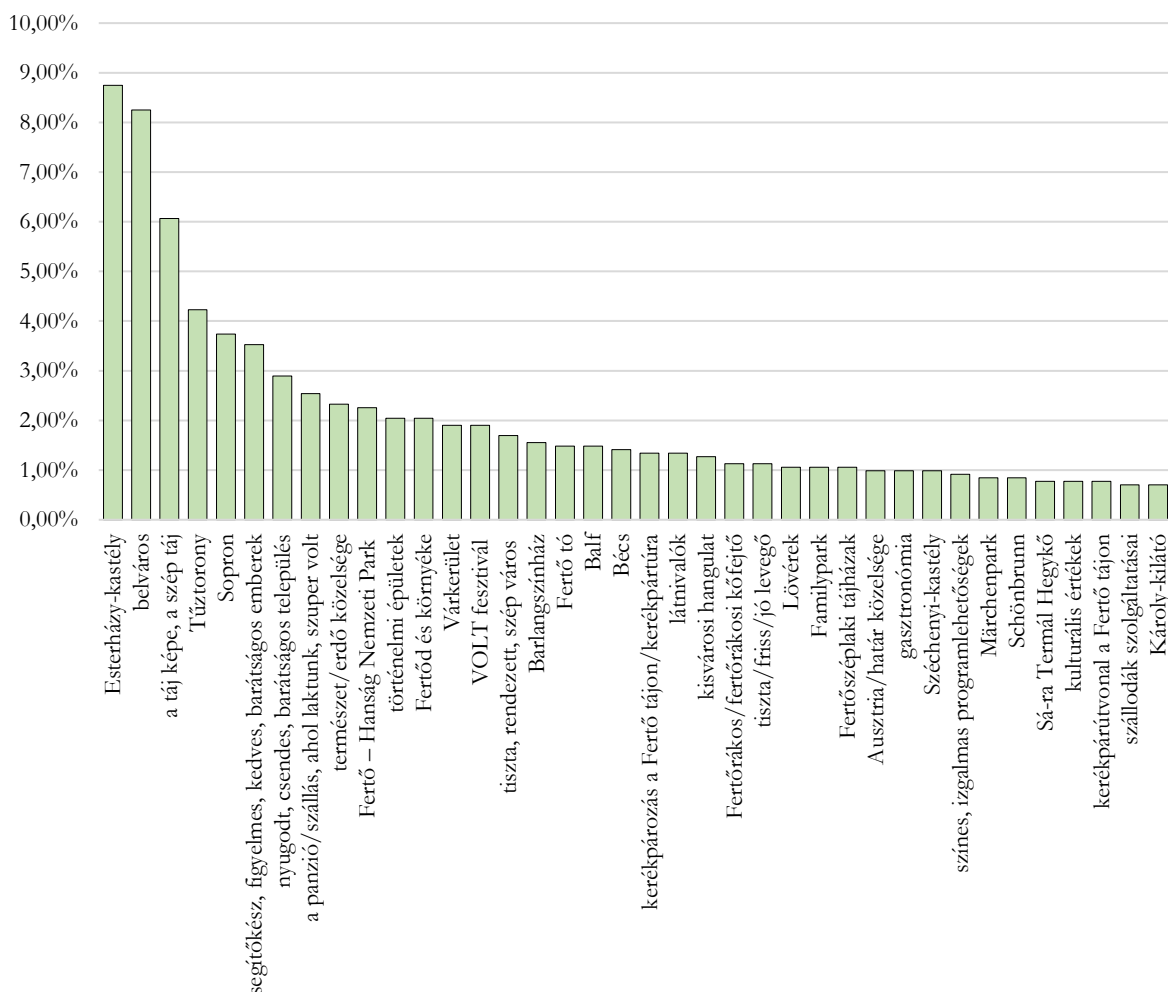
### **6.7.1. Legnagyobb benyomás**

A kérdésre összesen 1.418 válasz érkezett. Ezen említések köre is rendkívül heterogén, konkrét desztinációkat és általános megállapításokat egyaránt tartalmaznak (57. ábra).

## 57. ábra

### *A felmért vendégre a legnagyobb benyomást tevő élmények (%)*

(az ábra a legalább tíz említést, az összes említés 0,71%-át elérő kategóriákat tartalmazza, az összes említés 78,77%-át reprezentálja)



*Forrás: saját szerkesztés*

A megkérdezettek által legtöbbször említett élményelem a fertődi Esterházy-kastély volt, amely önmagában az említések mintegy 8,74%-át adta. Nem sokkal marad el a soproni belváros említése sem 8,25%-kal. Alapvetően hatott a megkérdezett vendégekre a táj képe, szépsége (6,06%). Sopron súlyát egyebek tekintetében az is mutatja, hogy a Tűztorony önmagában is magas, 4,23%-os említést kapott, míg a város egészét a válaszolók 3,74%-a említette. A turisták élményelemek iránti érdeklődésének növekedését az adatok is jelzik.

A térséggel kapcsolatos véleményekre egyaránt igaz, hogy abban konkrét élményelemek, látványosságok, valamint általános megállapítások vegyesen fordulnak elő. Az élményelemeket magasabb említésekkel az Esterházy-kastély, a belváros, a Tűztorony, a Fertő–Hanság Nemzeti Park, a Várkerület, a VOLT Fesztivál, a barlangszínház, a Fertő tó, a

fertőrákosi kőfejtő, a Löverek, a Familypark, a fertőszéplaki tájházak, a Széchenyi-kastély, a Märchenpark, Schönbrunn, a Sá-Ra Termál Hegykő, valamint a Károly-kilátó reprezentálja. A települések közül is több megjelenik név szerint is az említések között, ugyanakkor ebben a tekintetben Sopron jelentősen kiemelkedik (különösen igaz ez, ha az adatokat Balf említésével együtt értelmezzük) (16. táblázat).

### 16. táblázat

#### *A településnevek, valamint településneveket magukban foglaló említések relatív gyakorisága*

Település	Említés relatív gyakorisága
Sopron	3,74%
Fertőd és környéke	2,05%
Balf	1,48%
Bécs	1,41%
Fertőrákos/ fertőrákosi kőfejtő	1,13%
Fertőszéplaki tájházak	1,06%

*Forrás: saját szerkesztés*

Fertőd magasabb arányú említése összecseng a térbeli turisztikai aktivitás korábban említett mintázatával. A külföldi települések közül egyedül Bécs ért el magasabb relatív említési gyakoriságot. Két további település ért még el magasabb reprezentációt, Fertőrákos (több említés kapcsán a fertőrákosi kőfejtővel összefonódott módon), illetve Fertőszéplak a tájházak vonatkozásában.

Az országok szintjén vizsgálódva egyetlen állam, Ausztria említése jelenik meg a magasabb gyakoriságú kategóriák között. Továbbá megjelenik a Fertő-táj elsősorban a kerékpáros turizmussal kapcsolatos említések kapcsán [kerékpárutak a Fertő-tájon/ kerékpártúra (1,34%); kerékpárútvonal a Fertő-tájon (0,78%)]. A további említések (általánosabb megállapítások) szintén sokat elmondanak a térség megkérdezett vendégköre által megélt profiljáról (17. táblázat).

A kategóriák között határozott súlyt kap a természeti értékekkel kapcsolatos megállapítások köre (a táj képe, a szép táj; természet/ erdő közelsége; tiszta/ friss/ jó levegő – együttesen 9,52%), amely mellett azonban az emberi tényező (segítőképz, figyelmes, kedves, barátságos emberek – 3,53%), az épített és települési környezettel összefüggő (nyugodt, csendes, barátságos település; történelmi épületek; tiszta, rendezett, szép város; látnivalók; kisvárosi hangulat – együttesen 9,24%) megállapítások, valamint a szálláshellyel kapcsolatos



benyomások is számottevőek (a panzió/ szállás, ahol laktunk, szuper volt; szállodák szolgáltatásai – együttesen 3,24%).

További három kategória ért még el legalább tíz említést, ezek a gasztronómiával, a programturizmussal és általánosságban a térség kulturális értékeivel állnak összefüggésben.

Az adatok alapján a térséghez fűződő marketingüzenetek és élményígéreték az adott mintán érvényesültek, a vendégelégedettség alapjául szolgálhatnak. A vendégprofilban hangsúlyosak a természeti, táji, történelmi és kulturális értékek, a megfelelő infra- és szuprastrukturális elemek.

### 17. táblázat

#### *A térség kapcsán megfogalmazott állítások*

<b>Említés</b>	<b>Említés relatív gyakorisága</b>
a táj képe, a szép táj	6,06%
segítőkész, figyelmes, kedves, barátságos emberek	3,53%
nyugodt, csendes, barátságos település	2,89%
a panzió/ szállás, ahol laktunk, szuper volt	2,54%
természet/ erdő közelsége	2,33%
történelmi épületek	2,05%
tiszta, rendezett, szép város	1,69%
látnivalók	1,34%
kisvárosi hangulat	1,27%
tiszta/ friss/ jó levegő	1,13%
gasztronómia	0,99%
színes, izgalmas programlehetőségek	0,92%
kulturális értékek	0,78%
szállodák szolgáltatásai	0,71%

*Forrás: saját szerkesztés*

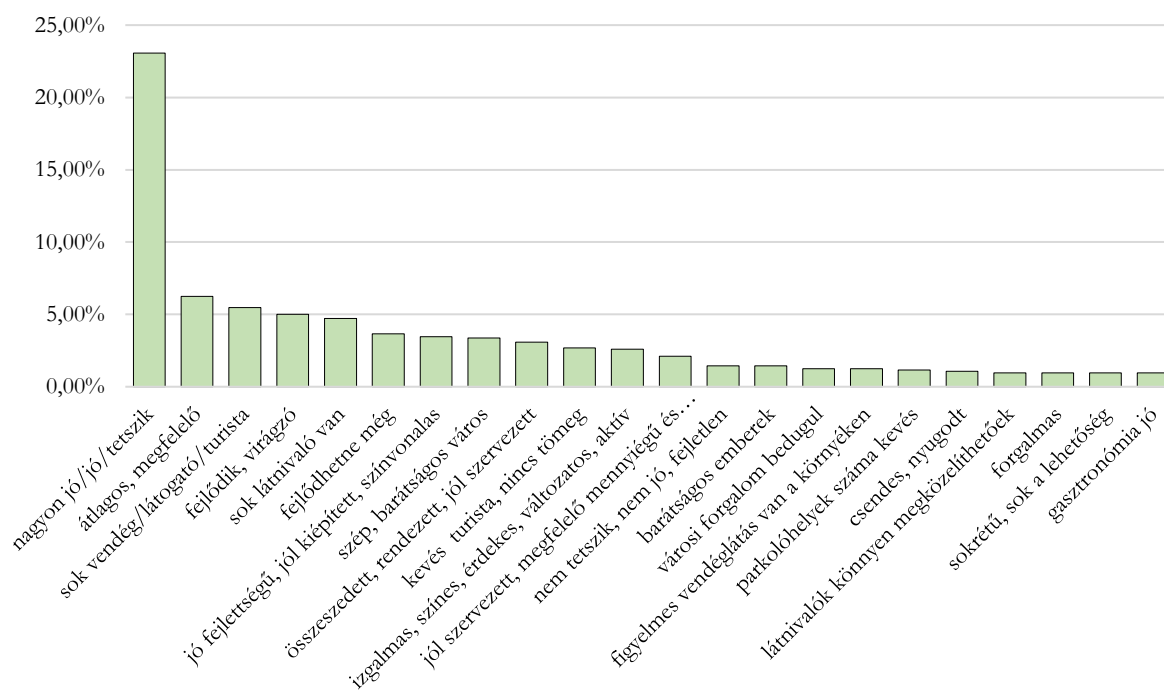
#### **6.7.2. Vélemények Sopron és térsége turizmusával kapcsolatban**

A térség turizmusával kapcsolatban a felmért vendégkör 1040 állítást fogalmazott meg. A legalább tíz említést elérő kategóriák közül messze kiemelkednek azok, amelyek a pozitív (nagyon jó, jó, tetszik) véleményeket tömörítik, az említések mintegy 23,08%-a tartozott ide, ugyanakkor a kisebb részarányú válaszok között már pozitív és negatív vélemények egyaránt előfordulnak (58. ábra).

## 58. ábra

### A megkérdezett vendégkör véleménye Sopron és környékének turizmusáról (%)

(az ábra a legalább tíz említést, az összes említés 0,96%-át elérő kategóriákat tartalmazza, az összes említés 76,92%-át reprezentálja)



Forrás: saját szerkesztés

A térség turizmusával kapcsolatos konkretizált negatív vélemények (amelyek tárgya azonosítható) a fenti említési gyakoriságú kategóriákban a közlekedési helyzetre vonatkoztak (városi forgalom bedugul; parkolóhelyek száma kevés). A többi negatív tíz említés fölötti vélemény inkább általános, tárgya nehezen azonosítható (fejlődhetne még; nem tetszik, nem jó, fejletlen stb.). Határozottan látszik ugyanakkor, hogy a véleményeket az egyértelműen pozitív vagy semleges elemek dominálják. A minta eredményei tükrözik, hogy azok a közlekedési fejlesztések (autóút, parkolóházak), melyek jelenleg zajlanak, a turizmus szempontjából is időszerűek és szükségesek. Rávilágítottak azokra a problémákra, melyekkel Sopron küzd: belső migrációból, ausztriai ingázásból adódó forgalomművekedés, betelepülők más magatartási, szocializációs, kulturális szintje, stb.

A mélyinterjúkészítés során is kitértem e kérdésre. Egresitsné Firtl Katalin tapasztalatai alapján kiemelte, hogy a turisták negatív tapasztalatai leginkább a szálláshelyek számát és minőségét, a kerékpáros szolgáltatások és a tömegközlekedés hiányát, valamint a vendéglátóegységek színvonalát érintették. Szarjas Tímea azt emelte ki, hogy sok esetben a turisták nem releváns információkkal rendelkeznek, legtöbbször emlékekből, élményekből „táplálkoznak”, amelyek 25–30 év távlatából csapódnak le.

## **7. A disszertáció hipotéziseinek vizsgálata a kutatás eredményeinek összefüggésében**

### **7.1. A desztináció területén azonosítható turisztikai termékprofil szervesen illeszkedik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz.**

A hipotézis igazságtartalmának vizsgálata az 5. fejezetben a Sopron–Fertő-térség desztináció jellemzésével és turisztikai termékkínálatának áttekintésével, valamint a kérdőíves felmérés belföldi turisztikai aktivitásra és az élményelemek felkeresésére vonatkozó eredményeivel és a távlati fejlesztések jellegének felvázolásával történik.

#### *A jelenlegi kínálati struktúra nemzetközi és országos szintű főbb elemei*

A Sopron–Fertő-térség különlegessége, hogy egyedi terméksajátossága (USP-je) nem egy adott vonzeróból, attrakcióból adódik, hanem relatíve kis területre koncentrálódó több változatos attrakció és vonzeró különleges kombinációjából tevődik össze. Ennek átfogó bemutatására került sor az 5. fejezetben.

A turisztikai termékkínálat különleges elemét képezik a nemzetközi szinten is jelentős kastélyturisztikai kínálati elemek, elsősorban Fertőd, Esterházy-kastély, kisebb mértékben Nagycenk, Széchenyi-kastély, új, formálódó pozícióban Fertőszéplak, Peisonia Látogatóközpont.

További, nemzetközi szinten is érvényesíthető, táji adottságokat hasznosító attrakciót jelent a Neusiedler See/ Fertőtáj Kultúrtáj (UNESCO) státuszából adódó ismertség és a Fertő tó vonatkozásában a Fertő–Hanság Nemzeti Park és a Neusiedler See – Seewinkel Nationalpark együttműködésén alapuló természetvédelmi értékek kínálatban való megjelenítése és hozzá kapcsolódóan az ökoturisztikai, aktív turisztikai és kerékpáros turisztikai kínálati elemek piacra vitele. A belföldi turisztikai aktivitás növekedését segítik elő a megvalósult kerékpárutakra és kerékpáros infrastruktúrára, szálláshelyekre vonatkozó fejlesztések. Az adottságok alapján, az osztrák példa nyomán, a bor- és gasztroturizmus fejlesztése egy, a jelenleginél nagyobb léptékű felfutását és egyben a szezonális mérséklését jelenthetné.

Sopron egészségturisztikai kínálata (azon belül is kiemelten az orvosi turizmus) szintén nemzetközi kínálati elemként értelmezhető. Sopron városturisztikai értékeinek nemzetközi és hazai újraformálása a jelenleg formálódó, markáns és egységes élménykínálat egyik lényeges eleme lehet.

Hegykö dinamikusan fejlődési adatai jelzik a gyógyvizek, fürdőturizmus kiemelt szerepét a kínálatban. Sopron felújított, kibővült kapacitással rendelkező uszodája hiánypótló elemként került be a kínálatba.

A hagyományos turisztikai kínálati elemeken kívül Sopron és a Fertő-táj viszonylatában a „láthatatlan turizmus”, a bevásárló- és szolgáltatásturizmus nagyságrendje és gazdasági jelentősége nem hagyható figyelmen kívül.

A zárandokturizmus jelenleg még lehetőségei alatt teljesít. A MICE-turizmus térségi fejlesztési lehetőségeire a Covid-járvány alatt gyakorlattá vált online-konferenciák kedvezőtlen hatást gyakorolhatnak. A rendezvényturizmus járvány utáni lehetőségei és újraindulása nehezen prognosztizálható. A kisebb, családi jellegű rendezvények, esküvők megtartásához a térség kedvező adottságokkal rendelkezik.

A táji, történelmi adottságok sajátos aspektusát jelenti a Sopron–Fertő-térségben a desztináció határon átnyúló jellege és a hasonló adottságú osztrák kínálat megjelenése a térség turisztikai kínálatának elemei között, mely utazási motivációként is érvényesül. A szállás- és vendéglátóhelyek versenyképesség-növelése javíthatja a magyar térség jövedelmezőségének pozícióit.

Az élményelemek látogatási adatai alapján magas felkeresési arányt ért el Sopron történelmi belvárosa (76%), a Várkerület és a Tűztorony (több mint 70%). A gasztroturizmusban rejlő potenciált jelzi az éttermek 50%-os felkeresettsége. 40–50%-os választottsággal szerepelnek további élményelemek a válaszok között, ami Sopron központi szerepét erősíti meg.

A Sopron–Fertő-térség meghatározó turisztikai termékstruktúrájában hangsúlyosak a történelmi adottságok által meghatározott kulturális, örökségturisztikai és műemlék-turisztikai attrakciók, melyek jelenleg tartó és már lezajlott fejlesztéseknek és élményelemek kidolgozásának köszönhetően elősegíthetik a desztináció bel- és külföldi turisztikai pozícióinak erősödését, nemzetközi ismertségének növelését.

A térség kiemelt, jövőbeni minőségi turisztikai attrakciói közé sorolhatók az alábbiak:

- Sopron belváros – a Várkerület és a Tűztorony korszerűsítése, a Szent Mihály-templom felújítása és látogatóközpont kialakítása, a Soproni Múzeum és a Bányászati Múzeum különféle piaci szegmensek igényeire formált programjai elősegíthetik a történelmi kínálat változatos korosztályokat megszólítani képes, modern élményprogramként történő megjelenítését a kínálatban.
- Soproni Múzeumnegyed – a múzeumnegyed kialakításával és élményelemekkel összefüggő fejlesztés összhangban van a térség hagyományosnak tekinthető

turisztikai kínálatával, de a megváltozott igényeknek megfelelő tartalmakkal bővülve alkalmas lehet markánsabb élménykínálat megjelenítésére. Erre a fejlesztésre a mélyinterjú alanyok is bizakodva és pozitívan tekintenek.

- Az Európai Örökség díjat elnyert Páneurópai Piknik Emlékhely jelentős fejlesztések és intenzív marketing révén erősítheti potenciális nemzetközi pozícióit.
- Fertőd: Esterházy-kastély – a fejlesztések egyik célja annak a nemzetközi kínálati szintnek az elérése, hogy Európa top 50 kastélya közé tartozzon a fertődi. Országos szinten célként fogalmazódott meg, hogy a top 35 hazai attrakcióból a top 15 közé kerülhessen, a hazai kastélyok sorában pedig a top 3 között jelenjen meg.
- Nagycenk: Széchenyi-kastély – a kastély jövőbeni turisztikai hasznosításának egyik fő eleme lehet minőségi turisztikai élményt nyújtó nemzetiemlékhely-jellege.
- Fertőrákos: vízitelep fejlesztése – a hazai és nemzetközi támadások keresztüzében álló fejlesztés az egyetlen magyar komplex vízparti létesítmény megteremtését eredményezi.

A jelenlegi fejlesztések illeszkednek ahhoz a folyamathoz, mely egyrészt állami forrásokat biztosít a turisztikai attrakciók megújulásához, fejlesztéséhez, másrészt a táji, történelmi adottságokon alapulva célként tűzi ki beazonosítható, markáns, egységes élménykínálat kialakítását a desztináció vonatkozásában. Az eredményeket tovább erősíti, hogy az általam mélyinterjú során megkérdezettek is inkább egyetértenek azzal, hogy a desztináció területén azonosítható turisztikai termékprofil szervesen illeszkedik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz (28. számú melléklet).

## **7.2. A turisták által értelmezett desztináció nem illeszkedik a hivatalosan lehatárolt desztinációhoz (kiemelt turisztikai fejlesztési térség) (H2)**

A fenti tapasztalatokkal összefüggésben, részben azok összegzéseként jelen vizsgálat elvégzi a turisztikai térbeli aktivitás fejlesztési térség/ egyéb települések relációjában történő elemzését is a vizsgált desztinációk vonatkozásában (18. táblázat).

- Az eredmények alapján megállapítást nyert, hogy a felmért vendégkör 23.097 látogatást realizált a vizsgált települések vonatkozásában, ezekből a relációkból 10.695 esett a fejlesztési térség vizsgált településeire, míg 12.402 azon kívül, azaz a megoszlás a teljes látogatások tekintetében 46–54%. Az adatok viszonylagos kiegyenlítettsége a desztináció kiterjesztett hatókörét valószínűsíti.
- A térségen belüli látogatások legnagyobb hányada (ideérve az érintettség bármely formáját) Sopronra esett (1.815 érkezés, a térségen belüli látogatások 17%-a), amely település mellett 10% feletti érkezésszámot látunk még Fertőd (12,4%), Fertőrákos (12%), Hegykő (11,1%) és Nagycenk (10,2%) esetében. Ezek a települések együttesen fedték le a felmért vendégkörnek a fejlesztési térség vizsgált településeire irányuló térbeli turisztikai aktivitásának 62,7%-át, a teljes vizsgált települési kört érintő térbeli turisztikai aktivitásnak ugyanakkor csak 29%-át. A desztináció egyes települései turisztikai aktivitás szempontjából csomóponti helyet foglalnak el, Sopron kiemelkedő helyzete egyértelmű, de kedvezőbb lenne a fejlődési potenciál eredményesebb kihasználása.
- A kérdéskör másik dimenzióját a további településekre irányuló utazások adják. Ezt a sort Bécs vezeti, amely az egyéb településekre irányuló látogatások 8,2%-át fogadta, de a teljes látogatások 4,4%-a is erre a településre esett. A sort Kőszeg, Eisenstadt, Sárvár, Bük és Rust folytatja, mind 6% feletti érintettséggel, amennyiben bázisnak a fejlesztési térségen kívül eső vizsgált települések körét tekintjük. A teljes látogatásszám megközelítőleg 3,1–3,5%-a esett ezen városokra. A desztináció kiterjesztett hatóköre viszonylag nagy távolságra terjed ki, és domináns települései a turisták számára meghatározó vonzerővel bírnak.
- Az egyéb települések érintettsége egyenletesebben oszlik el, 4,4–8,1% között szóródik, míg a fejlesztési térségen belül elhelyezkedő vizsgált településeknél a terjedelem 6,1–17% között fut. A kisebb, kevesebb turisztikai attrakcióval rendelkező települések látogatottságát vélhetően a Fertő tavi kerékpárútban elfoglalt helyük és világörökség státuszuk növeli, melynek kihasználásában – az osztrák példa nyomán – még több lehetőség rejlik.

- Az egyéb településekre irányuló turisztikai aktivitás felét (50,6%) nyolc település adja (növekvő sorrendben): Sümeg, St. Margarethen, Rust, Bük, Sárvár, Eisenstadt, Kőszeg és Bécs, míg a teljes térbeli turisztikai aktivitásnak ezek mintegy 27,1%-át képezik. Az adatok kedvező és kedvezőtlen tendenciákat egyaránt jelezhetnek. St. Margarethen, Rust, Eisenstadt, Kőszeg (részben Bük) és Bécs esetében a desztináció földrajzi fekvése, a célpontok relatíve közelsége adhatja a kiterjesztett térbeli aktivitás egyik motivációját. Sárvár és Sümeg bekerülése a listába viszont a térségi attrakciók gyengébb ismertségét vagy kisebb népszerűségét is jelezheti.
- A térség egészét és valamennyi vizsgált települést és látogatást egyaránt tekintve a teljes turisztikai aktivitás felét tizenegy település adja, Fertőhomok, Kőszeg, Fertőboz, Sarród, Fertőszéplak, Bécs, Nagycenk, Hegykő, Fertőrákos, Fertőd, Sopron, amely körből Sopron 7,9%-os részarányával némiképp látványosabban kiemelkedik. Ezen települések közül kettő nem tartozik a kiemelt fejlesztési térséghez, Bécs és Kőszeg. Az adatok egyértelműen mutatják a desztináció egyes településeinek (Fertőszentmiklós, Fertőújlak, Rőjtökmuzsaj, Sopronhorpács, Simaság) peremhelyzetét. Rőjtökmuzsaj kastélyszállója speciális célszegmenst vonz, a többi település esetében csak jelentős, attrakcióteremtő és turisztikai infra- és szuprastruktúra-fejlesztésekkel lehetne a desztináció „bevezetett” települései közé helyezni őket. Fertőújlak térbeli aktivitásának mutatói adódhatnak a turisták hiányos helyismeretéből, tekintve, hogy a tó körüli kerékpárút érinti a térséget, és nagy forgalmat bonyolít le. A település Sarród községhez tartozik közigazgatásilag, és ebből következően a marketingkommunikációban Sarród településhez kötve jelenik meg a Fertő–Hanság Nemzeti Park látogatói által preferált és nagyobb területen látogatható része, noha területileg ez már Fertőújlak településhez tartozik. Reálisan tehát a Sarródhoz tartozó látogatói értékek Fertőújlak látogatottságát is reprezentálják.

18. táblázat

A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása a vizsgált térségben

Turisztikai térség	Csak megszállt	Csak meglátogatta	Csak tervezzi meglátogatni	Megszállt és meg is látogatta	Megszállt és tervezzi meglátogatni	Nem érinti	Érinti
Sopron	126	678	131	847	33	<b>185</b>	<b>1815</b>
Fertőd	16	937	213	114	45	<b>675</b>	<b>1325</b>
Fertőrákos	38	850	237	138	18	<b>719</b>	<b>1281</b>
Hegykő	92	507	207	315	68	<b>811</b>	<b>1189</b>
Nagycenk	12	769	267	32	11	<b>909</b>	<b>1091</b>
Fertőszéplak	0	625	236	12	0	<b>1127</b>	<b>873</b>
Sarród	8	562	234	47	4	<b>1145</b>	<b>855</b>
Fertőboz	0	592	234	9	0	<b>1165</b>	<b>835</b>
Fertőhomok	0	542	229	4	1	<b>1224</b>	<b>776</b>
Hidegség	6	454	191	4	0	<b>1345</b>	<b>655</b>
Fertőszentmiklós*	-	-	-	-	-	-	-
Fertőújlak*	-	-	-	-	-	-	-
Röjtökmuzsaj*	-	-	-	-	-	-	-
Simaság*	-	-	-	-	-	-	-
Sopronhorpács*	-	-	-	-	-	-	-
Egyéb települések érintettsége	0	8513	3889	0	0	<b>23598</b>	<b>12402</b>
Érintettség összesen	298	15029	6068	1522	180	<b>32903</b>	<b>23097</b>
Ebből a térségbe eső	298	6516	2179	1522	180	<b>9305</b>	<b>10695</b>
Ebből a térségen kívül eső (ugyanaz, mint az egyéb települések érintettsége)	0	8513	3889	0	0	<b>23598</b>	<b>12402</b>
Teljes nem érintettségből/ érintettségből a térségbe eső (%)	100%	43%	36%	100%	100%	<b>28%</b>	<b>46%</b>
Teljes nem érintettségből/ érintettségből a térségen kívül eső (%)	0%	57%	64%	0%	0%	<b>72%</b>	<b>54%</b>
Térségen kívül eső/ térségbe eső részarány	0%	131%	178%	0%	0%	<b>254%</b>	<b>116%</b>

\*Nem vizsgált település

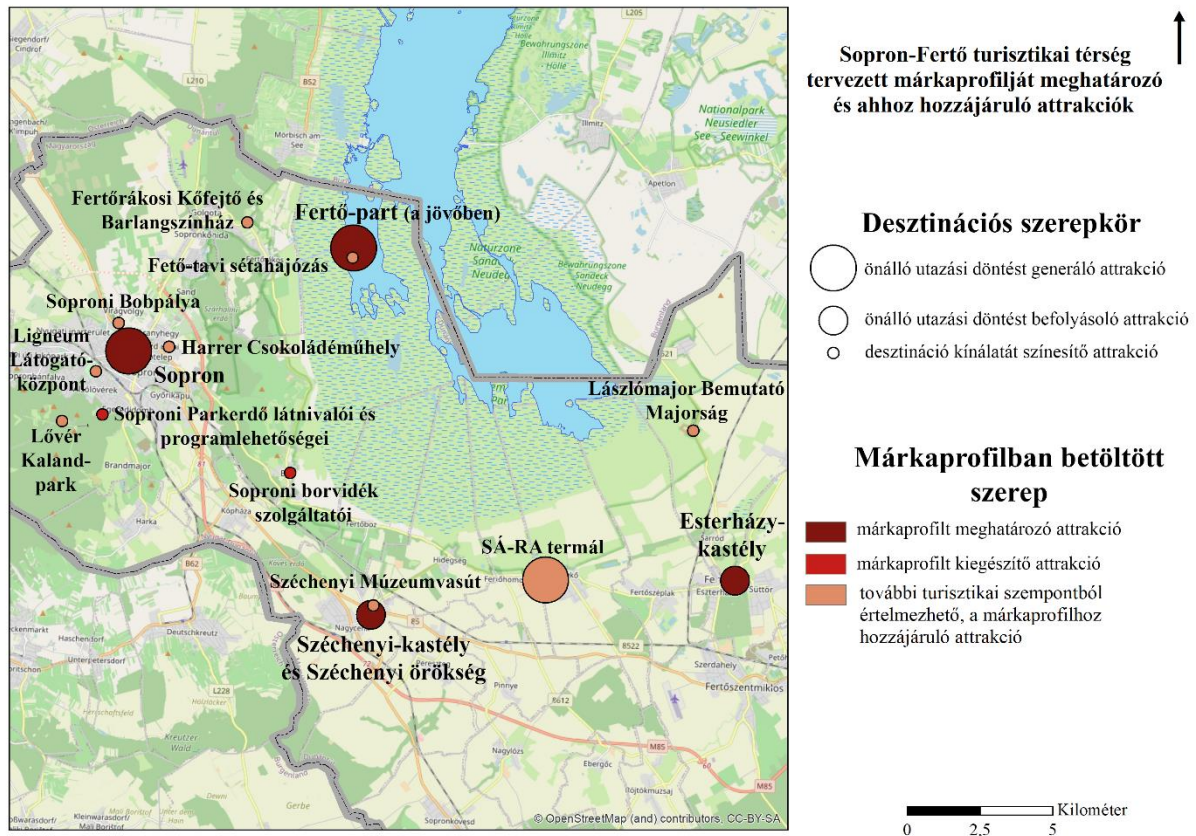
Forrás: saját felmérés



A 59. ábra adatai alapján egyes attrakciók jól illeszkednek a tervezett márkaprofilba, és már jelenleg is önálló döntésgeneráló, illetve -befolyásoló attrakcióként funkcionálnak.

### 59. ábra

**Sopron–Fertő-térség tervezett márkaprofilját meghatározó és ahhoz hozzájáruló attrakciók**



Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)

Forrás: saját felmérés

### 7.3. A turisták térbeli mozgása alapján értelmezett desztináció tekintetében az országhatár elveszítette jelentőségét (H3)

A térbeli aktivitás másik dimenziója a belföld/ külföld reláció volt. Ebben a tekintetben is az került vizsgálat alá, hogy a teljes térbeli turisztikai aktivitás hány százaléka és milyen formában oszlik meg a hazai és külföldi települések között (19. táblázat).

- A hazai települések a látogatások közel kétharmadát, 62,3%-át fogadták, a belföldi látogatások mintegy felét adó települések körét tekintve a leginkább látogatott desztinációk csak a határon belüli relációk és részarányai alapján:

- Fertőszéplak (6%)
- Nagycenk (8%)
- Hegykő (8%)

- Fertőrákos (9%)
  - Fertőd (9%)
  - Sopron (13%)
- Ezzel szemben a határon túli települések némiképp több mint a látogatások harmadát fogadták, a fenti logikát követve a látogatások legalább 50%-át az alábbi települések adták, csak a határon kívüli relációk és részarányai alapján:
- Podersdorf (7%)
  - Parndorf (8%)
  - St. Margarethen (8%)
  - Rust (9%)
  - Eisenstadt (9%)
  - Bécs (12%)
- Az összes látogatotti számra vonatkozóan a belföldi, külföldi relációk jellegzetes megoszlást mutatnak, a látogatások felét tizenegy leggyakrabban felkeresett település adja (51%), ezek között csak egy külföldi (Bécs) szerepel, ugyanakkor a látogatások másik felét (49%-át) további 17 település fogadta, amelyeken belül azonban a külföldi desztinációk már többségbe kerülnek (70,6%).

Az adatok ezen a mintán azt igazolják, hogy a turisták térbeli mozgásában az országhatár valóban elvesztette jelentőségét.

### 19. táblázat

#### *A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása belföld/ külföld viszonylatban*

Reláció	Csak megszállt	Csak meglátogatta	Csak tervezi meglátogatni	Megszállt és meg is látogatta	Megszállt és tervezi meglátogatni	Nem érinti	Érinti
Határon belül	298	9104	3283	1522	180	<b>15613</b>	<b>14387</b>
Határon kívül	0	5925	2785	0	0	<b>17290</b>	<b>8710</b>
Érintettség összesen	298	15029	6068	1522	180	<b>32903</b>	<b>23097</b>
Ebből határon belüli (%)	100,0%	60,6%	54,1%	100,0%	100,0%	<b>47,5%</b>	<b>62,3%</b>
Ebből határon kívüli (%)	0,0%	39,4%	45,9%	0,0%	0,0%	<b>52,5%</b>	<b>37,7%</b>
Határon kívüli/határon belüli arány	0,0%	65,1%	84,8%	0,0%	0,0%	<b>110,7%</b>	<b>60,5%</b>

*Forrás: saját felmérés*

A felmért vendégkör megoszlása a külföldi/ belföldi relációkban a térbeli turisztikai aktivitást és a látogatások számát tekintve tovább árnyalja a fenti kérdést. A belföldi turisztikai aktivitás

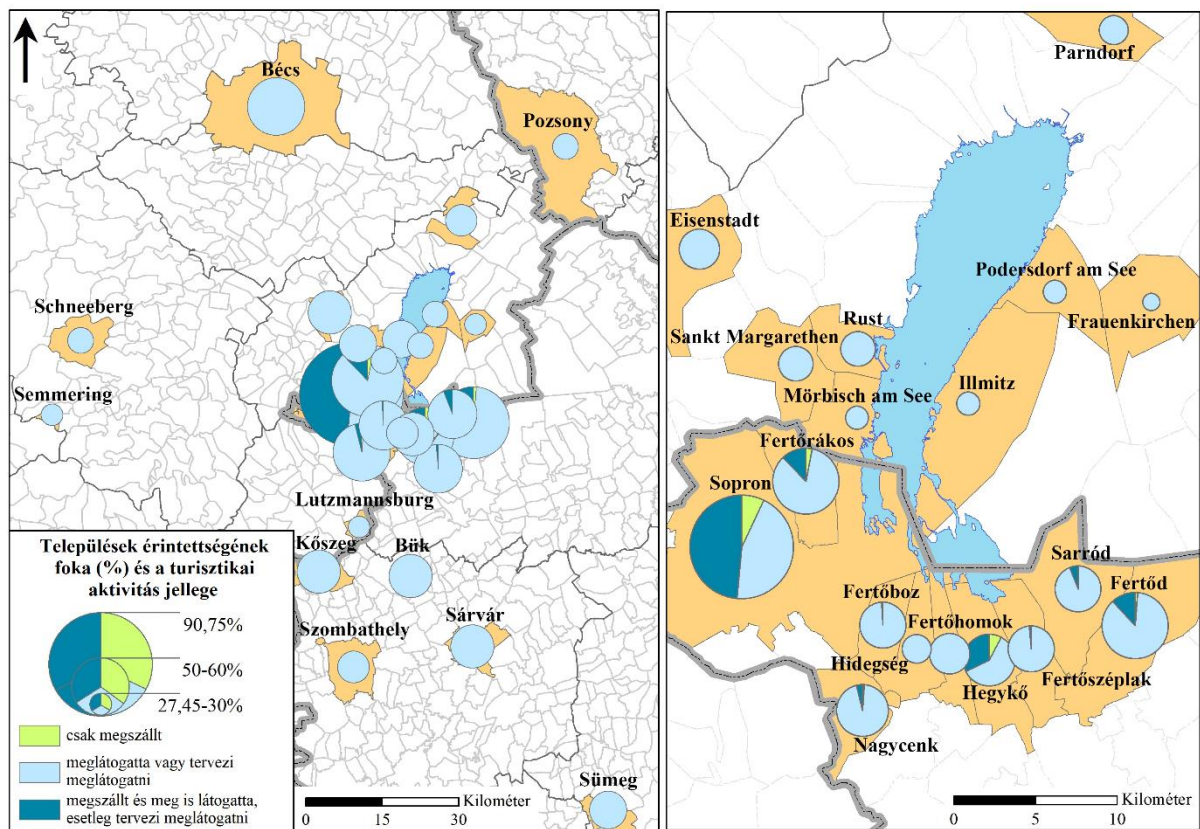
vonatkozásában az elvben realizálható látogatásszám (amely akkor valósulna meg, ha az összes megkérdezett vendég valamennyi vizsgált települést felkereste volna belföldön), közel fele, 48%-a megvalósult.

A külföld esetében az elvben elérhető maximális térbeli turisztikai aktivitás (az összes megkérdezett vendég valamennyi vizsgált települést felkeresi külföldön) mintegy közel egyharmados szinten állt.

A 60. ábra szemlélteti, hogy a térbeli turisztikai aktivitás az adott mintán egyértelműen megerősíti a határ elveszített jelentőségét.

60. ábra

*A határ elveszített jelentősége a térbeli turisztikai aktivitás alapján*



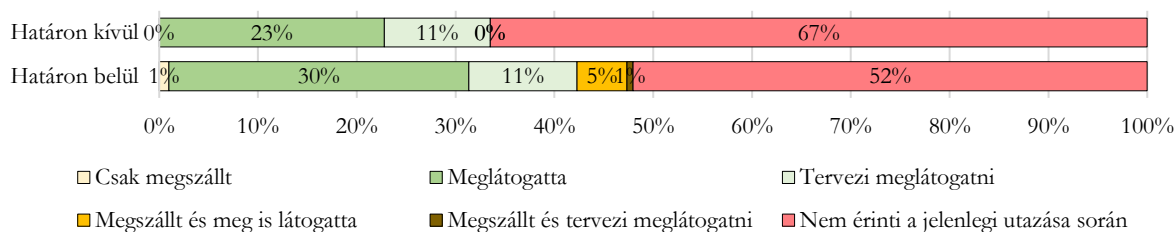
*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

*Forrás: saját felmérés*

A külföldi turisztikai aktivitás egyharmados aránya szintén megerősíti, hogy a turisták a magyar desztinációmotivációjú utazásaik során az osztrák térségben felkereshető látnivalókat is gyakorlatilag a desztináció részeként, kiterjesztéseként értelmezik.

## 61. ábra

### A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása a határ viszonylatában\*,\*\*



\* A határon belüli térséget Bük, Fertőboz, Fertőd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszéplak, Hegykő, Hidegség, Kőszeg, Nagycenk, Sarród, Sárvár, Sopron, Sümeg és Szombathely reprezentálja

\*\* A határon kívüli térséget Bécs, Eisenstadt, Frauenkirchen, Illmitz, Lutzmannsburg, Mörbisch, Parndorf, Podersdorf, Pozsony, Rust, Schneeberg, Semmering és St. Margarethen jeleníti meg

Forrás: saját felmérés

A határon kívüli térbeli aktivitást tekintve a 34%-os arány megfelelőnek tekinthető, különösen a nyolcvanas–kilencvenes évek magas arányú, külföldre irányuló magán és csoportos bevásárlóturizmusával összevetésben. Burgenland turizmusának fejlesztése nemcsak az osztrák, hanem a magyar turizmus vonatkozásában is dinamikus fejlődési pályán halad, és változatos célszegmenseket képes megszólítani. A tartományon kívüli úti célok (Schneeberg, Semmering) a szezon meghosszabbítását is elősegítik, de a nyári időszakban is vonzanak turistákat.

Az adatok azt is jelezhetik, hogy egy viszonylag rövid időtávon belül sikerült olyan településeken is a hazai turizmust beindítani és felfejleszteni, melyeken korábban az idősoros KSH-adatok alapján semmiféle vagy csak minimális lehetőség volt (Fertőboz, Fertőhomok, Fertőszéplak, Hidegség, Sarród). A „passzivitás” 52%-os aránya adódhat a pihenésmotivációjú turisták arányából, illetve a kerékpáros turisták főszezon koncentrációjából, elő- és utószezon alacsonyabb számából.

A mélyinterjúk tapasztalatai is megerősítették a H3 hipotézist. Egresitsné Firtl Katalin azt emelte ki, hogy tapasztalatai alapján az országhatár nem gátolja a térségbe érkező turistákat, főképpen azokat, akiknek a célja a minél teljesebb élményszerzés, sőt a turisták gondolati térképén a Sopron–Fertő turisztikai desztináció kiterjedtebb. Taschner Tamás ugyanakkor arra hívta fel a figyelmet, hogy kevés az olyan kiadvány vagy kommunikációs felület, amely a tavat és a tájat egységesen, határon átnyúló szemléletben mutatná be. Kovács Gazdag Nikoletta, a TDM ügyvezetője megerősítette, hogy a Tourinform iroda tapasztalatai alapján a térségbe érkezők zöme nemcsak a magyar, hanem az osztrák kikapcsolódási lehetőségekről is aktívan érdeklődik. Kulcsárné Roth Matthaëa szintén azt emelte ki, hogy a térségbe érkezők nem a

lehatárolás alapján döntenek, kiterjedtebb desztinációban gondolkodnak, aszerint keresik az élményeket.

#### **7.4. A turisták mobilitását a kínálat mellett a kereslet sajátosságai is befolyásolják (H4)**

A felmérés több szempontból vizsgálta a desztináción belüli mobilitást. A kérdőíves felmérés eredményei alapján a turisták desztináción belüli mobilitási aktivitása több vizsgált tényezővel is összefüggésben áll, ilyenek:

- a. az utazás ismétlődő jellege,
- b. az utazók előzetes informáltsága,
- c. az utazáshoz igénybe vett közlekedési eszköz,
- d. a vendégek tartózkodási ideje,
- e. az utazás időszaka,
- f. a térségen belül elérhető információforrások,
- g. az utazók tematikus motivációi.

A fenti tényezők fontosabb összefüggéseinek összegzésére az alábbiakban kerül sor.

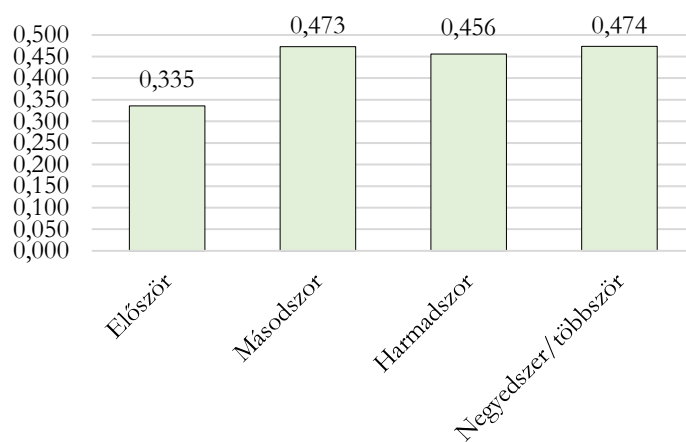
##### ***a. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései az utazás ismétlődő jellegével***

A mobilitás szintje szignifikánsan különbözik az utazás ismétlődő jellegének függvényében (62. ábra).

- Azon személyek, akik először járnak a térségben, kisebb fokú térbeli mobilitással rendelkeznek (a kapcsolódó mutató értéke 0,335), a második, a harmadik és a negyedik látogatáshoz kapcsolódó mobilitásimutató-érték 0,456 és 0,474 között alakult (a teljes mintára jellemző átlag azok körében, akik a vonatkozó kérdésre választ adtak 0,4138). Az, hogy az ismétlődő látogatás hányadik alkalommal történt, már nem gyakorol számottevő hatást a mobilitás szintjére.
- Megállapítható tehát, hogy a látogatás ismétlődő jellegével a minta alapján kitágul a bejárt tér az érintett települések tekintetében a jelen elemzésben vizsgált térbeli dimenziókban.

## 62. ábra

*A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén hányadik alkalommal jár a térségben*



*Forrás: saját felmérés*

Az ismétlődő utazások kedvező mobilitási értékei jelezhetik, hogy megfelelő csomagajánlatok összeállításával – amelyre a magyar oldalon még lényegesen kevesebb példát találhatunk, mint az osztrák oldal termék- és desztinációfejlesztési gyakorlatában – motiválhatók a turisták a desztináció ismételt felkeresésére és azon belül több terület, attrakció megismerésére, felkeresésére. Ilyen eszközök lehetnek az előre kidolgozott csomagajánlatok, a különböző rendezvények és különböző kedvezményrendszerek, például turisztikai kártyák kidolgozása. Utóbbi hatékonyan fűzi össze egy-egy térség népszerű látnivalóit, orientálva ezzel a vendégek érdeklődését és motiválva őket minél több felkeresésre. A különböző attrakciókat, programokat a vendégek kedvezménnyel vagy ingyenesen vehetik igénybe, miközben természetesen a kártyatulajdonosok saját igényeiknek megfelelően válogathatnak a programlehetőségek közül, ezáltal személyre szabottan, mégis irányítottan kereshetik fel az egyes szereplőket (PECHLANER H. – ZEHRER A. 2005, ZOLTAN J. – MASIERO B. 2012).

### ***b. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései az utazók előzetes informáltságával***

Az előzetes informáltság mobilitásra gyakorolt hatását két dimenzióban vizsgálja a jelen munka.

- Az előzetesen felhasznált információforrások száma szignifikánsan együtt mozog a mobilitás szintjével, azaz azok a megkérdezettek, akik több információforrásból tájékozódtak indulásuk előtt, jellemzően a vizsgált

települések nagyobb hányadát keresték fel (Spearman-féle korreláció értéke 0,115, szig.: 0,000).

- Az egyes információforrások szintjén szignifikáns kapcsolat volt kimutatható (63. ábra).
  - A barátok, ismerősök esetében (aki igénybe vették ezt az információforrást, magasabb mobilitási fokot mutattak).
  - Az utazási irodák szolgáltatásainak igénybevétele is szignifikáns kapcsolatban áll a mobilitási fokkal, azok, akik igénybe vették ezt az információforrást, magasabb mobilitási fokot mutattak.
  - A mobilapplikáció esetében is magasabb azoknak a mobilitási foka, akik az információforrást használják.
  - Az internet esetében ugyanakkor azok, akik használták ezt az információforrást, kisebb mobilitási fokot mutattak. Az adatok a megfelelő színvonalú internetes információforrások megtalálhatóságával kapcsolatban vetnek fel kérdéseket. Az osztrák internetes marketing és hálózatosodás pozitív példa lehet a tájékozódók megfelelő elérésére.
  - Az turisztikai vásárok információforrás-használói magasabb mobilitási fokot mutattak.
- Nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat a mobilitási fok és az alábbi információforrások igénybevétele között:
  - saját korábbi tapasztalatok,
  - útikönyvek,
  - kiadványok, prospektusok,
  - újságcikkek, magazinban megjelent hirdetések,
  - direkt levél (hírlevél),
  - a kérdőívben egyéb forrásként megjelölt esetekben.

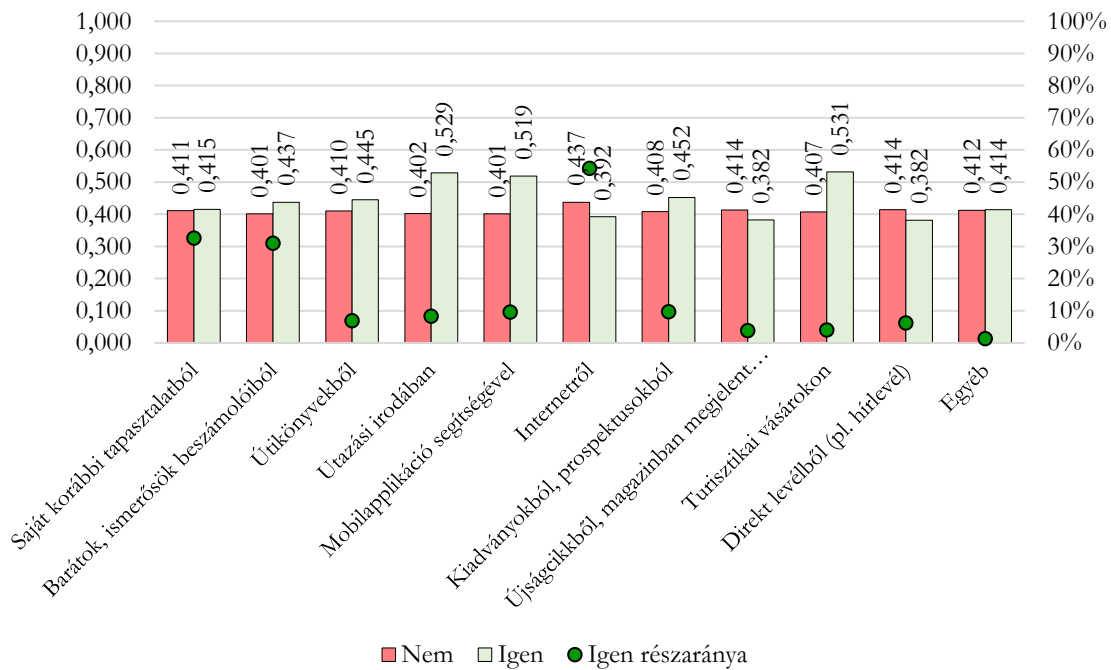
Az eredmények alapján az internetes források, közösségi platformok marketingjének és elérhetőségének fejlesztése nagyobb hatékonyságú lehet a térbeli aktivitás vonatkozásában, mint a nyomtatott kiadványoké. A térségi magyar rendezvényszervezés gyakori időbeli lemaradása miatt (rendezvények késői tervezése és meghirdetése, előzetes tervezhetőség hiánya) az internetes reklámra és marketingre még nagyobb figyelmet célszerű fordítani, hogy a potenciális vendégek megfelelő információkat kaphassanak. Sajátos, hogy a minta az utazási vásárok esetében relatíve magas értéket mutat, noha több szolgáltató arról számolt be, hogy

jelenlétüket ezeken a rendezvényeken lecsökkentették, mert nem tapasztalták valós forgalomnövelő hatást.

### 63. ábra

#### **A mobilitási szint átlagos értéke az utazás előtt felhasznált információforrások szerint**

(a zöld pont mutatja, hogy a minta hány %-a vette igénybe az adott információforrást – jobb oldali tengely)



Forrás: saját felmérés

#### **c. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései az utazáshoz igénybe vett közlekedési eszközzel**

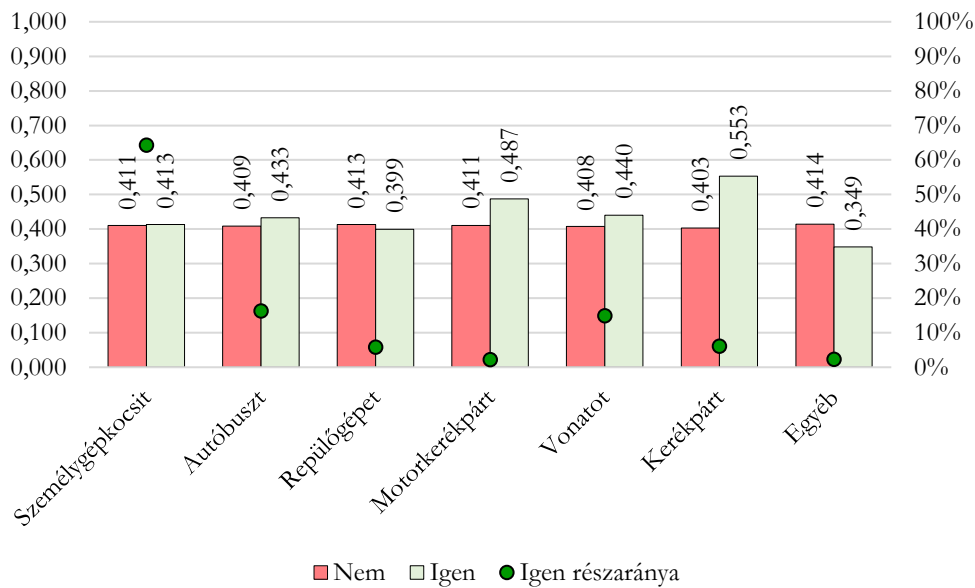
Az igénybe vett közlekedési eszközök száma és a mobilitási fok között szignifikáns kapcsolat mutatható ki, ahogy nő a felhasznált eszközök száma, úgy nő a mobilitási fok is. Ugyanakkor az egyes közlekedési eszközök szintjén vizsgálva a kérdést, csak egyetlen esetben volt kimutatható szignifikáns kapcsolat a mobilitási fok és az eszköz típusa között (64. ábra). Azok, akik igénybe veszik a kerékpárt, magasabb mobilitási fokkal rendelkeznek, feltételezésem szerint ebben nagyban közrejátszanak a körtúrák.



64. ábra

**A mobilitási szint átlagos értéke az utazás során igénybe vett közlekedési eszköz szerint**

(a zöld pont mutatja, hogy a minta hány %-a vette igénybe az adott közlekedési eszközt – jobb oldali tengely)



Forrás: saját felmérés

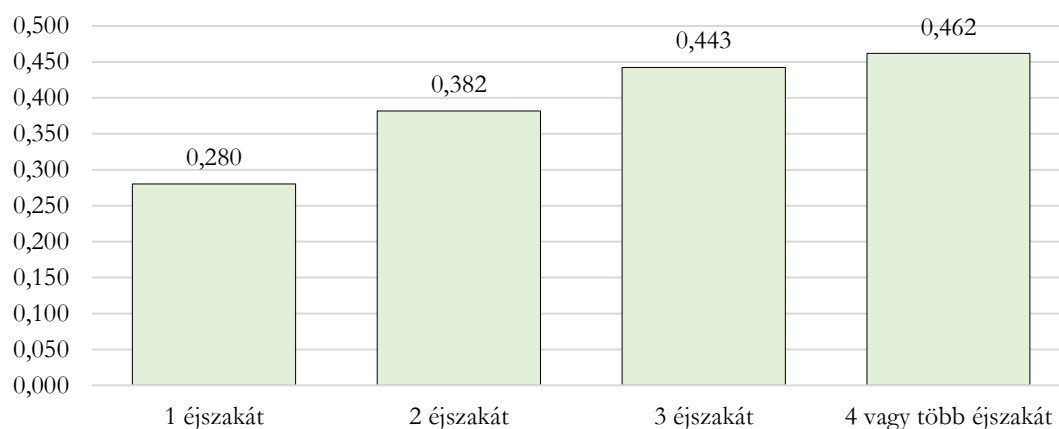
Noha a térség megközelíthetősége és közlekedési ellátottsága kedvezőnek tekinthető, a mobilitási szint szempontjából egyértelműen a gépkocsi jelenti a népszerű alternatívát. A jelenleg zajló magyar–osztrák vasúti hálózati fejlesztésekkel (GYSEV) várhatóan a vasút népszerűsége tovább növekszik. A kedvezményes eurégiós vasúti utazási lehetőségek, kerékpárszállítást lehetővé tevő vonatok a jelenleginél nagyobb mértékben segíthetik a mobilitás fejlődését.

**d. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései a vendégek tartózkodási idejével**

Határozott kapcsolat mutatható ki az között, hogy az egyén mennyi időt tölt a térségben, és hogy milyen magas a mobilitási foka, az eltöltött éjszakák számának növekedésével a mobilitási szint is növekszik, különösen jelentős az ugrás az egy és két éjszakát a térségben eltöltők átlagai között, előbbi 0,102-vel marad el utóbbtól (65. ábra).

### 65. ábra

*A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén hány éjszakát tölt el a térségben*



*Forrás: saját felmérés*

A többéjszakás tartózkodás mobilitást növelő hatása kedvezően befolyásolhatja a turisták költési hajlandóságát is. A megfelelő és hozzáférhető információk, csomagajánlatok segíthetik a többéjszakás utazási döntések meghozatalát.

#### *e. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései az utazás időszakával*

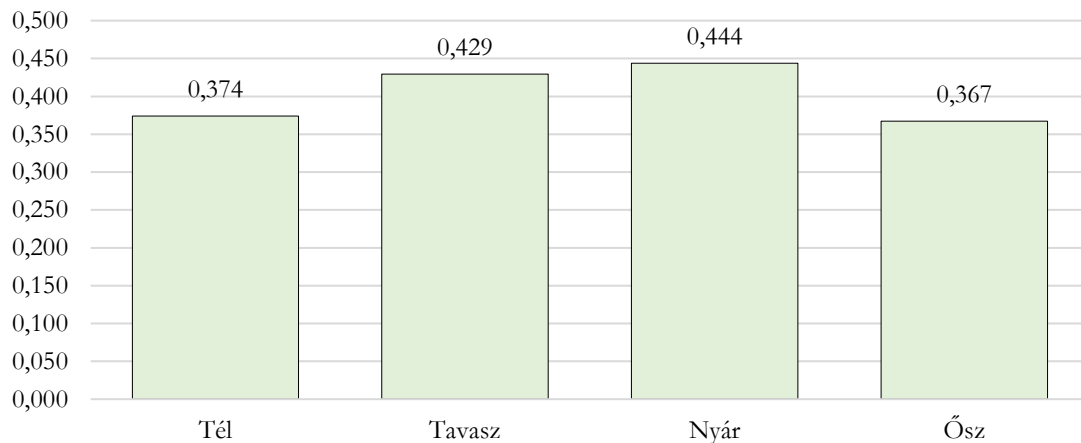
Az utazás időpontja az évszak tekintetében szignifikánsan hat a mobilitási fokra, a téli és őszi időszakok turizmusát tekintve a mobilitási fok alacsonyabb, míg a tavaszi és a nyári időszakban magasabb, a mutató átlagát az 66. ábra tartalmazza. A legmagasabb mobilitási fokot az időszak függvényében a nyár mutatta (mutató értéke: 0,444). A teljes átlag azokra vonatkozóan, akik a kapcsolódó kérdésre értékelhető választ adtak: 0,4121.

Az adatok összefüggésben állhatnak a vendégkör életkori és családi összetételével. A munkaerőpiaci szempontból aktív vendégek főszezonai aktivitása a magyar szabadságolási és iskolarendszerrel összefüggésben áll, hiszen a családost, aktív dolgozók számára elsősorban a főszezon jelenti az adekvát üdülési időpontot. Számukra az elő- és utószezon legfeljebb a hosszú hétvégék esetén jelenthet reális alternatívát. Az elő- és utószezonai válaszadók nagyobb része került ki a pihenési céllal érkező idősebb korosztályból, továbbá az egyes attrakciók hozzáférhetősége szezonálisan eltér – ezek a tényezők is közrejátszanak a mobilitás alakulásában. Az osztrák térség az elő- és utószezon „aktivizálásához” eredményesen használja

fel a gasztronómiai és borturisztikai rendezvényeket, melyek a magyar térség számára is alternatívát jelenthetnének.

**66. ábra**

***A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén melyik évszakban járt a térségben***

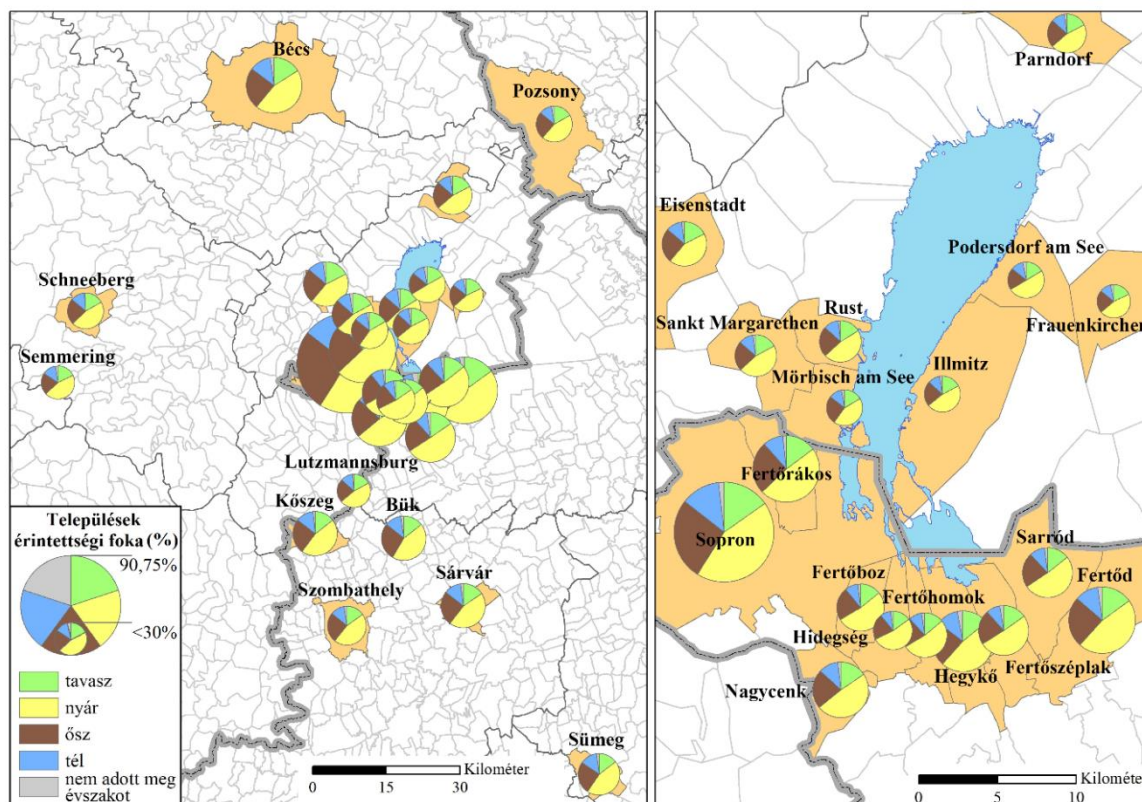


*Forrás: saját felmérés*

Sajátos jelenség, hogy noha a keresleti adatok alapján a nyári főszezonon kívüli vendégforgalomból elsősorban Sopron részesedik, ami azt támasztja alá, hogy a turisztikai költés és desztinációs aktivitás ebben a térségben – az új desztinációalapú szemlélettel összhangban – eltéréseket mutat. Viszont a vendégéjszakák és belépődíjas attrakciók költési helyszínein kívül mind a térbeliség, mind az aktivitás szempontjából több település érintett.

67. ábra

*A települések szezonális érintettségi foka*



*Tervezte: Barcza A., technikai szerkesztés: Horváth Z. (2021)*

*Forrás: saját felmérés*

**f. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései a térségen belül elérhető információforrásokkal**

A minta alapján az utazás közben igénybe vett információforrások száma szemben az utazás előtt igénybe vettek számával nincs szignifikáns kapcsolatban a mobilitási szinttel. Ugyanakkor egyes kategóriák igénybevétele esetén szignifikánsan különbözik a mobilitási szint (68. ábra). Ilyen összefüggést tárt fel a vizsgálat:

- A turisztikai térképek esetében (az igénybe vevők mobilitási szintje magasabb).
- A prospektusok, helyi ingyenes kiadványok esetében (az igénybe vevők mobilitási szintje magasabb).
- A szálláshely recepcióján történő érdeklődés esetében (az igénybe vevők mobilitási szintje alacsonyabb). Ez az eredmény felveti azt a kérdést, hogy a szolgáltatók szintjén megfelelő-e az informáltság a kínálatról. Térségi study

tourok szervezése (TDM, kamarai, szolgáltatói szinten) vagy a TDM-es internetes honlap ismerete és használata előrelépést jelenthet ebben a kérdésben. Ugyanakkor a minta alapján nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat a mobilitás szintje és az alábbi információforrások utazás közben történő igénybevétele között:

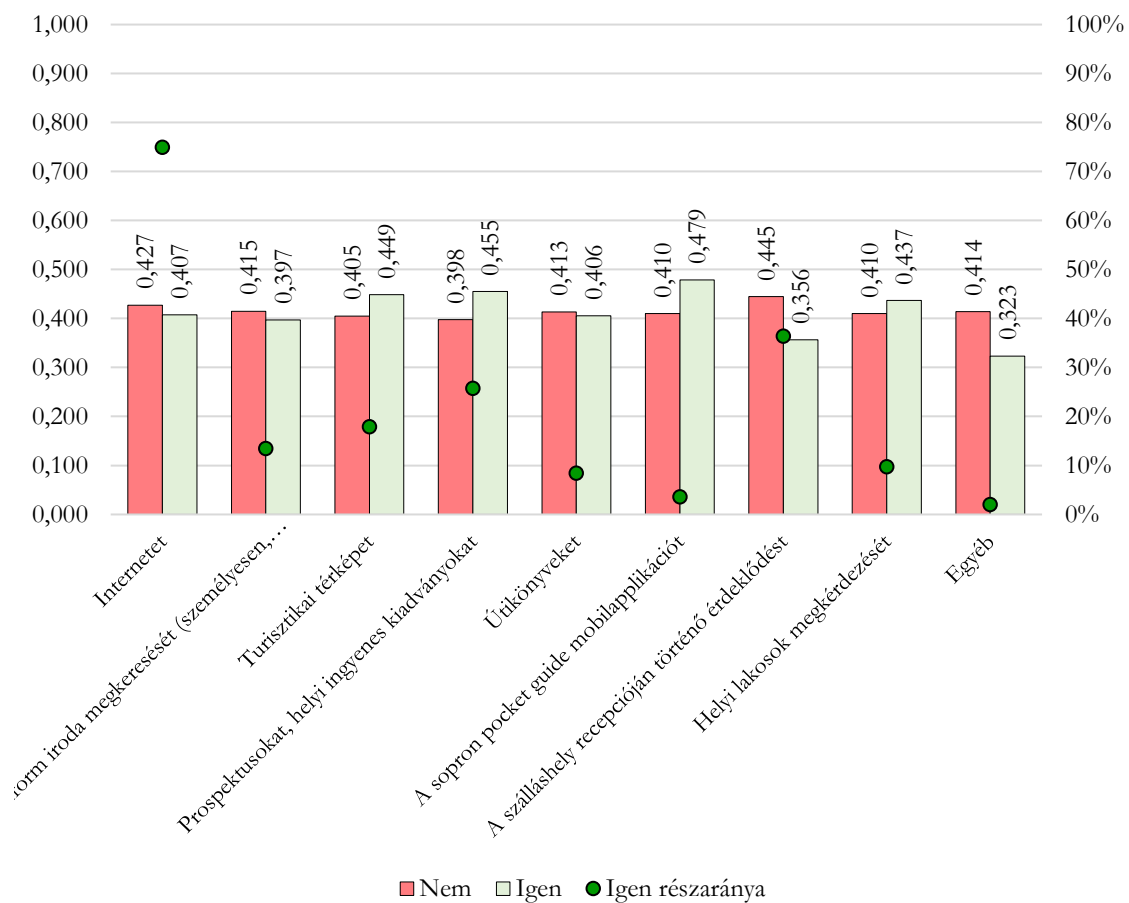
- internet
- Tourinform iroda
- útikönyvek
- Sopron pocket guide mobilapplikáció
- helyi lakosok megkérdezése
- egyéb kategória

Az eredmények egyértelműen a nyomtatott információ eszközök visszaesését jelzik.

**68. ábra**

***A mobilitási szint átlagos értéke az utazás közben felhasznált információforrások szerint***

*(a zöld pont mutatja, hogy a minta hány %-a vette igénybe az adott információforrást – jobb oldali tengely)*



*Forrás: saját felmérés*

***g. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitásának összefüggései (H4) – az utazók tematikus motivációjával***

A tematikus motivációk száma szignifikáns kapcsolatban van a mobilitás fokával, azok, akik több motivációval rendelkeznek, magasabb mobilitási szinttel jellemezhetőek. Az utazási célok közül több megléte is magasabb mobilitási szinttel társul (69. ábra):

- városlátogatás (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- pihenés (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- aktív kikapcsolódás (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- konferencia-részvétel (a motiváció megléte alacsonyabb mobilitási szinttel társul)
- tanulás, tanulmányút (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- fogászat (a motiváció megléte alacsonyabb mobilitási szinttel társul)
- üzleti út (a motiváció megléte alacsonyabb mobilitási szinttel társul)
- sport és hobbi (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- bevásárlás (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)
- Ausztria közelsége (a motiváció megléte magasabb mobilitási szinttel társul)

A magasabb mobilitási szint kedvezőbb lenne a térség vendégforgalma szempontjából. Az egyes célszegmensek megszólítása marketingüzenetekkel, csomagajánlatokkal növelheti a motivációk és ezzel összefüggésben a mobilitási szintet.

A minta alapján ugyanakkor nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat a mobilitás szintje és az alábbi motivációk megléte között:

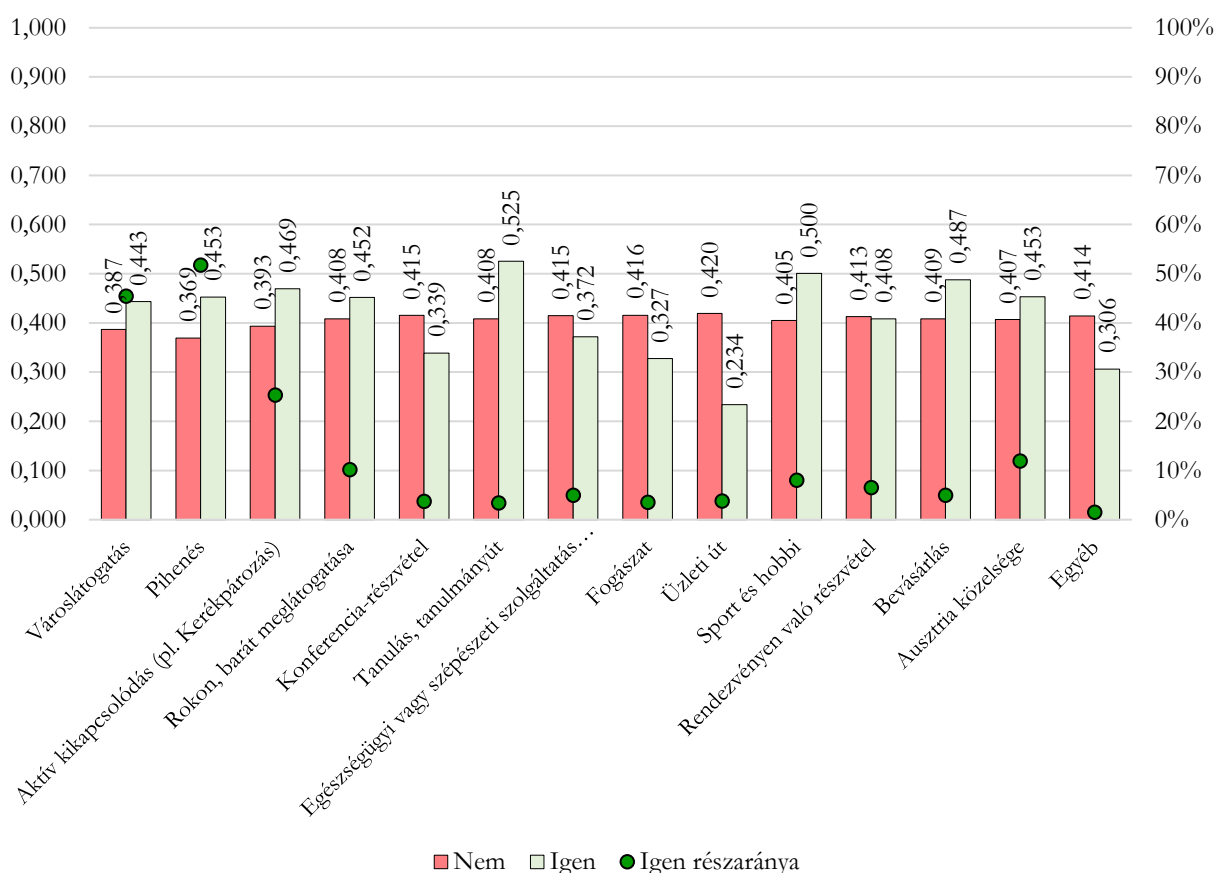
- rokon, barát meglátogatása
- egészségügyi vagy szépségeti szolgáltatás igénybevétele
- rendezvényen való részvétel
- egyéb kategória

Úgy tűnik, hogy ezek a válaszadók kevésbé voltak nyitottak az alapmotivációjukon kívül eső kínálati elemek iránt.

69. ábra

**A mobilitási szint átlagos értéke az utazás közben felhasznált információforrások szerint**

(a zöld pont mutatja, hogy a minta hány %-a vette igénybe az adott információforrást – jobb oldali tengely)



Forrás: saját felmérés

### 7.5. A hipotézisek összegző értékelése

Az alábbiakban a hipotézisek összegző értékelését végeztem el és mutatom be táblázat formájában a könnyebb áttekinthetőség kedvéért.

20. táblázat

**A hipotézisek összegző értékelése**

**1. hipotézis: A desztináció területén azonosítható turisztikai termékprofil szervesen illeszkedik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz.**

A kutatás alapján a turisztikai termékprofil struktúrája szervesen igazodik a Sopron–Fertő-térség táji, történelmi adottságaihoz. Egyértelműen a műemlék-turisztikai, örökségturisztikai és kulturális attrakciók túlsúlya figyelhető meg, melyek sűrűsödési pontjai a magtérsegek

formálói (Sopron, Fertőd). Tradicionális vonzerőszerepük mellett megkezdődtek azok a felújítási és élményalapú fejlesztések, melyek az új trendeknek megfelelő színvonalra helyezhetik ezeket az attrakciókat. A táji adottságok turisztikai hasznosítását segíti elő az UNESCO Kultúrtáj Világörökség státus és a Fertő–Hanság Nemzeti Park ökoturisztikai tevékenysége.

## **2. hipotézis: A turisták által értelmezett desztináció nem illeszkedik a hivatalosan lehatárolt desztinációhoz (turisztikai fejlesztési térséghez).**

A vendégadatok és a kérdőíves vizsgálat eredményei azt valószínűsítették, hogy a turisták által értelmezett desztináció lényegesen nagyobb területet érint, mint a hivatalos lehatárolás. A mobilitási adatok megerősítették a desztináció határon átnyúló jellegét, melyben az osztrák kínálat vonzerőként és konkurenciaként egyaránt megjelenik. Az adatok alátámasztották a desztináció lehatárolása kapcsán említetteket, mint például Röjtökmuzsaj részleges elkülönülését a desztináció magterületétől és Simaság település teljes elkülönülését jelezték. A hipotézis igazságtartalma teljes mértékben valósnak tekinthető.

## **3. hipotézis: A turisták térbeli mozgása alapján értelmezett desztináció tekintetében az országhatár elveszítette jelentőségét.**

A kérdőíves felmérésnek a turisták térbeli mozgására vonatkozó mobilitási eredményei a 3. hipotézissel összefüggésben a desztináció határon átnyúló jellegét mutatták. Nagy mértékben valószínűsíthető, hogy a turisztikai aktivitásra a határ jelenléte a jövőben sem gyakorol korlátozó hatást. Ebben az értelemben a hipotézis teljes mértékben igazoltnak tekinthető. Megemlíthető viszont, hogy tapasztalhatók és közvetett hatásként foghatók fel a határ megváltozott funkciójával és szerepével kapcsolatos jelenségek, köztük elsősorban a schengeni folyamat és a munkaerő szabad áramlásával kapcsolatos rendelkezések következményei (nagyobb átmenőforgalom, belföldi migrációs célpont, ausztriai magyar munkavállalók lakhatása és napi közlekedéséből adódó problémák, az osztrák (turisztikai) munkaerőpiac elszívó hatása, stb.), melyek Sopron és térsége turisztikai fogadófeltételeire intenzív, gyakran kedvezőtlen hatás gyakorolnak.

## **4. hipotézis: A turisták mobilitását a kínálat mellett a kereslet sajátosságai is befolyásolják**

Az előzetes informáltság és desztináción belüli mobilitási aktivitás terén a változatosabb informáltság szignifikáns összefüggést jelzett az intenzívebb mobilitással. A további kutatásokra vonatkozólag az internet mint információforrás differenciált kezelése és



értelmezése szükséges. Az eredmények a nyomtatott információforrások háttérbe szorulását jelezték. A magyar és osztrák internetes marketing egyes eltérő vonásainak vizsgálata jelzett olyan területeket és módszereket, melyekkel hatékonyabban érhetőek el a turisták.

Az igénybe vett közlekedési eszközök növekvő száma szignifikánsan növeli a mobilitást is. A desztináció sajátosságaiból következően a kerékpár kiemelt jelentőségű.

A tartózkodási idő növekedése és a mobilitás fokának emelkedése határozott összefüggést mutatott. A szezonálitási adatok az attrakciók igénybe vehetőségének adataival összevetve jelezték a szezonálitás mérséklésének lehetőségét elsősorban az őszi és tavaszi időszakokban.

A térségen belüli igénybe vett információforrások száma és a mobilitási szint nem mutatott szignifikáns összefüggést. Az eredmények az előzetes informáltsághoz hasonlóan megerősítették a nyomtatott információhordozók csökkenő népszerűségét és hatásfokát.

Az egyes utazási motivációk eltérő hatást eredményeztek a mobilitásra vonatkozólag. Növekvő mobilitást eredményezett a városlátogatás, pihenés, tanulás, tanulmányút, aktív kikapcsolódás, bevásárlás, sport és hobbi, Ausztria közelsége motivációjú turizmus. Alacsonyabb mobilitással járt a konferencia-részvétel, üzleti út, fogászat motivációjú látogatások. Az adatok segíthetik célirányos ajánlatokkal a mobilitási szint növelését az érintett célszegmensek terén.

Az eredmények alátámasztották a hipotézis igazságtartalmát, és különösen a paralel osztrák térség vendégforgalmi mutatóival összevetésben potenciális mobilitási fejlődési lehetőségeket is vázoltak az internetes kommunikáció hatékonyságnövelése, a szezonálitás mérséklése és célszegmenseknek megfelelő ajánlatok kidolgozása terén.

## **8. A Sopron–Fertő-térség fejlesztési javaslatai**

A helyzetelemzés tapasztalatai és a dolgozat eredményei alapján felszínre kerültek olyan kritikus pontok és területek, melyek a desztináció turizmusának fejlődését kedvezőtlenül befolyásolják. A javasolt fejlesztéseket illetően mélyinterjúalanyaimat is megkérdeztem.

A fejlesztési javaslatokat azokra a problémákra fókuszálva állítottam össze, melyeket a kutatás mint lényeges eltérést tárt fel a hatékonyabban működő paralel osztrák térséggel vagy akár a magyar versenytársakkal.

A hátrányok mérséklése érdekében általam javasolt megoldások eltérő volumenű beavatkozást, időkeretet és anyagi forrásokat igényelnek.

***Kínálatbővítés élményfürdőjellegetű vizes attrakciók létesítésével Sopronban és a desztinációban***

A helyzetelemzés során kiderült, hogy egyértelmű hátrányt jelent Sopron számára a megfelelő „vizes” kínálat (élményfürdő) hiánya. A turizmus.com adatai alapján megállapítható az a trend, hogy a legnépszerűbb úti célként választott hazai városok tízes listájában, melyből Sopron sajnos, kikerült, mindegyik helyszín rendelkezik élményfürdő- és/ vagy gyógyfürdőjellelű attrakcióval. A 2021-ben felújított és kibővített Lóver uszoda akkor válhat valódi hiánypótló aktív kínálati elemmé, ha további kül- és beltéri, élményfürdőjellelű fejlesztésekre kerül sor. A jelenlegi beltéri adottságok sportcélokat kiválóan szolgálnak, de kevésbé alkalmasak családi élményfürdőprogramokra. A kültéri attrakciók szezonalitása behatárolja a lehetőségeket. Lényeges lenne a felújított uszoda népszerűsítése megfelelő marketingkommunikációval a TDM-honlapon, hiszen az új fejlesztések még kevésbé ismertek a turisták körében. Célszerű volna több olyan programelemet is kidolgozni az üzemeltetőknek, mely élményprogramjellelű minél több célszegmenst bevonhat (pl. fürdők éjszakája program, családi napok, baba–mama ajánlatok, stb.), illetve a hotelvendégek programjába is beilleszthető.

Hegykő kedvező szezonális adatai és vendégszámának „felfutása” jelzi, hogy a termálfürdő-kínálat, még viszonylag kis kapacitás mellett is, jelentős vendégforgalmat generál. Ezen a helyszínen az intenzív szálláshelyfejlesztés mellett a fürdő kapacitásbővítése és attrakciófejlesztése is lényeges lenne, de ezt korlátozza a jelenlegi fürdő „körbeépítettsége”, mely behatárolja a lehetőségeket.

Balf jelenlegi fürdőkapacitása a gyógyszálló és szanatórium beteglétszámára méretezett, a turisztikai hasznosításhoz ezek nem biztosítanak elegendő helyet. A tervezett fejlesztésben nagyobb arányban volna szükséges megjeleníteni a turisztikai szempontokat.

A kialakítás alatt álló, új, Fertő tavi szabadidőközpont – a várostól való távolsága miatt – akkor válhat a soproni kínálat szerves részévé, ha megközelíthetősége rendszeres és gyakori, lehetőleg zöld energiával működtetett tömegközlekedési járművekkel is biztosított. A környező utak felújítása már intenzíven megkezdődött. A szabadidőközpont a tervek szerint a Fertő tó osztrák és magyar oldalának egyik legszínvonalasabb és legkomplexebb területévé válhat.

Ezek a fejlesztések nagy volumenű anyagi forrásokat, nagyobb időkeretet igényelnek, de megvalósulásuk esetén – a turisztikai trendek alapján – a desztináció népszerűségét és szezonális mutatóit jelentős mértékben képesek növelni, továbbá bevételnövelő tényezőként hatnak. Elmaradásuk azzal a veszéllyel járhat, hogy a magyar, jó fizetőképességű, az átlagosnál magasabb diszkrécionális jövedelemmel rendelkező vendégkör jelentős része számára a térségi osztrák termálfürdők nagyobb vonzerőt jelentenek a hazai desztinációnál, és üdülésük, költségük

mind nagyobb mértékben áthelyeződik az osztrák térségbe. A klímaváltozással összefüggésben erre reális esély van.

### ***A térségi marketing hatékonyságának növelése az internet és az infokommunikációs eszközök segítségével***

A javaslat indoka, hogy a kutatás feltárta – az osztrák településekkel ellentétben – a desztináció és a tágabb térség önkormányzati honlapjain több esetben a turisztikai tartalmak hiányát, a meglévő információk jelentősen eltérő minőségét.

A TDM honlapja igényes, interaktív, modern és megfelelően aktualizált. Ismertségének növelése viszont még lényeges feladat. A keresőoldalak optimalizálása mellett lényeges lenne, hogy a honlap a desztináció településein minél több felületen megjelenjen.

Települési honlapok turisztikai tartalmainak növelése, a TDM-honlap átlinkelési lehetőségének biztosítása a térségi marketing hatékonyságát jelentősen növelhetné. A TDM koordinálásával lényeges lenne, hogy az önkormányzatok és a turizmusban érdekelt vállalkozók együttműködése abban is megnyilvánuljon, hogy a vállalozási honlapokat a települési honlapokon automatikusan feltüntessék. Ennek anyagi forrását az idegenforgalmi adóbevételek, illetve az iparüzési adó egy részének felhasználása biztosítaná.

Egresitsné Firtl Katalin szerint fontos lenne az aktív marketingkommunikáció, közösségimédia-felületek adta lehetőségek szélesebb körű kihasználása. Taschner Tamás szintén a professzionális kommunikáció fejlesztését tartaná fontosnak, valamint turisztikai kedvezménykártya-rendszer bevezetését, amely ösztönözné és érdekeltté tenné a helyi szereplőket, elősegítené a halózatodosási folyamatokat. Szarjas Tímea arra hívta fel a figyelmet, hogy a kommunikációban erősíteni kell a helyi értékek hangsúlyozását, így például a tó térségét, a nemzeti park és annak élővilágát, valamint a kerékpározás pozitív egészségügyi hatásait. Szarjas Tímea külön kiemelte interjújában a „jövő turistáinak” megszólításában rejlő lehetőségeket, amelyhez szükséges az új platformok (Instagram, Youtube, TikTok) ismerete és hatékony használata. Emellett fontos, hogy az attrakciókat össze kellene kötni akár több felületen, fórumon, ennek a pontossága, precizitása kiemelt jelentőségű (mi, mikor van nyitva, hogyan elérhető, megközelíthető), csökkentve ezzel a turisták negatív tapasztalatait.

### ***Korrekt marketingkommunikáció megvalósítása a Fertő tó magyar oldalának vízi turisztikai lehetőségeiről***

A készülő Fertő tavi szabadidőközpont sem oldja fel azt az ellentmondást, ami a reálisan turisztikailag hasznosított Fertő-táji adottságok, a csekély hozzáférhető vízfelület és esetenként

az országos marketingkommunikációban meglévő, félrevezető reklám („Üdüljön nagytavainknál – Fertő tó”) között fennáll. Az illetékes marketingkommunikációs szakemberek megfelelő együttműködése szükséges ahhoz, hogy a turista ne csalódjon, ha a reklámban sugallt ígéretekkel lényegesen eltérő lehetőségekkel szembesül. A TDM és a MTÜ kommunikációja segíthetné a probléma megoldását.

### ***A desztináció arculatának, márkájának fejlesztése***

A változatos és komplex kínálat a desztináció erőssége, de egyben gyengesége is, mivel nehezebb a változatos piaci szegmensek igényeinek megfelelő domináns élményígéret kialakítása. Lényeges lenne a hangsúlyos és ismert fő desztinációelemekhez (Sopron, Esterházy-kastély, fertőrákosi kőfejtő stb.) az érdekeltek együttműködésével olyan stabil élmény- és kommunikációs elemeket kidolgozni, társítani, melyek segíthetik a megfelelő és többszöri utazásra motiváló attitűd kialakítását.

Több interjúalany is kiemelte, hogy nagyon fontos lenne a térség kommunikációja szempontjából megtalálni a desztinációhoz leginkább illő, önazonos hívószavakat, amelyekkel a helyi turisztikai szereplők azonosulni tudnak, és amelyekhez valamilyen élmény is kötődik.

### ***Szolgáltatásfejlesztés, minőségbiztosítás a térség szálláshely-szolgáltatóinál***

A kutatás alapján a térségben jelentős szálláshelyfejlesztések zajlottak, de jelenleg még kevésnek mondható a minőségi szálláshelyek száma. A szálláshelyek új minősítési rendszerének alkalmazása vélhetően szintén egy egységes, minőségi standard biztosítását segítheti elő.

A turisztikai szálláshelyszolgáltatók egy része szakmai végzettség nélkül, kiegészítő tevékenységként foglalkozik szállásadással. Lényeges lenne a tárgyi feltételek ellenőrzése mellett az ő turisztikai, vendéglátós, marketingkommunikációs ismereteinek bővítése, fejlesztése, melyhez LEADER- vagy kamarai források alapján szakmai segítséget nyújthatnának a szakmai szervezetek, turizmus–vendéglátás szakiránnyal rendelkező térségi felsőoktatási intézmények.

A Covid-járvány tapasztalatai szintén szükségessé tennék, különösen a vidéki, egyéni szállásadók, vendéglátók esetében a megfelelő higiéniaistandard-gyakorlatok szakmai segítséggel történő kialakítását, mely a jövőbeni vendéglátás egyik fontos tényezője lehet.

A helyszíni bejárások tapasztalatai megerősítették, hogy különösen a kisebb településeken a hiányos szuprastruktúra, a hiányzó üzletek, vendéglátó-létesítmények problémát jelentenek a turisták ellátásában. Jogszabályi átgondolást igényelne a falusi vendégasztal hazai feltételeinek jelenlegi, meglehetősen szigorú feltételeket előíró rendszere, mely megnehezíti ezeket a turisztikai szolgáltatásoknak a biztosítását. Ismét az osztrák gyakorlat alapján volna célszerű egy olyan rendszer kialakítása, mely higiéniai, élelmiszer-biztonsági szempontból garantáltan teszi lehetővé a szállásadók számára a vendégek reggelivel vagy félpanzióval való ellátását.

Egresitsné Firtl Katalin válaszaiban kitért arra, hogy a térségben fontos a minőségi élménykínálat kialakítása, az elektromobilitást célzó fejlesztés. Szarjas Tímea a kapcsolódó infrastruktúra fejlesztésének fontosságára hívta fel a figyelmet (például parkolóhelyek, WC-mosdó, fedett pihenő, étkezési és vízvételi lehetőség).

### ***Hálózatosodás, összefogás, együttműködés, szemléletformálás fejlesztése a turisztikai szolgáltatók körében***

A TDM partnerségi adatai alapján a szektor képviselőivel való együttműködés, a hálózatosodás, az együttműködés területén a magyar oldal igen jelentős lemaradásban van, amellyel az általam mélyinterjú keretein belül megkérdezett érintettek is egyetértettek (28. számú melléklet). Látva a hatékony osztrák példát nem tekinthetünk el ennek szorgalmazásától, fejlesztésétől. A kutatás viszont különösen a szállásadók vonatkozásában igen jelentős együttműködési hiányosságokat tárt fel. Az osztrák hálózatfejlesztés jó gyakorlatának feltárása és/ vagy tanulmányutak szervezése és a szolgáltatókkal való megismertetése talán kedvező változást indíthat meg ezeken a területeken. Anyagi háttérének biztosítását LEADER-pályázatok segíthetnék.

Az önkormányzatok esetében szintén szükséges a szemléletformálás és az együttműködés erősítése. A helyi programok vizsgálata során bebizonyosodott, hogy többé-kevésbé kialakult azoknak a rendezvényeknek a rendszere, melyeket az önkormányzatok éves rendszerességgel megszerveznek, de a szervezésben kevésbé koncentrálnak a turisztikai hasznosításra és a térségi együttműködésre, különösen az időpontok koordinálása vonatkozásában. Célszerű lehet olyan térségi önkormányzati fórumok megszervezése, mely egyrészt feltárja az önkormányzatok számára a turizmusban rejlő gazdasági lehetőségek előnyeit, másrészt lehetőséget biztosítana arra, hogy a rendezvények időbeli és térbeli koordinálása megvalósulhasson, ezáltal a turizmus számára tervezhetővé váljon.

A szezon kibővítését segíthetné elő, ha az önkormányzati és TDM-szintű turisztikai kínálatban nemcsak eseti jelleggel, hanem állandó elemként megjelennének az országos szintű rendezvények (kulturális örökség napjai, múzeumok éjszakája stb.).

### ***Új marketingkommunikációs területek bevonása a desztináció marketingjébe***

A kutatás alapján a „láthatatlan turizmus”, ezen belül a bevásárló- és szolgáltatásturizmus a mai napig jelentős részt képvisel, különösen Sopron esetében a turizmusban. A turisták ehhez szükséges információellátottsága viszont eseti, és nem jelenik meg a „hivatalos” turisztikai ajánlatok közt. Parndorf példája bizonyítja, hogy mekkora nagyságrendet és gazdasági előnyt jelenthet a bevásárlóturizmus kihasználása. Célszerű lenne a turisták vásárlási és szolgáltatási információkkal, a hozzákapcsolódó parkolási lehetőségekkel való ellátása, akár a TDM közreműködésével is, például az Einkaufen in Outlet Parndorf mintájára Sopronban.

Jelentős egészségturisztikai fejlesztések valósultak meg nemcsak a magán egészségügyi szolgáltatások, hanem az állami intézményekben igénybe vehető ellátások terén is, különösen Sopronban. Ezek nemzetközi szintű kihasználása államközi, illetve egészségbiztosítás nemzetközi megállapodások alapján intenzívebbé válhat.

A 2016–2021 között zajló felújítások olyan értékes vallásturisztikai értékeket is érintettek, mint pl. a Szent Mihály-templom, és zárandokszállás-fejlesztések is kapcsolódtak hozzájuk. A zárandokturizmus új lehetőségét jelenthetné a térségi vallásturisztikai helyek turisztikai kínálatba való bevonása.

A térségben a 2010–2021 közti időszakban többmilliárdos nagyságrendű fejlesztési forrás érkezett, és több olyan beruházás valósult meg vagy van folyamatban, mely évtizedes lemaradásokat, hátrányokat számolt fel. A térségi turizmus szintén változatos területeken kapott támogatást, és dolgozta le jelentős versenyhátrányát az osztrák területhez képest. A fenti javaslatok, a kutatás tapasztalatai alapján, a hatékonyság, ismertség, fejlődés további esélyét jelenthetik.

## 9. Összefoglalás

Az értekezés komplex és teljes elemzést nyújt a vizsgált térségről, egyik fő célja volt a Sopron–Fertő-térség desztinációszelemléletű turisztikai lehetőségeinek áttekintése, melyen belül külön problémakörként a turisták jellemzőinek és térbeli mozgásának vizsgálata történt egy 2019-ben végzett, négy évszakos kérdőíves felmérés 2000 fős mintája alapján.

A térbeliség, térhasználati aktivitás kérdésköre kutatási szempontból nemcsak turizmusföldrajzi aktualitásként, hanem a tradicionális cél- és fogadóterületi státussal rendelkező Sopron–Fertő-desztináció sajátos történelmi múltja és speciális térszerkezeti helyzete, határ menti elhelyezkedése kapcsán a térségi turizmus alakulásának döntő tényezőjeként értelmezhető. Különös aktualitását egyrészt a közelmúlt történelmi, politikai változásai, másrészt a térségi turizmus intenzitásában tapasztalható változások és jelenségek adják.

A problémakör összetettsége igényli, hogy a közelmúlt változásait és az aktuális helyzet bemutatását minél komplexebb módon, részletes adatokkal bemutattva, elemelve és értelmezve, változatos kutatási módszerek alkalmazásával vizsgáljuk, és az egyes hipotézisekhez kapcsolódóan a desztináció turisztikai terméktípusainak (H1), a turisztikai térhasználat hazai és ausztriai térséget érintő kibővülésének (H2, H3) és egy adott minta desztinációs mobilitási aktivitásának (H4) kérdéskörét is minél részletesebben feltárjuk. A dokumentumelemzéseken, szekunder statisztikai adatgyűjtésen túl terepi bejárás és a turizmus meghatározó helyi képviselőivel készített mélyinterjúk adták a desztináció bemutatásának bázisát. A primer kutatásként végzett kérdőíves felmérés tartalmát tekintve a mobilitási aktivitásra fókuszált, de feltárt az informálódással, motivációkkal, tartózkodási idővel, közlekedéssel, a térségi attrakciók megítélésével kapcsolatos információkat is. A felmérés lebonyolítása a Covid-időszak előtti felfutó időszakban történt, ezért alkalmas lesz további kutatások számára annak összevetésére, hogy a Covid-leállás után a turisztikai piac regenerálódása mely területeken és milyen intenzitással történik.

A dolgozat egyediségét, relevanciáját és validitását növelő tényezőként fogható fel, hogy a helyzetelemzés és adatelemzés során a helyismeretből, személyes kapcsolatokról adódóan rendelkezésre álltak olyan háttérinformációk, melyek a hagyományosnak tekinthető kutatási módszerekkel nem vagy csak kevésbé tárhatók fel, ellenben a térségben lakók számára evidens és domináns tényezők (pl. térhasználat bővülésének folyamata, láthatatlan turizmus

jelenségei, stb.). Egyedi a kutatás abban az értelemben is, hogy a térség turizmusának vizsgálata már a desztinációszeleleten alapul.

### **9.1 Változó körülmények a desztináció környezetében és turisztikai profiljában**

A helyzetelemzés az 1. hipotézisben vizsgált turisztikai termékprofillal összefüggésben az alábbi jelenségeket tárta fel:

- A világútlelel bevezetéséig Sopron USP-jének meghatározó eleme volt az a térszerkezeti és térhasználati sajátosság, hogy „nyugati kapu” volt az eltérő társadalmi berendezkedésű nyugat-európai országok megközelítéséhez, egy eltérő típusú, szemléletű és színvonalú turisztikai szolgáltatásokat kínáló piac megtapasztalásához, adminisztratív tényezők által nehezített lehetőség a térhasználat kibővítéséhez. Ezek az adottságok nemcsak USP-ként hatottak, hanem szinte automatikus és intenzív marketingként is érvényesültek a város vonatkozásában, melyet kedvezően egészítettek ki a klimatikus, természeti, történelmi, örökségturisztikai vonzerők. A rendszerváltozással, az EU-csatlakozással, a határátkelőhelyek számának bővülésével, a schengeni folyamattal, majd a munkaerőpiaci liberalizációval ez az USP egyre kisebb mértékben érvényesül utazási motivációként, nem jelent már olyan mértékű megkülönböztetést és kedvező pozíciót a hazai városok turisztikai versenyében és a folyamatos változásoknak kitett, átalakuló hazai és nemzetközi turisztikai piacon.
- A Covid-járvány rávilágított a város gazdasági életében jelentős szerepet elfoglaló turisztikai és szolgáltatószektor sérülékenységére, a szektor kedvezőtlen változásaival kapcsolatos érzékenységre, kitettségre, másrészt feltárta a láthatatlan turizmusban érdekeltek valósnak tekinthető nagyságrendjét. A válságkezelést és a pandémia okozta helyzetre való megfelelő válaszadást nehezíti a város és térsége gazdasági szerkezetének összetétele, mely éppen a turizmussal összefüggésben nehezíti, hogy a gazdaság szerkezetében stabilabb tényezőt, de a környezet számára nagyobb környezeti terhelést jelentő ipari fejlesztés irányába változzék. A jelenlegi szerkezet viszont az adóbevételekkel összefüggésben behatárolja a térség jelenlegi és jövőbeni válságkezelési lehetőségeit. Fontos lehet, hogy a város és a térség vezetői felkészüljenek és a szektort segítő megoldásokat találjanak a Covid-helyzethez hasonló, jövőbeni eseményekre.
- A határok nyitottsága nemcsak a város USP-jére, de meglévő turizmusára hatóan is változatos jelenségeket is eredményezett. Azzal, hogy Sopron és térsége a külföldi



munkavállalás miatt a belföldi migráció frekventált területévé lépett elő, több kedvezőtlen hatás érvényesül. A regisztrált és regisztrálatlan lakónépesség növekedése a város és térsége közlekedési rendszerét napi rendszerességgel, intenzíven túlterheli. A szálláshelyek egy része a turisták helyett a munkavállalók elszállásolására rendezkedett be, mely a szálláshelyek kapacitáscsökkenésével jár. A belföldi migrációval betelepült lakosok életvitele, munkájukkal kapcsolatos életmódja, attitűdje nagy eltérést mutat a térség lakosságának hagyományosnak tekinthető életmódjával és attitűdjével, mely gyakori konfliktusokat eredményez, és a turizmus fogadási feltételei vonatkozásában is kedvezőtlen hatást fejt ki. A jelenség kezelésében az önkormányzatok lehetőségei korlátozottak.

- A térség történelmi, örökségturisztikai kínálata gazdag, de a bennük lévő turisztikai potenciál kiaknázását több tényező nehezíti. A meglévő értékek renoválására, állagmegóvására és fejlesztésére a rendszerváltozás előtt rendkívül kevés forrás állt rendelkezésre, ennek következtében állapotuk jelentősen leromlott. Történelmi jellegük folytán a helyreállítás és rekonstrukció forrásigénye óriási összegeket és időbeli ráfordítást igényel (fertői, nagycenki kastély, Sopron belvárosa). A rekonstrukciós munkák intenzívebb időszaka a közelmúltban indult meg, amikor hazai és EU-s források felhasználásával újulnak meg és kapnak új turisztikai tartalmat az örökségturisztikai értékek. A már meglévő turisztikai termékek átalakítása az új piaci követelményeknek (élményturizmus, aktív turizmus) szintén külső források bevonását igényli.
- Az ökoturisztikai és aktív turisztikai kínálat a desztinációban kiemelkedő adottságokkal rendelkezik, ez indokolta a dolgozatban az alfejezet nagyobb terjedelmét. Szezonálisának erős jellege azonban nehezíti az intenzívebb kihasználást.
- A Fertő tavi szabadidőközpont megvalósulása megteremti Magyarország számára a tó turisztikai adottságainak a mai kor színvonalának megfelelő kihasználását. A természetvédelem számára megőrzött területek magas aránya viszont a fenntartható fejlődés feltételeinek tesz eleget.
- A fesztivál-, rendezvény- és zenei turizmus egy lényeges, de még sok lehetőséget tartalmazó profilelemként érvényesül.
- Az egészségturizmus terén a desztinációban a privátszektor játssza a vezető szerepet, de az állami intézményekben közelmúltban megvalósított fejlesztések – a lakosság nemzetközi életkori összetételének alakulását figyelembe véve – a jövőbeni nemzetközi hasznosítás feltételeit teremtették meg.

- A bor- és gasztronómiaturizmus terén a szemléletváltás a tulajdonosi üzleti döntések függvényében alakul, melyet pályázati támogatások segíthetnek elő.
- Az egyes turisztikai termékek desztinációbeli digitális megjelenésének formái és tartalmi jelentős eltérést mutatnak, ami megnehezítheti elérhetőségüket.
- Sopron és környéke TDM által készített turisztikai honlapja formai, tartalmi és interaktivitási szempontból nagyon színvonalas. Ismertsége és hálózati jellege viszont még fejlesztésre szorul.
- A magyar turisztikai szektor szereplői közt még nem vált általánossá a hálózatosodás, az együttműködés előnyeinek felismerése és ennek megfelelő kihasználása, ellentétben az osztrák térséggel, ahol mind a szervezeti háttér, mind a hozzá kapcsolódó digitális, infokommunikációs háttér és marketing is a gyakorlatban jól működő rendszerként funkcionál.
- A desztináció területén működő önkormányzatok turizmushoz való viszonyulása honlapjaik tartalmi alapján és a térségi rendezvények összehangoltságának hiánya miatt problémát jelent és kedvezőtlen hatásokkal jár.
- A város és környéke komplex turisztikai kínálata egyrészt előnyként érvényesül, másrészt nehezíti, hogy határozott arculattal, egyedi márkával építse ki új pozícióját a versenytársak között.

A desztináció turisztikai termékprofiljának továbbra is meghatározó mértékben a fő elemei közé tartozik a kulturális, műemlék- és örökségturizmus, melynek egyik lényeges tényezői a megújult, illetve felújítás alatt álló létesítmények (Sopron: Kecsketemplom, Szent Mihály-templom és látogatóközpont, történelmi belváros, Múzeumnegyed, várkerületi és múzeumi fejlesztések), valamint a megváltozott igényekkel összefüggő élményalapú kínálati elemek. A magyar és a desztináció térbeli kiterjesztéseként értelmezett, határ menti osztrák térség turisztikai termékprofiljában nagymértékű hasonlóság és egyezés (Esterházy építészeti örökség, világörökség és nemzeti parki státusz) tapasztalható. Az egyes attrakciók kiegészítő termékínálatában és az örökségturisztikai építészeti értékek állapotában viszont jelentős, bár a fejlesztések folytán csökkenő tendenciájú eltérés tapasztalható.

Az ökoturisztikai és aktív turisztikai kínálat szintén a desztináció termékprofiljának domináns része, melyben a magyar és osztrák kínálat egységesként érvényesül. A közelmúlt magyar ökoturisztikai fejlesztései (Erdők Háza, turistaház-fejlesztési program, nemzeti parki fejlesztések) és aktív turisztikai beruházások (Fertő-parti kerékpárút infrastrukturális fejlesztése) jelentősen közelítették a magyar és osztrák térség infra- és szuprastrukturájának színvonalát, és növelték a hazai oldal versenyképességét.

A desztinációs termékkínálat és digitális, infokommunikációs, marketinges megjelenítése terén lényeges eltérés tapasztalható a magyar és osztrák térség között. Az osztrák jó gyakorlat tapasztalatainak hazai adaptációja a desztináció turizmusának fejlesztésében a hatékonyság növelésének egyik lehetőségét jelentheti.

A Kisfaludy 2030 program támogatásával megvalósult fejlesztések a desztináció szálláshelyeinek jelentős részét érintették, minőségi előrelépést hoztak a szálláshelyek színvonalára, versenyképességére nézve.

A desztináció területén zajló, illetve már befejeződött, változatos területeket érintő fejlesztések új kiindulási helyzetet jelenthetnek a Covid utáni újrakezdéshez a turizmus számára.

## **9.2. Változó terek és térhasználat**

A Sopron–Fertő-desztinációra teljes mértékben érvényes, hogy számára a rendszerváltozást követően új értelemben tárult ki a tér. Ezt a kérdéskört vizsgálta a második hipotézis a hivatalos és a turisták által értelmezett desztináció kérdéskörének vizsgálatával, illetve a harmadik hipotézisben a turisták térbeli mozgása által értelmezett desztinációban az országhatár megváltozott jelentőségének kapcsán.

A dolgozat lényeges részét képezte a desztináció lehatárolásának bemutatása, mely nemcsak a desztináció hivatalos, turisztikai szervezeti, irányítási területi lehatárolását tekinti át, hanem azokat a változatos, bonyolult tényezők által meghatározott folyamatokat is, melyek a Sopron–Fertő-térséget érintették abban az értelemben, hogy miként alakult egyes térségek nem csupán turisztikai hasznosítása, hanem pusztán megközelíthetősége, fizikai elérhetősége az egyes időszakokban. Ez a desztináció abban is egyedi, hogy a jelenleg turisztikailag legfrekvenciáltabbnak tekinthető területei hosszabb–rövidebb időn keresztül különböző mértékű izolációt szenvedtek el.

A vizsgálat a lehatárolás problémaköréhez kapcsolódóan vázolta fel az egyes időszakok jellegzetességeit, mely alapján a Trianon előtti egységes földrajzi táj immár határok nélkül járható át. Utalt azokra a folyamatokra, melyek a vasfüggöny elzártságából a Fertő tavi Tájvédelmi Körzeten át a Fertő–Hanság Nemzeti Park létrejöttéhez, majd a magyar–osztrák közös nemzeti park formálódásához vezettek, és megteremtették a közös tájon a Neusiedler See – Fertő-táj Kultúrtáj Világörökség létrejöttének esélyét.

A változásoknak ezen térségi főbb mozzanatai segítették azt, hogy a turisták térhasználatában mind jobban tapasztalható a desztináció kiterjesztése az egységes földrajzi tájra, illetve hogy a

határ már nem mint korlátozó elválasztóelem érvényesül. Sőt, a fejlesztéseknek köszönhetően kevésbé mint szűrőfunkciókkal rendelkező kapu, hanem inkább embereket, kultúrákat, nyelveket összekötő híd funkcionál, határon átnyúló hatásrendszerű komplex turisztikai termékként.

### **9.3. Változó mobilitás a desztináció szűkebb és tágabb környezetében**

A kérdőíves vizsgálat lényeges eredményeként – a negyedik hipotézishez kapcsolódóan – többek közt térképes, grafikonos, statisztikai táblázatok adatai alapján és szövegesen meghatározhatókká, átláthatókká, elemezhetőkké váltak a tematikus termékek térbeli vetületei a turisták mobilitásának adatai alapján, feltárultak az adott mintán az utazási motiváció és informáltság meghatározó összetevői. A számítógépes elemzés segítségével az adatok változatos összefüggésben váltak értelmezhetőkké.

A térképes ábrázolás láthatóvá tette a súlypontinak vagy éppen a peremhelyzetűnek tekinthető területeket, és egyben alátámasztotta annak a desztinációs szemléletnek a létjogosultságát, mely nem a vendégéjszaka-mutatók vizsgálatát tekinti meghatározó fokmérőnek, hanem a vendégforgalom részletesebb, más szempontokat is figyelembe vevő vizsgálatát szorgalmazza. Nagycenk hiányzó, illetve már fejlődő, de jelenleg minimális vendégéjszaka-forgalma ennek az új szemléletnek az egyik bizonyító mintapéldája lehet.

A turisták mobilitását vizsgáló felmérés megerősítette a digitalizáció és az infokommunikációs eszközök és tartalmak jelentőségét a desztinációk sikerességének tényezői között. A Sopron–Fertő-desztináció térségében sok még a feladat az infokommunikáció terén, melyek közül többet a fejlesztési javaslatokban is konkretizáltam.

Az adott minta eredményei a turisták megfelelő mobilitási aktivitását jelzik a desztináció kínálatának viszonylatában, a távolságokat tekintve viszont már mennyiségi eltéréseket mutatnak az ábrák és az adatok. A feltárt mobilitási adatok a közlekedési infrastruktúra megfelelő színvonalának jelentőségét is mutatják.

A kutatási eredmények feltárták, hogy a fejlesztési források térségi koncentrációja több olyan folyamatot indított be a desztináció termékprofiljában – kiemelten a fertői kastély fejlesztése, a soproni Múzeumnegyed kialakítása, a kerékpáros turizmus elsődleges és másodlagos szuprastruktúrája, a szálláshelyfejlesztés, a közlekedési hálózat fejlesztése területén –, mely elősegítheti a desztináció hazai és nemzetközi turizmusban betöltött szerepének megerősödését és felzárkózását a versenytársakhoz.

A vizsgálat feltárt viszont olyan jelenségeket is, melyek stratégiai jellegű intézkedéseket igényelnek annak érdekében, hogy a fejlesztésekkel „megerősített” desztináció megfelelő jövőbeni pozicionálása hatékonyabb lehessen.

Kritikus pontként jelent meg az eredményekben a desztináció vonatkozásában, hogy a kutatás megerősítette, hogy a térségbe érkező turisták ugyan megfelelő diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek, de a költési hajlandóság az osztrák terület vonatkozásában nagyobb mértékű, mint a hazai kínálat igénybevétele esetén. A turizmus desztinációs szemléletű értelmezése ugyan a korábbiaktól eltérően nem a költésre helyezi a hangsúlyt, de nem tekinthetünk el attól, hogy további kutatásokat igényel, hogy miként lehetne ezt a folyamatot a magyar szolgáltatók irányába kedvezőbbé tenni, a magyar terület „felfuttatását” elősegíteni.

## **10. A kutatás jövőbeli irányai**

A Covid-járvány éppen akkor „döntötte be” a turizmust, amikor a Sopron–Fertő-desztináció több fejlesztése befejeződött vagy a megvalósulás elérhető közelségbe került. A járvány megmutatta az ágazat sérülékenysége és veszélyeztetettségét egy világméretű pandémia esetén, miután a turizmus világa már nem lesz ugyanolyan, mint a Covid előtt. Érdekes és fontos feladat lesz a kutatók számára, hogy a turizmus talpra állásának és a pandémia miatti változásoknak a beépülését figyelemmel kísérik és tudományos vizsgálat tárgyává tegyék.

Úgy vélem, hogy ezen túlmenően a turizmus gyakorlatában és kutatásában is várhatók a digitalizációval és mesterséges intelligenciával összefüggésben a közeljövőben igen jelentős változások.

A turizmusban a desztinációk marketingjének hatékonyságnövelő tényezőjét jelenthetik a menedzserinformációs rendszerek és döntéstámogató rendszerek, melyek a döntéshozók számára pl. egy desztinációfejlesztési folyamatban összegyűjtik, feldolgozzák és áttekintésre alkalmassá teszik az operatív és/ vagy stratégiai döntések meghozatalához szükséges adathalmazokat, és a kiértékelést segítik a megfelelő szűrések, válogatások, modellképzések, szimulációk lefuttatásával. A Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) rendszerének bevezetése már előrevetíti, hogy a digitalizáció hazai turizmusba való minél nagyobb beépülésével megvalósulhat a turisztikai Big Data univerzum.

A világháló és az adattároló szerverek nagy kapacitása révén a hagyományos és új technológiák összekapcsolhatóvá válnak. Lehetővé válik óriási tömegű, változatos adatmennyiség gyors feldolgozása (JELONEK, 2017, idézi SZÉKELY, CS. 2020). A Big Data három fő jellemzője

a nagymennyiségű adat (*volume*), a nagyon gyors feldolgozás (*velocity*) és a változatos adatok (*variety*) (LANEY, D. 2012, idézi: SZÉKELY, CS. 2020 ). A megfelelő adatvédelem ennek az időszaknak az új kihívásaihoz tartozik majd.

További lehetőségeket rejt magában, de szintén adatvédelmi aggályokat vet fel a mobiltelefonok észlelési jeleinek kutatási folyamatba való felhasználása. Gyakorlatilag mindenki használ mobiltelefont, és azzal folyamatosan nyomon követhető az adott szolgáltatói bázisba tartozó „készülékek” (és tulajdonosaik) teljes mértékben aktuális földrajzi helyzete, amivel egy adott desztináción belüli mobiltelefonmozgás-adatbázisként területileg leszűkíthetően és behatárolhatóan rendelkezésre állhat.

A másik lehetőség, mely véleményem szerint ismét új távlatokat nyithat meg, Barabási Albert-László és munkatársai hálózatkutatásának turisztikai területre való kiterjesztése. Míg az előbb említett mobiltelefonok az aktuális térbeli helyzetről szolgáltathatnak információkat, a hálózatelmélet utazási motivációkban, marketingben való felhasználása teljesen új dimenziókat jelenthet. Az influenszerek, celebek internetes jelenléte már napjainkban is utazási motivációs hatásként érvényesül. Amennyiben ez a hatást pszichológiai és marketingeszközök, a hálózatkutatás eredményeivel és más ható tényezőkkel együtt hasznosítjuk a turizmusban, feltehetően dinamikusabb hatásnövekedéssel számolhatunk.

Mindezeknek köszönhetően a térbeliség kutatásában olyan távlatok nyílnak meg a jövő kutatói számára, melyek ma még beláthatatlanok.

Úgy vélem, hogy az elvégzett kutatás tudományos értékét és új, önálló tudományos eredményét jelentheti az, hogy a Sopron–Fertő-desztináció helyzetét az új, desztinációalapú szemlélet alapján végezte el egy olyan időszakban, amikor jelentős fejlesztések helyezték új alapra a térségi turizmus fejlődését. A turizmus térbeliségének jelentőségére koncentrálna tanulmányozta a Sopron–Fertő-térség lehatárolásának problémáját a turisták mozgásával, kísérletet tett a határon átnyúló desztináció tudományos megalapozására. A turisták desztináción belüli mobilitási aktivitása összetevőinek vizsgálatán túl tárta fel a desztinációmenedzsment új szemléletét, a fogyasztás (költés) optimalizálása a térbeli mozgások által kirajzolt hálózatosodás és együttműködések mentén.

Munkám során a térségi és hazai turizmus fejlesztése iránti elkötelezettségem vezérelt.

## **Köszönetnyilvánítás**

Köszönetemet fejezem ki konzulensemnek, dr. Aubert Antal tanár úrnak, akinek szakmai tudása, oktatói stílusa és innovatív ötletei arra sarkaltak huszonéves PhD-hallgatóként, hogy elmerüljek a turizmusföldrajz mint az egyik legszebb földtudományi terület csodálatos világában. Segítsége és szakmai tanácsai mindig átlendítettek a holtponton, ha elakadtam akár egy kutatás, akár egy szakmai cikk munkája során.

Köszönetemet fejezem ki dr. Bokor Juditnak, a szombathelyi főiskola, majd a Nyugat-magyarországi Egyetem Savaria Egyetemi Központ oktatójának és barátomnak, akivel főiskolai éveim alatt ismerkedtem meg, és szakmai utódjának szánva javasolta számomra a PTE földtudományi képzését. Dr. Polgár Tibornak, a Savaria Egyetemi Központ Sporttudományi Intézet vezetőjének, aki már 25 évesen oktatói lehetőséget biztosított számomra.

Köszönet mindazoknak az oktatóknak, akik a PhD-képzés során a földtudomány számos szeletébe betekintést engedtek, azon kollegáknak, akik megtisztelő munkájával közös publikációkat jegyezhetek. Köszönetemet fejezem ki dr. Alpek Leventének, hogy statisztikai kérdésekben mindig számíthattam rá, dr. Horváth Zoltánnak a térképek és ábrák szerkesztésében nyújtott segítségéért.

És végül, de nem utolsó sorban köszönet nagyszüleimnek és édesanyámnak, akik elkötelezetten támogatták tanulmányaimat, és megadták az indíttatást a tudományos munkára az első TDK-dolgozat megírására való biztatással.

## Irodalomjegyzék

1. AMERSDORFFER D. – BAUHUBER F. – EGGER R. – OELLRICH J. (2010): *Social Web im Tourismus. Strategien – Konzepte – Einsatzfelder*. Springer Verlag, Berlin–Heidelberg.
2. ANHOLT S. (2009): *Handbook on Tourism Destination Branding*. World Tourism Organization – European Travel Commission, Madrid.
3. AUBERT A. (2006): A turizmusföldrajz rendszertani helye és főbb kérdései a földrajztudományban. *Földrajzi Értesítő* 55(3–4.) pp. 333–354.
4. AUBERT A. – BARCZA A. – GONDA T. – HORVÁTH Z. – PÁLFI A. (2017): Paradigmaváltás(ok) a magyarországi turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzselésében. *Turizmus Bulletin* 17 (1–2) pp. 15–25.
5. AUBERT A. – BERGHAUER S. – BETÁK N. – MÓKUSNÉ PÁLFI A. – NOD G. (2021): Turisztikai szervezetek online marketingtevékenységének vizsgálata – A szlovák–magyar–ukrán (kárpátaljai) példa. In: Mókusné Pálfi A. – Nod G. (szerk.): *Interregionális kutatási eredmények a turizmusban: örökségvédelem, intézményrendszer, helyi termékek (Hun-Au-Slo-Ukr)*. PTE TTK FFI Turizmus Tanszék, Pécs. pp. 49–69.
6. AUBERT A. – BERKI M. – MÉSZÁROS B. – SARKADI E. (2009): A TDM-modell adaptálásának differenciált megközelítése. In: Hanusz Á. (szerk.): *Turisztikai desztináció, „desztinációs menedzsment”: a Nyíregyházán 2009. május 20–21-én megtartott konferencia előadásai*. Nyíregyházi Főiskola, Nyíregyháza. pp. 3–17.
7. AUBERT A. – CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI M. – PÁLFI A. (2015): A turizmus térszerveződési típusai Magyarországon –Térszervező modellek a turizmusban. In: Tésits R. – Alpek B. L. (szerk.): *A mi geográfiánk: Tóth József emlékezete*. Publikon Kiadó, Pécs pp. 271–281.
8. AUBERT A. – BERKI M. – SZABÓ G. (2008): A turisztikai magterületek kutatása és regionális jellemzői. In: Szabó V. – Orosz Z. – Nagy R. – Fazekas I. (szerk.): *IV. Magyar Földrajzi Konferencia*. Debreceni Egyetem, Debrecen. pp. 492–498.
9. AUBERT A. – CSAPÓ J. – GYURICZA L. – JÓNÁS-BERKI M. – PÁLFI A. – SZABÓ G. (2018): Szociálgeográfiai szempontok a turisztikai trendek értelmezésében. In: Pap N. – Szalai G (szerk.): *Táj geográfus ecsettel*. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Pécs. pp. 193–218.
10. AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – MARTON G. – PÁLFI A. (2013): Magyarország turizmusa a kelet-közép-európai térségben. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.): *Kárpát-*



*medence: természet, társadalom, gazdaság.* Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézet, Hajdúböszörményi Bocskai István Gimnázium, Nyíregyháza–Szerencs. pp. 447–462.

11. AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – MARTON G. (2012): Az egészségturizmus térszervezési és menedzselési sajátosságai Magyarországon. In: Nyári D. (szerk.): *Kockázat – Konfliktus – Kihívás. A VI. Magyar Földrajzi Konferencia, a MERIEXWA Nyitókonferencia és a Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciájának Tanulmánykötete.* Szegedi Tudományegyetem, Természeti Földrajzi és Geoinformatikai Tanszék, Szeged. pp. 13–21.
12. AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – PÁLFI A. – PAPP J. – KATREINER E. (2014): Turisztikai térhasználat a városokban – Látogató- és attrakciómenedzsment-módszerek alkalmazása Pécsen. In: Kóródi T. – Sansumné Molnár J. – Siskáné Szilasi B. – Dobos E. (szerk.): *VII. Magyar Földrajzi Konferencia kiadványa.* ME Földrajz–Geoinformatika Intézet, Miskolc. pp. 16–23.
13. AUBERT A. – MÉSZÁROS B. (2009): A városmarketingtől a turisztikai desztinációmenedzsmentig. In: Aubert A – Berki M. (szerk.): *Örökség és turizmus.* Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs. pp. 9–18.
14. AUBERT A. (2000): Marketingföldrajz és városmarketing. In: Lovász Gy. – Szabó, G. (szerk.): *Területfejlesztés – regionális kutatások: Tiszteletkötet Tóth József professzor úr 60. születésnapjára.* Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs. pp. 257–270.
15. AUBERT A. (2001): A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon. *Turizmus Bulletin* 5(1) pp. 44–49.
16. AUBERT A. (2008): A desztinációlehatárolás problematikája a fejlesztési programok és a TDM-modell bevezetésének folyamatában. In: Hanusz Á. (szerk.): *A turizmus szerepe a kistérségek és a régiók gazdasági felzárkóztatásában.* Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézet, Nyíregyháza. pp. 17–33.
17. AUBERT A. (2011a): A turizmus területi lehatárolásának kérdései. In: *Magyarország idegenforgalmi régiói. 3. fejezet*  
[https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051\\_Magyarország\\_idegenforgalmi\\_regioi/ch03.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Magyarország_idegenforgalmi_regioi/ch03.html)
18. AUBERT A. (2011b): *Turizmus trendek és térszerkezet Magyarországon.* PTE TTK/ ID Reseach Kft. /Publikon Kiadó, Pécs.

19. BACKER E. (2007): VFR travel: An examination of the expenditures of VFR travellers and their hosts. *Current Issues in Tourism* 10(4) pp. 366– 377.
20. BACSI ZS. – TÓTH É. (2020): A világörökségi helyszínek kapcsolata a turisztikai versenyképességgel. *Turizmus Bulletin* 20(1) pp. 15-24.
21. BÁNHIDI M. – LEBER R. (2011): *Sport – Turizmus – Környezet – Magyar és osztrák kontextusban*. Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Győr.
22. BARCZA A. – PÁLFI A. – MAGYAR-PAPP J. – AUBERT A. (2017): A tér és a környezet transzformációs hatásainak vizsgálata Pécs és Sopron példáján. In: Régi, T. – Rátz T. – Michalkó G. (szerk.): *Turizmus és transzformáció*. Kodolányi János Főiskola, Magyar Földrajzi Társaság, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest–Orosháza. pp. 164–179.
23. BARCZA A. (2012): *Sopron Régió Turisztikai Nonprofit Kft. Desztinációfejlesztési stratégiája 2013–2020*. Belső anyag.
24. BARCZA A. (2013): A Fertő-táj magyar–osztrák határtérség turizmusának sajátosságai a rekreációs lehetőségek szemszögéből. *Geographia Pannonica Nova* 17. pp. 106–117.
25. BARCZA A. (2020): Sopron örökségturisztikai értékeinek vizsgálata a turisták térhasználata alapján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(4) pp. 56–71.
26. BENCSIK P. (2005): Az útlevelek ellenőrzése az országhatáron, 1945–1989. *Rendvédelmi Füzetek* 11(14)
27. BENEDEK M. – STARK J. (2019): Fesztiválvilág. *Turizmus Bulletin* 13(3) pp. 35–44.
28. BENKO G. (1999): *Regionális tudomány*. Dialóg–Campus, Budapest, Pécs.
29. BERGAHUER S. (2011): A határmentiség és a turizmus sajátos összefüggései Kárpátalja magyarlakta területein. *Tér és Társadalom* 25(4) pp. 148–164.
30. BIEGER T. (2005): *Management von Destinationen und Tourismusorganisationen – Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit*. 6. Auflage. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München–Wien.
31. BODNÁR D. – JÁSZBERÉNYI M. – ÁSVÁNYI K. (2018): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. *Turizmus Bulletin* 17(1–2) pp. 45–55.
32. BOYD S. W. – BUTLER R. W. (1996): Managing ecotourism: an opportunity spectrum approach. *Tourism Management* 17. pp. 557–566.
33. BUHALIS D. – LAW R. (2008): Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management* 29(4) pp. 609–623.

34. BUTLER R. W. (1980): The concept of a tourism area cycle of evolution, implications for management of resources. *The Canadian Geographer* 24.
35. CATER E. (1994): Introduction. In: Cater, E. – Lowman, G. (eds): *Ecotourism: A sustainable option?* John Wiley and Sons, New York. p. 3–17
36. CHUNG N. – KOO C. (2015): The use of social media in travel information search. *Telematics and Informatics* 32. pp. 215–229.
37. CSAPÓ J. – GONDA T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési tanulmányok* 4(4) pp. 57–70.
38. CSAPÓ J. – REMENYIK B. (2011): Aktív turizmus = Active tourism In: Michalkó G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés = Design and development of touristic products*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. pp. 91–110.
39. CSAPÓ J. (2020): *A nemzetközi és hazai turizmus legújabb keresleti trendjeinek bemutatása elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.
40. CSATKAI E. (1960): *Soproni útikalauz*. Győr–Sopron Megyei Tanács Idegenforgalmi Hivatala, Sopron.
41. DASCHER K. – HAUPT A. (2011): The political economy of regional integration projects at borders where poor and rich meet: The role of cross-border shopping and community sorting. *Journal of Urban Economics* 69. pp. 148–164.
42. DÁVID L. – JANCSIK A. – RÁTZ T. (2007): *Turisztikai erőforrások – A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*. Perfekt Kiadó, Budapest.
43. DI MATTEO L – DI MATTEO R. (1996): An analysis of Canadian cross-border travel. *Annals of Tourism Research* 23(1) pp. 103–122.
44. DIMANCHE F. (2003): The Louisiana Tax Free Shopping Program for International Visitors: A Case Study. *Journal of Travel Research*. 41(3) pp. 311–314.
45. DÖVÉNYI Z. (2010): *Magyarország kistájainak katasztere*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet. Budapest.
46. DWYER P. (2007): Measuring the value of electronic word of mouth and its impact in consumer communities. *Journal of Interactive Marketing* 21(2) pp. 63–79.
47. EGYED K. (2014a): Versenyképességi modellek a turizmusban. *Gazdaság és Társadalom* 6(3) p. 44.
48. EGYED K. (2014b): Gondolatok a soproni régió turisztikai versenyképességéről. *Soproni Szemle* 68(4) pp. 407–418.

49. EGYED K. (2017): A turisztikai ágazat fejlődése. In: Jankó F. – Fábián A. – Hardi T. (szerk.): *Burgenland*. Nemzetstratégiai Kutatóintézet, Budapest. pp. 353–384.
50. FATANTIM M. N. – SUYADNYA I. W. (2015): Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211. pp. 1089–1095.
51. FENNEL D. A. (1997): Ecotourism in Canada. *Annals of Tourism Research* 25(1)
52. FOGARASSY L. (1991): A soproni népszavazás helye Európa korabeli diplomáciai történetében. *Soproni Szemle* 45(4)
53. FREYER W. (1999): *Tourismus Marketing: Marktorientiertes Management in Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft*. 2. Auflage. Oldenbourg Verlag, München–Wien.
54. GEBEL A. (2020a): *Social Media im Tourismusmarketing – Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern*. Springer Gabler, Wiesbaden.
55. GEBEL A. (2020b): Influencer Marketing. In: Gebel A. (2020): *Social Media im Tourismusmarketing – Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern*. Springer Gabler, Wiesbaden. pp. 69–93.
56. GULD Á. (2019): Hétköznapi témák, hétköznapi hírességek, influencer kommunikációs trendek a turizmusmarketing területén 2019-ben. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(3) pp. 68-76.
57. GULD Á. (2022): *A Z generáció médiahasználata*. Libri Könyvkiadó, Budapest.
58. GLINOS I. – BAETEN R. – HELBLE M. – MAARSE H. (2010): A typology of cross-border patient mobility. *Health and Place* 16. pp. 1145–1155.
59. GONDA T. (2021): Tanulás, utazás, boldogság – az iskolai végzettség és az utazás életminőségre és szubjektív boldogságérzetre gyakorolt hatásának az összefüggései. *Tudásmenedzsment* 22(1) Különszám. pp. 78–92.
60. GROTTÉ J. (2013): E-marketing a turizmusban – az E-turizmus marketingeszköztára. *Marketing & Menedzsment* 2013/2. pp. 25–36.
61. HANAN H. – PUTIT N. (2014): Express marketing of tourism destinations using Instagram in social media networking. In. Sumarjan et al. (eds): *Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research*. pp. 471–474.
62. HAPP É. – IVANCSÓNÉ HORVÁTH Zs. – KUPI M. (2020): Digitális eszközök és módszerek használatának marketingszemponútú feltáró elemzése a magyar turisták körében. *Turizmus Bulletin* 20(2) pp. 4–13.
63. HARDI T. (2004): Az államhatárokon átnyúló régiók formálódása. *Magyar Tudomány* 2004/9.

64. HAYS S. – PAGE S. J. – BUHALIS D. (2012): Social Media as a Destination Marketing Tool. *Current Issues in Tourism* 16(3). pp. 211–239.
65. HENDEL-PATERSON B. – SWANSON S. J. (2011): Pediatric travelers visiting friends and relatives (VFR) abroad: Illnesses, barriers and pre-travel recommendations. *Travel Medicine and Infectious Disease*. 9(4) pp. 192–203.
66. HORKAY N. (2003a): Turisztikai márka és márkapolitika a desztináció-menedzsmentben I. rész. *Turizmus Bulletin* 2003/1. pp. 47–53.
67. HORKAY N. (2003b): Turisztikai márka és márkapolitika a desztináció-menedzsmentben II. rész. *Turizmus Bulletin* 2003/2. pp. 21–30.
68. HORVÁTH Z. – MAGYAR-PAPP J. – PÁLFI A. (2016): A turisztikai térhasználat és a desztinációmenedzsment összefüggései. *Modern Geográfia* 2016/4. pp. 1–14.
69. HORVÁTH Z. (2020): *Turisztikai térhasználat a desztinációfejlesztésben – a Balaton példája*. PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
70. INDRA D. (2019): A Balaton Sound és a VOLT Fesztivál gazdasági hatásvizsgálata. *Turizmus Bulletin* 13(3) pp. 31–35.
71. JOHNSTON C. S. (2001): Shoring the Foundations of the Destination Life Cycle Model, Part 1: Ontological and Epistemological Considerations. *Tourism Geographies* 3(1) pp. 2–28.
72. JÓNÁS-BERKI M. – CSAPÓ J. – PÁLFI A. – AUBERT A. (2015): A Market and Spatial Perspective of Health Tourism Destinations: The Hungarian Experience. *International Journal of Tourism Research* 17(6) pp. 602–612.
73. JURAY T. (2008): *A város mint turisztikai tér, Szeged példáján*. PhD-értekezés. Szegedi Tudományegyetem, Szeged.
74. KÁDÁR B. – GEDE M. (2020): Egynapos desztinációk követése a közösségi médiában közvetített fényképeken keresztül – a Balaton-felvidék és a Dunakanyar elemzése és összehasonlítása. *Turizmus Bulletin* 20 (Különszám) pp. 29–44.
75. KALMÁRNÉ RIMÓCZI CS. (2018): *Turisztikai motiváció és életstílus összefüggései a belföldi utazási szokásokban*. PhD-értekezés. Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola. Gödöllő.
76. KISALFÖLD KIADÓ (2019): Győr–Moson–Sopron megye legnagyobb vállalkozásai TOP 100, 2018. In: *Kisalföld Presztízs TOP 100 Magazin*, p. 15–17. Kisalföld Kiadó, Győr – Mediaworks Hungary, Budapest.
77. KOLLEGA-TARSOLY I. (1997): *Magyarország a XX. században*. II. kötet Babits Kiadó, Szekszárd. pp. 622–649.

78. KÖBLI Á. (2018): *Nemzetközi jelentőségű fürdővárosaink komplex fejlesztési lehetőségei a fenntarthatóság jegyében*. PhD-értekezés. PTE TTK Földtudományok Doktori Iskola. Pécs.
79. KONDOR A. CS. – SZABÓ T. – PROROK M. (2020): Az egynapos látogatóforgalom elemzése mobilcella adatok alapján: esettanulmány Szentendre példáján. *Turizmus Bulletin* 20 (Különszám) pp. 18–28.
80. KÖNYVES E. (2015): *Borturizmus – borutak*. Debreceni Egyetem GTK, Debrecen.
81. KOVÁCS A. – LŐRINCZ A. – PAPP V. – VERES I. (2019): Influencermarketing a turizmusban – trendek és gyakorlat. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(4) pp.4–10.
82. KSH (2002): *Győr–Moson–Sopron megye*, statisztikai évkönyv. KSH, Budapest.
83. KSH (2011): *Jelentés a turizmus 2010. évi teljesítményéről*. KSH, Budapest.
84. KSH (2018): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2018*. KSH, Budapest.
85. KSH (2020a): *Területi Statisztikai Évkönyv 2019*. KSH, Budapest.
86. LAU H. – SIN L. – CHAN K. (2005): Chinese Cross-Border Shopping: An Empirical Study. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 29(1) pp. 110–133.
87. LEAL A. – LÓPEZ-LABORDA J. – RODRIGO F (2009): Prices, taxes and automotive fuel cross –border shopping. *Energy Economics* 31. pp. 225–234.
88. LENGYEL M. (1994b): *A Sopron–Kőszeghegyaljai kiemelt üdülőkörzet turisztikai koncepciója*.
89. LENGYEL M. (1994a): *A turizmus általános elmélete*. KIT Képzőművészeti Kiadó, Budapest
90. LENGYEL M. (2008): *TDM működési kézikönyv*. Heller Farkas Főiskola, Budapest
91. LOCSMÁNDI SZ. (2004): Vasfüggöny nélkül – Új kilátások Európára. *Földrajzi Értesítő* 53(3–4) pp. 331–335.
92. LŐRINCZ K. – RAFFAY Á. (2017): Turisztikai partnerségek. In: Lőrincz K. – Sulyok J. (szerk.): *Turizmusmarketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 297–312.
93. LOVAS GY. (2001): 125 éves a Győr–Sopron közti vasútvonal. *Soproni Szemle* 2001/ 3. pp. 217–398.
94. MAGYAR TURIZMUS ZRT. – XELLUM KFT. (2008): A magyarországi MICE-turizmus. *Turizmus Bulletin* 12(2) pp. 33–45.
95. MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2009): A magyar lakosság utazási szokásai, 2008. *Turizmus Bulletin* 13(2). pp. 3–22.

96. MAGYAR ZS. – SULYOK J. (2014): Az ökoturizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin* 16(2) szám pp. 14–23.
97. MANAP A. K. – ADZHARUDIN A. N. (2013): *The Role of User Generated Content (UGC) in Social Media for Tourism Sector*. The 2013 WEI International Academic Conference Proceedings. Istanbul. pp. 52–58.
98. MASLOW A. H. (1954): *Motivation and Personality*, New York: Harper and Row.
99. MARTON G. – RAFFAY Z. – VARGA SZALAI K. – BARCZA A. – GONDA T. (2021): Specific problems of tourism development in the Hungarian Areas of the Dráva Regions. *Podravina: Casopis Za Multidisciplinarna Istrazivanja* 20(39) pp. 179–191.
100. MÁRTONNÉ MÁTHÉ K. – SIMONYI N. (2018): A Tripadvisor kiemelt turisztikai fejlesztési térségekre vonatkozó vendégelégedettségi adatainak elemzése. *Turizmus Bulletin* 18(3) pp. 38–49.
101. MÁTÉ ZS. (1999): A kulturális örökség mint térségi összefüggésrendszer. *Falu Város Régió* 1999/6. pp. 3–8.
102. MÉSZÁROS B. – OROSDY B. (2012): *Városmárka a kultúra fővárosa projektév után Pécsset*. Marketing és Menedzsment, PTE – Publikon Kiadó, Pécs.
103. MICHALKÓ G. – ILYÉS N. (2020): A nem konvencionális turisztikai mobilitás magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a turizusból származó bevételek növelésére. *Turizmus Bulletin* 20(Különszám) pp. 6–18.
104. MICHALKÓ G. (1999): *A városi turizmus elmélete és gyakorlata*. MTA, Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
105. MICHALKÓ G. (2001): A magyarországi bevásárlóturizmus szociálgeográfiai vonatkozásai. *Földrajzi Értesítő* 50(1–4) pp. 255–270.
106. MICHALKÓ G. (2002): Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In: Dávid L. (szerk.): *Aktív turizmus*. Didakt, Debrecen. pp. 5–16.
107. MICHALKÓ G. (2004b): *A bevásárlóturizmus*. KJF, Székesfehérvár.
108. MICHALKÓ G. (2004a): A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon. *Turizmus Bulletin* 7(4) pp. 13–21.
109. MICHALKÓ G. (2011): *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs
110. MICHALKÓ G. (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
111. MICHALKÓ G. (2016): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

112. MÓKUSNÉ PÁLFI A. (2021): Gasztroélmények nyomában gasztrotérképekkel? In: Szabó G. – Alpek B. L. – Horváth A. – Mókusné Pálfi A. – Nod G. – Szeidl Klaudia – Závodi B. (szerk.): „*Szubjektív élményföldrajz*”: *Tanulmánykötet Aubert Antal professzor tiszteletére*. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és Földtudományi Intézete, Pécs. pp. 224–230.
113. MUNAR A. M. (2012): Social Media Strategies in Destination Management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12(2) pp. 101–120.
114. MUNDRUCZÓ GY. – SZENNYESSY J. (2005): A Széchenyi terv egészségturisztikai beruházásainak gazdasági hatásai. *Turizmus Bulletin* 3. pp. 42–48.
115. NAVIO-MARCO J. – RUIZ-GÓMEZ L. M. – SEVILLA-SEVILLA C. (2018): Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet – Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism. *Tourism Management* 69. pp. 460–470.
116. NEMES NAGY J. (1998): *A tér a társadalomkutatásban*. Hilscher Rezső Szociálpolitikai Egyesület. „Ember–Település–Régió”. Budapest.
117. NÉMETH I. (1997): *A kettészakított Németország. Két világrendszer árnyékában*. Rubicon Történelmi folyóirat
118. NOD G. – PÁLFI A. – AUBERT A. (2019): Az egyéni utazásszervezés térnyerése a digitális társadalomban. In: Csapó J. – Gonda T. – Raffay Z. (szerk.): *Turizmus, fogyasztás, generációk: II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. pp. 161–171.
119. ORMOS M. (1990): „*Civitas fidelissima*”, *Népszavazás Sopronban 1921*. Gordius, Győr.
120. PACKER J. – BALLANTYNE R. (2002): Motivational factors and the visitor experience: A comparison of three sites. *Curator* 45(3) pp. 183–198.
121. PÁLFI A. – BARCZA A. – AUBERT A. (2017): TDM-szervezetek szerepe a desztinációk imázsának és arculatának kialakításában. *Prosperitas* 4(2) pp. 57–70.
122. PÁLFI A. (2017): *A menedzsmentszervezettel rendelkező turisztikai desztinációk jellemzői Magyarországon*. PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskola
123. PARTZSCH D. (1970): Daseinsgrundfunktionen, I. Die Raumannsprüche der Funktionsgesellschaft. In: *Handwörterbuch der Raumforschung + Raumordnung*. Jänecke Verlag, Hannover, pp. 424–430.



124. PEARCE D. G. (2001): An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research* 28(4): pp. 926–946.
125. PECHLANER H. – FRIEDA R. – ZEHRER A. (2007): The Alps Challenges and Potentials of a Brand Management. *Tourism Analysis* 12(5–6) pp. 359–369
126. PECHLANER H. – ZEHRER A. (2005): Zur Rolle und Bedeutung der Cards in Destinationen – Ein Überblick. In: Pechlaner, H. – Zehrer, A. (eds.): *Destination – Card – Systeme. Entwicklung – Management – Kundenbindung. Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur*. Linde Verlag, Wien. pp. 15–27.
127. PISKÓTI I. – BENE ZS. – MARIEN A. – NAGY K. – SZAKÁL Z. (2019): Borút, borturizmus – integrált fejlesztési koncepció, módszertan és menedzsmentgyakorlat. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(3) pp. 21–36.
128. RÁCZ A. (2020): A magyar lakosság utazási szokásai 2018 májusa és 2019 júniusa között. *Turizmus Bulletin* 20(2) pp. 42–51.
129. RAFFAY Á. – ALAN C. – LŐRINCZ K. (2016): A hazai turisztikai desztinációmenedzsment-rendszer alakulása az elmúlt évtizedben. *START* 1(1) pp. 1–11.
130. ROSS S. H. – WALL G. (1999): Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management* 20. pp. 123–132.
131. RUSZINKÓ Á. – DONKA A. (2019): Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. *Turizmus Bulletin* 19(2) pp. 47–57.
132. SAJTOS L. – MITEV A. (2007): *SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó.
133. SIGALA M. – CHRISTOU E – GRETZEL U. (2012): *Social media in travel, tourism, and hospitality: Theory, practice and cases*. Ashgate Publishing, Egyesült Királyság.
134. SOMFAI A. (2002): Kisalföldi és alföldi városok különbözősége, kisvárosi értékek védelme. *Tér és Társadalom* 2002(1) pp. 59–97.
135. SOMOGYI S. (1987) *Magyarország természeti adottságainak idegenforgalmi értékelése*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
136. STADTLAND AVL – VÁTI KHT (2003): *Fertő-táj Kultúrtáj Világörökség Kezelési Terv*. Világörökség Magyar Nemzeti Bizottság Titkársága, Bécs–Budapest.
137. STEINECKE A. (2013): *Destinationsmanagement*. UTB, Stuttgart.
138. SULYOK J. – MAGYAR ZS. (2014): Az aktív turizmus helyzete Magyarországon. Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin* 16(3–4) pp.15–26.
139. SULYOK J. – SZIVA I. (2009): A fesztiválturizmus nemzetközi és hazai tendenciái. *Turizmus Bulletin* 13(3). pp. 3–13.

140. SÜLYÖK J. (2001): Ökoturizmus. *Turizmus Bulletin* 2001/4. pp. 17–20.
141. SÜLYÖK J. (2010): A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai. *Turizmus Bulletin* 14(3) pp. 2–11.
142. SÜLYÖK J. (2014): Kulturális turizmus az európai városokban. *Turizmus Bulletin* 9(3) pp. 18–29.
143. SZÉKELY CS. (2020): A döntéshozatal új megközelítései. In: LENCSÉS E. – PATAKI L. (szerk.) (2020): *Menedzsmentválaszok a XXI. század gazdasági és társadalmi kihívásaira*. Inform Kiadó és Nyomda, Budapest, pp. 11–27.
144. SZIVA I. (2010): *Turisztikai desztinációk versenyképességének értelmezése és elemzése*. PhD-értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
145. TASNÁDI J. (1997): A turizmus szerepe a természet és a kulturális örökség megőrzésében. *Turizmus Bulletin* 1(1) pp. 15–21.
146. TAVITIYAMANA P. – QU H. – TSANG W. L. – LAM C. R. (2021): The influence of smart tourism applications on perceived destination image and behavioral intention: The moderating role of information search behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management* pp. 476–487.
147. TIMOTHY D. – BUTLER R. (1995): Cross-border shopping: a North American perspective. *Annals of Tourism Research* 22. pp. 16–34.
148. TOMIUC A. (2014): Navigating culture. Enhancing visitor museum experience through mobile technologies. From Smartphone to Google Glass. *Journal of Media Research* 7(3) pp. 33–47.
149. TÓTH J. (2001): Országhatárok és államhatárok Európában. *Határőrségi Tanulmányok* 2001(3) pp. 6–13.
150. TÓTH J. (2002): Régiók a Kárpát-medencében. In: Pap N. – Tóth J. (szerk.) (2002): *Európa politikai földrajza*. Alexandra Könyvkiadó, Pécs.
151. TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J. – Gerdesics V. – Töröcsik M. – Hegedűs R. (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*. PTE KTK, Pécs. pp. 8–22.
152. TŐZSÉR A. (2010): *Versenyképes turisztikai desztináció: új turisztikai versenyképességi modell kialakítása*. PhD-értekezés. Miskolci Egyetem, Miskolc.
153. TURNER L. (2008): Cross-border dental care: 'dental tourism' and patient mobility. *British Dental Journal* 204. pp. 553–554.
154. VAN DEN BERG L. – VAN DER BORG J. – VAN DER MEER J. (1995): *Urban tourism: performance and strategies in eight European cities*. Avebury. Aldershot.

155. VASTAGH Z. (2013): Életstílus vagy státuszfogyasztás. *Statisztikai szemle* 91(11) pp. 1092–1116.
156. WANG D. (2004): Hong Kongers cross-border consumption and shopping in Shezhen. *Journal of Retailing and Consumer Services* 11(3) pp. 149–159.
157. WEAVER D. B. – LAWTON L. J. (2007): Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management* 28. pp. 1168–1179.
158. WILLIAMS A. – HALL M. (2002): *Tourism and migration: new relationship between production consumption*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
159. XIANG Z. – GRETZEL Z. (2010): Role of social media in online travel information search. *Tourism Management* 31. pp. 179–188.
160. ZOLTAN J. – MASIERO B. (2012): The relation between push motivation and activity consumption at the destination with in the framework of a destination card. *Journal Of Destination Marketing & Management* 1. pp. 84–93.
161. ZSARNÓCZKY M. (2018): A népi hagyományok szerepe a hazai gasztroturizmusban. In: Dinya L. – Baranyi A. (szerk.): *XVI. Nemzetközi Tudományos Napok Tanulmánykötete*. Eszterházy Károly Egyetem, Gyöngyös. pp. 1875–1882.

## Online források

1. AKTÍV ÉS ÖKOTURISZTIKAI FEJLESZTÉSI KÖZPONT (2021): A kerékpáros turizmus fejlesztése a Sopron–Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térségben c. projekt. <https://aofk.hu/a-kerekparos-turizmus-fejlesztese-a-sopron-ferto-kiemelt-turisztikai-fejlesztési-tersegben/>
2. BELÜGYMINISZTERIUM 10-21/1/1969 parancs. [http://abparancsok.hu/sites/default/files/parancsok/10\\_21\\_1\\_1969\\_0.pdf](http://abparancsok.hu/sites/default/files/parancsok/10_21_1_1969_0.pdf)
3. BGLD. TG (2014): *Burgenländisches Tourismusgesetz* 2014 ([https://www.jusline.at/gesetz/bgld\\_tg\\_2014](https://www.jusline.at/gesetz/bgld_tg_2014))
4. CSAPÓ J. – HUSZTI ZS. (2012): Turizmus és közlekedés: Vasúti közlekedés. In: Aubert A. (szerk.): *Turizmus-menedzsment*. Pécsi Tudományegyetem Illyés Gyula Főiskolai Kar, Szekszárd. 4. fejezet (<http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20%A9s%20k%C3%B6zleked%C3%A9s/book.html#d6e1225>)
5. ECONOCONSULT KFT. – COWI MAGYARORSZÁG KFT. (2009): A kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiája [http://www.terport.hu/webfm\\_send/248](http://www.terport.hu/webfm_send/248)
6. EUROVELO (2012): The European Cycle Route Network EuroVelo. Study 2012. <https://ecf.com/files/wp-content/uploads/The-european-cycle-route-network-EuroVelo.pdf>
7. FERTŐ–HANSÁG NEMZETI PARK (2021): <https://www.ferto-hansag.hu/hu/termeszetvedelem/termeszetvedelmi-teruletek/nemzeti-park.html>
8. FERTŐ–HANSÁG NEMZETI PARK BEMUTATÓHELYEK <https://www.ferto-hansag.hu/hu/okoturizmus/bemutatohelyek>
9. FERTŐ TAVI HIDRO-ÖKOLÓGIAI TÁJÉKOZTATÓ RENDSZER (2021) <http://www.ferto-neusiedlersee.hu/index.html>
10. GILL S. – SINHA S. (2020): Medical Tourism Market Overview. <https://www.alliedmarketresearch.com/medical-tourism-market> – letöltés: 2021. 01. 10.
11. GYMSM 2021: *Győr–Moson–Sopron megye területfejlesztési koncepciója 2021–2027 Helyzetfeltárás*. Győr–Moson–Sopron Megye Önkormányzata [https://www.gymsmo.hu/data/files/2021/teruletfejlesztés\\_anyagok/GYMSM\\_2021\\_HF\\_2\\_0\\_2021\\_03\\_15.pdf](https://www.gymsmo.hu/data/files/2021/teruletfejlesztés_anyagok/GYMSM_2021_HF_2_0_2021_03_15.pdf) p 23–25
12. HATÁRÁTKELŐHELYEK, HATÁRÁTLÉPÉSI PONTOK [http://www.police.hu/hu/hirek-es-informaciok/hatarinfo?field\\_hat\\_rszakasz\\_value=osztr%C3%A1k+hat%C3%A1rszakasz](http://www.police.hu/hu/hirek-es-informaciok/hatarinfo?field_hat_rszakasz_value=osztr%C3%A1k+hat%C3%A1rszakasz)

13. HORVÁTH P. – RIMÓCZY CS. (2011): Ökoturizmus. In: Michalkó G. (2011). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html#d6e1798>
14. <http://fertotavihajoutak.hu/>
15. <http://fertotavihajoutak.hu/>
16. <https://fvsz.eu/>
17. <https://www.burgenland.info/>
18. [https://www.burgenland.at/fileadmin/user\\_upload/Downloads/Land\\_und\\_Politik/Land/Statistik/Publikationen/Jahresbroschueren/Tourismus2019.pdf](https://www.burgenland.at/fileadmin/user_upload/Downloads/Land_und_Politik/Land/Statistik/Publikationen/Jahresbroschueren/Tourismus2019.pdf)
19. <https://www.sopronfertonzrt.hu/>
20. <https://www.vizugy.hu/index.php?module=content&programelemid=43>
21. KEZELÉSI TERV (2001): Fertő-táj Kultúrtáj Világörökség Kezelési Terv [http://www.fertotaj.hu/document/kezelesi\\_terv.pdf](http://www.fertotaj.hu/document/kezelesi_terv.pdf)
22. KINCSEM NEMZETI LOVAS PROGRAM, LOVAS TURIZMUS TERMÉKFEJLESZTÉSI STRATÉGIA 2007–2013. [http://www.logogyasz.hu/\\_data/VFS\\_c8c9c84eaaf138481b7f851359d7edf4.pdf](http://www.logogyasz.hu/_data/VFS_c8c9c84eaaf138481b7f851359d7edf4.pdf)
23. KORMÁNY (2007): Beutazási feltételek magyar állampolgárok számára az Európai Gazdasági Térségről szóló egyezményben részes tagállamokba (EGT tagállamok) (<https://2010-2014.kormany.hu/download/7/16/10000/Beutaz%C3%A1si%20felt%C3%A9telek%20magyar%20%C3%A1llampolg%C3%A1rok%20sz%C3%A1m%C3%A1ra%20az%20EGT%20tag%C3%A1llamokba.pdf>)
24. KSH (2020b): *Munkaerőpiaci folyamatok, 2019. I–IV. negyedév*. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mpf/mpf194/index.html>
25. KSH (2020c): *A fürdők főbb jellemzői, forgalma és a fürdők által nyújtott szolgáltatások*. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/tur/hu/tur0032.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0032.html) – letöltés: 2021. 01. 07.
26. KSH (2021): *Összefoglaló táblák – Területi Statisztika (STADAT) – Idősoros, éves, területi adatok – Népesség, népmozgalom*
27. MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2013): Aktív turizmus – Szakmai segédlet turisztikai partnereinknek. <https://mtu.gov.hu/documents/prod/Aktiv-turizmus-szakmai-segedlet.pdf>
28. MAGYAR TURIZMUS RT. (2002): *Az egészségturizmus marketingkonceptiója* [http://www.magyarfurdovarosok.hu/images/docs/egeszsegturizmus\\_marketingkonceptio.pdf](http://www.magyarfurdovarosok.hu/images/docs/egeszsegturizmus_marketingkonceptio.pdf)

29. MAGYARORSZÁGI NATURPARKOK FEJLESZTÉSI KONCEPCIÓJA (2015–2030):  
[http://www.termeszetvedelem.hu/\\_user/browser/File/Naturpark/Naturpark\\_fejlesztési\\_koncepcio\\_2015\\_2030.pdf](http://www.termeszetvedelem.hu/_user/browser/File/Naturpark/Naturpark_fejlesztési_koncepcio_2015_2030.pdf)
30. MICHALKÓ G. – RÁTZ T. – TÓTH G. (2011): *Magyarország láthatatlan turizmusa: a nem konvencionális turisztikai mobilitás társadalmi, gazdasági és környezeti vonatkozásainak vizsgálata.* OTKA Kutatási terv 2011–2015.  
[http://www.mtafki.hu/pdf/Kutatasi\\_terv\\_OTKA2011.pdf](http://www.mtafki.hu/pdf/Kutatasi_terv_OTKA2011.pdf) – letöltés: 2020. 11. 19.
31. MTÜ (2017): *Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia 2030.*  
[https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu\\_strategia\\_2030.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf)
32. MTÜ (2021): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0.*  
<https://mtu.gov.hu/cikkek/letolthet-nemzeti-turizmusfejlesztési-strategia-2030-turizmus-2-0-2383>
33. NEMZETI TÁJSTRATÉGIA (2017–2026)  
<https://epiteszforum.hu/uploads/files/2020/10/2020-10-10-0-nemzeti-tajstrategia-2017-2026.pdf>
34. NEMZETI VIDÉKSTRATÉGIA (2012–2020)  
[http://www.terport.hu/webfm\\_send/2767](http://www.terport.hu/webfm_send/2767)
35. NEUSIEDLER SEE-SEEWINKEL NATIONALPARK  
<https://nationalparkneusiedlersee.at/de>
36. NTK (2014): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció 2014–2024.* <https://2010-2014.kormany.hu/download/8/41/11000/NTK.pdf> – letöltés: 2019.08.03.
37. NTS (2005): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013.* Budapest, Magyar Turisztikai Hivatal. <https://2010-2014.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztésiStrategia.pdf>
38. OES (2007): *Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia* <https://2010-2014.kormany.hu/download/b/8e/20000/Egeszsegturizmusstrategia.pdf>
39. ORSZÁGOS ÖKOTURIZMUS-FEJLESZTÉSI STRATÉGIA (2008–2015)  
<https://2010-2014.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/tervezeskoordinacioert-felelos-allamtitkarsag/hirek/strategiak>
40. PAKTUM (2019): *Soproni Foglalkoztatási Paktum – Foglalkoztatási Stratégia.* Sopron MJV Önkormányzata: [http://paktum.sopron.hu/wp-content/uploads/2019/12/Soproni\\_Foglalkoztatasi\\_Strategia\\_191212.pdf](http://paktum.sopron.hu/wp-content/uploads/2019/12/Soproni_Foglalkoztatasi_Strategia_191212.pdf)

41. POLGÁRMESTERI HIVATAL, SOPRON (2020): Iparker adatok. <https://iparkerpublikalas.komdat.hu/?onkid=fe86bf54-73f4-45b3-941c-8317440ae710> – letöltés: 2020. 05.02.
42. SZOLNOKY G. – TOTTH G. (2017): A magyar borpiac és a borfogyasztói szokások elemzése. Prezentáció a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának megbízásából. [http://hnt.hu/wp-content/uploads/2017/11/HNT\\_Szakmai\\_Nov14-1.pdf](http://hnt.hu/wp-content/uploads/2017/11/HNT_Szakmai_Nov14-1.pdf)
43. TAMA I. (2010): Turizmus (tíz) egész esztendőn át a Nyugat-Dunántúlon. [https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin-2010\\_1-2.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin-2010_1-2.pdf)
44. TARJÁN M. TAMÁS (2013): *1921. december 14. Megkezdődik a Sopron környéki népszavazás.* <https://rubicon.hu/kalendarium/1921-december-14-megkezdodik-a-sopron-kornyeki-nepszavazas>
45. TEIR (2020) [http://www.terport.hu/webfm\\_send/4816](http://www.terport.hu/webfm_send/4816)
46. TURIZMUS ONLINE (2020): Új utazási trendek a Google keresések alapján. [http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/uj\\_utazasi\\_trendek\\_a\\_google\\_keresesek\\_alapjan](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/uj_utazasi_trendek_a_google_keresesek_alapjan) – Letöltés: 2020.12.06.
47. UNWTO (2006): *Tourism Highlights.* <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413492>

## Törvények, kormányjavaslatok, kormányrendeletek

1. 1729/2020. (X. 30.) kormányhatározat: A Lővérek Program keretében megvalósuló nemzetközi konferencia-központ területét érintő ingatlanok terület-előkészítési munkálatok elvégzése érdekében szükséges támogatás biztosításáról. Magyar Közlöny 235. szám (2020)
2. 86/2019. (IV. 23.) Korm. rendelet a fővárosi és megyei kormányhivatalokról, valamint a járási (fővárosi kerületi) hivatalokról  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1900086.KOR>
3. 1862/2016. (XII. 27.) Korm. hat. a Sopron–Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség meghatározásáról és a térségben megvalósítandó egyes fejlesztések megvalósításához szükséges források biztosításáról  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A16H1862.KOR&txreferer=00000001.TXT>
4. 1996. évi LIII. törvény a természet védelméről  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99600053.tv>
5. 1996. évi XXI. törvény a területfejlesztésről és a területrendezésről  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99600021.tv>
6. 2004/38/EK szabad mozgáshoz és tartózkodáshoz való jogról szóló irányelv
7. 2011. évi CLXXXIX. törvény Magyarország helyi önkormányzatairól  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1100189.tv>
8. 2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600156.tv>
9. 235/2019. (X.15.) Korm. rendelet a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló törvény végrehajtásáról <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1900235.kor>
10. 429/2016. (XII. 15.) Korm. rendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról  
([http://njt.hu/cgi\\_bin/njt\\_doc.cgi?docid=199225.370237](http://njt.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=199225.370237))
11. 429/2020. (IX.14.) Korm. rendelet a turisztikai térségek meghatározásáról  
<https://njt.hu/jogszabaly/2020-429-20-22>
12. 430/2020. (IX. 14) Korm. rendelet A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló törvény végrehajtásáról szóló 235/2019. (X.15.) Korm. rendelet módosításáról.
13. 492/2011 rendelet a munkavállalók Unión belüli szabad munkavállalásáról



## Ábrák és táblázatok jegyzéke

### Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A kérdőíves felmérés főbb paraméterei .....	15
2. táblázat: A kvótás mérés megoszlási adatai a kutatási térség turisztikai adatai alapján, 2018.....	17
3. táblázat: A kulturális, örökség-, műemléki, zenei, fesztivál- és rendezvényturizmus célcsoportjai, adottságai és lehetőségei a desztinációban, 2021 .....	55
4. táblázat: A Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. együttműködő partnerei, 2021 .....	92
5. táblázat: A látogatások számának megoszlása a lakhely dimenziójában (n=1624) .....	115
6. táblázat: A motivációk számának megoszlása és relatív gyakorisága .....	127
7. táblázat: Egyes motivációs tényezők megoszlása a mintában .....	130
8. táblázat: Az egyes igénybe vett információforrások érintettsége (utazás előtt).....	135
9. táblázat: Az egyes igénybe vett információforrások érintettsége (utazás alatt) .....	140
10. táblázat: A felmért vendégkör lakhely szerinti megoszlása .....	143
11. táblázat: A felmért külföldi vendégkör lakhely szerinti megoszlása .....	144
12. táblázat: A felmért belföldi vendégkör lakhely szerinti megoszlása.....	145
13. táblázat: A felmért belföldi vendégkör településtípus szerinti megoszlása .....	146
14. táblázat: Az ingázási relációk a megkérdezettek száma szerint .....	157
15. táblázat: Az ingázási relációk a megkérdezettek részaránya szerint (az adott szálláshely-településen szálláshellyel rendelkezők részarányában).....	157
16. táblázat: A településnevek, valamint településneveket magukban foglaló említések relatív gyakorisága.....	176
17. táblázat: A térség kapcsán megfogalmazott állítások.....	177
18. táblázat: A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása a vizsgált térségben	184
19. táblázat: A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása belföld/ külföld viszonylatban.....	186
20. táblázat: A hipotézisek összegző értékelése .....	199

## Ábrajegyzék

1. ábra: Magyarország turisztikai térségei.....	24
2. ábra: A Soproni járás települései.....	25
3. ábra: Fertő/ Neusiedler See Kultúrtáj települési területei a világörökség státusszal összefüggésben.....	34
4. ábra: A vizsgált mintatérség települései.....	35
5. ábra: A Sopron–Fertő-térségben található attrakciók számának és kategóriájának megoszlása (2021).....	78
6. ábra: A Sopron–Fertő-térségben található attrakciók számának és alkategóriájának megoszlása .....	79
7. ábra: Belföldi és külföldi vendégéjszakák számának megoszlása a vizsgált térség kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyein (2019) .....	85
8. ábra: Az attrakciók szezonális elérhetősége .....	86
9. ábra: A felmért vendégkör megoszlása utazási gyakorisági szokásai szerint (%) .....	101
10. ábra: A választott szálláshely típusa az utazási gyakoriság függvényében (%).....	103
11. ábra: A motivációk megoszlása az utazási gyakoriság függvényében (%).....	105
12. ábra: A felmért vendégkör megoszlása az utazás partnere szerint (%).....	107
13. ábra: Az egy kategóriát jelölők megoszlása a mintán belül az utazás partnere szerint (%) .....	108
14. ábra: A minta megoszlása az utazás partnere összevont kategóriái alapján (%).....	109
15. ábra: A motivációs típusok megoszlása az utazás partnere szerint a mintában (%) .....	111
16. ábra: Szállástípusok megoszlása az utazás partnere alapján (%) .....	112
17. ábra: A felmért vendégkör a látogatás ismétlődő jellege szempontjából (%).....	113
18. ábra: A válaszadók megoszlása a látogatás alkalmának ismétlődő jellege és az utazás során eltöltött vendégéjszakák száma szerint (%).....	114
19. ábra: A válaszadók megoszlása a látogatás alkalmának ismételt jellege és az utazás során igénybe vett szálláshely típusa szerint (%) .....	115
20. ábra: A megkérdezett vendégkör megoszlása a térségben eltöltött idő szerint (%).....	116
21. ábra: A választott szálláshelytípus megoszlása a tartózkodás ideje szerint (%) .....	117
22. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a szálláshely típusa szerint (%).....	118
23. ábra: Tartózkodási idő a választott szálláshely függvényében (%).....	118
24. ábra: A szállásra fordított összegek megoszlása a szállás típusának függvényében (n=1884) (%) .....	119
25. ábra: A vendégkör megoszlása a lakhely szerint az igénybe vett szálláshely típusa szerint (n=1592) (%) .....	120
26. ábra: A vendégkör megoszlása háztartási jövedelme szerint a szálláshely függvényében (n=1750) (%) .....	122
27. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a szállásra fordított kiadások szerint (fő/éj) (%) .....	123
28. ábra: A minta megoszlása a szálláshelyre fordított összeg (fő/ éj) és a lakhely relációjában (n=1604) (%) .....	124
29. ábra: A minta megoszlása a szállásra fordított összeg (fő/ éj) és a háztartások nettó jövedelme szerint (n=1762) (%).....	124

30. ábra: A felmért vendégkör megoszlása az utazás motivációi szerint (%).....	126
31. ábra: A motivációk számának sűrűség- és eloszlásfüggvénye.....	127
32. ábra: Az egy látogatási motivációval rendelkezők motiváció típusainak megoszlása (%) .....	128
33. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a Sopron és a Fertő-tájról történő utazás előtti tájékozódásának információforrásai alapján (n=2000) (%) .....	133
34. ábra: Az utazás előtt igénybe vett információforrások sűrűség- és eloszlásfüggvénye	133
35. ábra: Az utazás előtt igénybe vett információforrások megoszlása a maximálisan igénybe vett információforrások számának dimenziójában (db).....	135
36. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a tartózkodása során igénybe vett információs források szerint (n=2000) (%).....	138
37. ábra: Az utazás során igénybe vett információforrások sűrűség- és eloszlásfüggvénye .....	139
38. ábra: Az utazás során igénybe vett információforrások megoszlása a maximálisan igénybe vett információforrások számának dimenziójában (db).....	140
39. ábra: A minta térbeli eloszlása .....	143
40. ábra: A felmért vendégkör által a térség felkeresése céljából igénybe vett közlekedési eszközök megoszlása (%).....	146
41. ábra: A felmért vendégkör megoszlása belföld/ külföld preferenciák alapján (%).....	147
42. ábra: A felmért vendégkör megoszlása településpreferenciák alapján (%) .....	148
43. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a szálláshely-település alapján (%).....	150
44. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a szálláshelyül választott település alapján (%) .....	151
45. ábra: A felmért vendégkör megoszlása a felkeresett települések száma alapján .....	152
46. ábra: A felmért vendégkör térbeli turisztikai aktivitása települések szerint .....	153
47. ábra: A megkérdezett személyek térbeli turisztikai aktivitása (%) .....	155
48. ábra: A megkérdezett személyek térbeli turisztikai aktivitása a települések érintettségének foka és a turisztikai aktivitás jellege alapján .....	156
49. ábra: A Sopronban megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása (mobilitási mutató) (%).....	158
50. ábra: A Fertő-parton megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása a Fertő-part vonatkozásában (%) .....	160
51. ábra: Az élményelemek megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban (%) .....	164
52. ábra: A belvárosi élményelemek térbeli megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban .....	166
53. ábra: Az élményelemek térbeli megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján Sopronban.....	167
54. ábra: Az élményelemek megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján a Fertő-tájon (%) .....	169
55. ábra: Az élményelemek megoszlása azok felkeresettsége szerint a kérdőíves felmérés eredményei alapján külföldön (%) .....	171
56. ábra: A vizsgált élményelemek látogatottsága a térségben a minta alapján.....	172
57. ábra: A felmért vendégkörre a legnagyobb benyomást tevő élmények (%) .....	175

58. ábra: A megkérdezett vendégkör véleménye Sopron és környékének turizmusáról (%)	178
59. ábra: Sopron–Fertő-térség tervezett márkaprofilját meghatározó és ahhoz hozzájáruló attrakciók	185
60. ábra: A határ elveszített jelentősége a térbeli turisztikai aktivitás alapján	187
61. ábra: A megkérdezett személyek turisztikai térbeli aktivitása a határ viszonylatában	188
62. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén hányadik alkalommal jár a térségben	190
63. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke az utazás előtt felhasznált információforrások szerint	192
64. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke az utazás során igénybe vett közlekedési eszköz szerint	193
65. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén hány éjszakát tölt el a térségben	194
66. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke attól függően, hogy az egyén melyik évszakban járt a térségben	195
67. ábra: A települések szezonális érintettségi foka	196
68. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke az utazás közben felhasznált információforrások szerint	197
69. ábra: A mobilitási szint átlagos értéke az utazás közben felhasznált információforrások szerint	199

## Mellékletek

### 1. számú melléklet: A kérdőíves kutatásban résztvevő partnerek listája

Helyszín	Típus	Intézmény, cím	Cégnév/ vezető	Honlap, telefon
Sopron–Ágfalva	szállás + vendéglátás	Hotel Vadvirág, 9423 Sopron–Ágfalva, Magyar u. 25.	Iván Anna	<a href="https://www.vadviragpanzio.hu">https://www.vadviragpanzio.hu</a> +36 99 505 780
Sopron–Balf	szállás (hotel)	Gyógy-Kastélyszálló, 9494 Sopron–Balf, Fürdő sor 12.	Soproni Gyógyközpont/ dr. Korányi László	<a href="https://www.kastelyszallobalf.hu">https://www.kastelyszallobalf.hu</a> +36 99 314 266
Sopron–Balf	vendéglátás	Panoráma Étterem, 9494 Sopron–Balf Fürdő sor 25.	Kocsis László	<a href="https://www.balfpanorama.hu">https://www.balfpanorama.hu</a> +36 99 339 141
Sopron	szállás + vendéglátás	Erhardt Étterem és Panzió, 9400 Sopron, Balfi u. 10.	MED Praxis Kft./ Erhardt Zoltán	<a href="https://erhardts.hu">https://erhardts.hu</a> +36 99 506 711
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Civitas, 9400 Sopron, II. Rákóczi F. u. 33.	Molnár Balázs	<a href="https://www.civitashotel.com">https://www.civitashotel.com</a> +36 99 788 228
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Lövér Sopron, 9400 Sopron, Várisi u. 4.	Bartha Hotel Kft./ Bartha György	<a href="https://www.hotellover.hu">https://www.hotellover.hu</a> +36 99 888 400
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Palatinus 9400 Sopron, Új u. 23.	Hercules Investment Kft./ Wilfing András	<a href="https://www.palatinusopron.com">https://www.palatinusopron.com</a> +36 99 523 816
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Pannónia, 9400 Sopron, Várkerület 75.	Dental Pannónia Gyógyidegenforgalmi Zrt./ dr. Szilágyi Pál	<a href="https://www.pannoniahotel.com">https://www.pannoniahotel.com</a> +36 99 312 180
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Sopron, 9400 Sopron, Fővényverem u. 7.	GYSEV Zrt./ Szarjas Tímea	<a href="https://www.hotelsopron.hu">https://www.hotelsopron.hu</a> +36 99 512 261
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Szieszta, 9400 Sopron, Lövér krt. 37.	MSF Hotel Management Kft./ Tóth András	<a href="https://www.hotelszieszta.hu">https://www.hotelszieszta.hu</a> +36 99 314 260
Sopron	szállás + vendéglátás	Hotel Wollner, 9400 Sopron, Templom u. 20.	Wollner Szálloda-és Vendéglátóipari Kft./ Kis József	<a href="https://www.wollner.hu">https://www.wollner.hu</a> +36 99 524 400
Sopron	vendéglátás	Kultúrpresszó, 9400 Sopron, Várkerület 96.	Novo Bisztro Kft./ Kaeszt Judit	<a href="https://kulturpresszo.hu">https://kulturpresszo.hu</a> +36 30 299 61 40
Sopron	szállás	Lágler Vendégház, 9400 Sopron, Lövér krt. 40/a	Lágler András	<a href="https://laglervendeghaz.hu">https://laglervendeghaz.hu</a> +36 99 314 740
Sopron	vendéglátás	Museum Cafe Sopron, 9400 Sopron, Előkapu u. 2–7.	Baranyai Gábor	<a href="https://hu-hu.facebook.com/museumcafesopron/">https://hu-hu.facebook.com/museumcafesopron/</a> +36 99 789 812
Sopron	szállás és vendéglátás	Rosengarten Restaurant és Hotel 9400 Sopron, Lackner K. u. 64.	Rosengarten Kft./ Horváthné Varga Tünde	<a href="https://www.rosengarten.hu">https://www.rosengarten.hu</a> +36 99 513 613

Sopron	turisztikai szervezet	Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft. 9400 Sopron, Szent György u. 2.	Kovács-Gazdag Nikolett	<a href="https://visitsopron.com">https://visitsopron.com</a> + 36 99 951 976
Sopron	vendéglátás	Taschner Bor- és Pezsgőház, 9400 Sopron, Balfi u. 168.	Taschner Bor- és Pezsgőház Kft./ Taschner Kurt	<a href="https://www.taschner.hu">https://www.taschner.hu</a> +36 20 931 5225
Sopron	turisztikai szervezet	Tourinform iroda 9400 Sopron, Szent György u. 2.	Kovács-Gazdag Nikolett	<a href="https://visitsopron.com.hu">https://visitsopron.com.hu</a> +36 99 951 976
Fertőboz	turisztikai attrakció	Gloriette kilátó 9493 Fertőboz	személyes kikérdezés	<a href="https://www.fertoboz.hu/latnivalok.html">https://www.fertoboz.hu/latnivalok.html</a>
Fertőd	vendéglátás	Grácia étterem és Pizzéria, 9431 Fertőd, Béke u. 14.	Kóbor Família Kft. Kóbor Csaba	<a href="https://www.graciaetterem.hu">https://www.graciaetterem.hu</a> <a href="https://huhu.facebook.com/graciaetterem/">https://huhu.facebook.com/graciaetterem/</a> +36 99 372 019
Fertőd	szállás (panzió) + vendéglátás	Gránátos étterem, Rábensteiner Panzió, Apartman és Kávézó 9431 Fertőd, Haydn u. 2.	Gránátosház Kft./ Rábensteiner Viktor	<a href="https://www.rabensteiner.hu">https://www.rabensteiner.hu</a> +36 99 370 944
Fertőd	szállás + vendéglátás	Patonai Panzió és Schnitzel Insel étterem 9431 Fertőd, Fő u. 4.	Patonai Udvarosház Kft./ Patonai Tamás	<a href="https://www.patonai.hu">https://www.patonai.hu</a>
Fertőd	felmérésben résztvevő szervezet	Soproni SzC Porpáczy A. Technikum és Kollégium 9431 Fertőd, Madách sétány 2/D	Soproni SZC Porpáczy A. Technikum és Kollégium/ Wellner Andrea igazgató	<a href="https://porpaczy.hu">https://porpaczy.hu</a> +36 99 537 162
Fertő-homok	turisztikai attrakció	Tájház, diófesztivál	Személyes kikérdezés	
Fertőrákos	szállás	Szentesi Panzió 9421 Fertőrákos, Fő u. 66.	Szentesiné Szabó Éva	<a href="https://www.szentesipanzio.hu">https://www.szentesipanzio.hu</a> +36 20 249 33 19
Fertőszéplak	turisztikai attrakció	Fertőszéplaki Tájházak, 9436 Fertőszéplak, Nagy L. u. 31–39. /Porpáczy Technikum, 9431 Fertőd, Madách sétány 2/D	Soproni SZC Porpáczy A. Technikum és Kollégium/ Wellner Andrea	<a href="https://porpaczy.hu/tajhazak.html">https://porpaczy.hu/tajhazak.html</a> +36 99 537 162
Hegykő	szállás	SÁ-RA Termál Panzió és Natura Vita Apartman 9437 Hegykő, Fürdő u. 5.	SÁ-RA Termál Kft./ Radovits Tibor	<a href="https://www.saratermal.hu/termalpanzio.php">https://www.saratermal.hu/termalpanzio.php</a> <a href="https://www.saratermal.hu/naturavita.php">https://www.saratermal.hu/naturavita.php</a> +36 99 540 220
Hegykő	szállás + vendéglátás	Tornácos Panzió és Étterem, 9437 Hegykő, Kossuth u. 74.	Wenergia Kft./ Hospely Károly	<a href="https://www.tornacos.hu">https://www.tornacos.hu</a> +36 99 540 200
Hidegség	turisztikai attrakció	Papkert rendezvény	Személyes kikérdezés	<a href="https://hidegseg.hu/?/419/HU/papkert.html">https://hidegseg.hu/?/419/HU/papkert.html</a>

Nagycenk	turisztikai attrakció	Széchenyi kastély, 9485 Nagycenk, Kiscenki u. 7.	Személyes kikérdezés	<a href="https://szechenyiörökseg.hu">https://szechenyiörökseg.hu</a>
Sarród, Sarród - Fertőújlak	szállás + turisztikai attrakció	Kócsagvár, 9435 Sarród, Rév u. 4.	Fertő–Hanság Nemzeti Park Igazgatósága/ Roth Matthea igazgató	<a href="https://www.ferto-hansag.hu">https://www.ferto-hansag.hu</a> +36 99 537 620
Sarród	szállás	Park Vendégház, 9435 Sarród, Petőfi tér 2.	Barczáné Locsmándi Beáta tulajdonos	<a href="https://www.parkpanzio.hu">https:// www.parkpanzio.hu</a> +36 99 371-531
Sarród	szállás	Rozália Vendégház, 9435 Sarród, Fő u. 20–21.	RHR Kereskedelmi Kft./ Horváth Ernő ügyvezető	<a href="https://www.rozaliavendeghaz.hu">https://www.rozaliavendeghaz.hu</a> +36 30 933 58 29
Sarród	szállás	Turi Vendégház, 9435 Sarród, Kossuth u. 46.	Turi Lajosné tulajdonos	<a href="http://www.sarrodvendeghaz.hu">http://www.sarrodvendeghaz.hu</a> +36 30 217 8630

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 2. számú melléklet: Sopron és Fertő-táj vendégfelmérése



### Sopron és Fertő-táj vendégfelmérése

*Tisztelt Vendég!*

*A Pécsi Tudományegyetem PhD-hallgatója vagyok, Barcza Attila. Munkám során a Sopront és a Fertő-táj térségét felkereső vendégek utazási szokásait és véleményét vizsgálom. A kapott eredmények doktori disszertációmban kerülnek felhasználásra, melyben célom a turisztikai kínálat és a szolgáltatások minőségi javításának segítése is!*

*A válaszadás nem kötelező! Az űrlap kitöltése anonim, semmilyen egyéb kötelezettséggel nem jár a kitöltés.*

Az első blokkban a jelenlegi/legutóbbi utazásával kapcsolatban teszünk fel kérdéseket.

#### 1. Az Ön utazásának időpontja:

- tavasz                       nyár                       ősz                       tél

#### 2. Mely településen szállt meg?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Nem éjszakázom itt | <input type="checkbox"/> Hegykő                 |
| <input type="checkbox"/> Sopron             | <input type="checkbox"/> Hidegség               |
| <input type="checkbox"/> Fertőboz           | <input type="checkbox"/> Nagyecnk               |
| <input type="checkbox"/> Fertőd             | <input type="checkbox"/> Sarród                 |
| <input type="checkbox"/> Fertőhomok         | <input type="checkbox"/> Sopron-Balf            |
| <input type="checkbox"/> Fertőrákos         | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: ..... |
| <input type="checkbox"/> Fertőszéplak       |   |

#### 3. Hogyan tájékozódott Sopronról és a Fertő-tájról ideérkezése előtt? (Több választ is megjelölhet!)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> saját korábbi tapasztalatból     | <input type="checkbox"/> kiadványokból, prospektusokból                 |
| <input type="checkbox"/> barátok, ismerősök beszámolóiból | <input type="checkbox"/> újságcikkből, magazinban megjelent hirdetésből |
| <input type="checkbox"/> útikönyvekből                    | <input type="checkbox"/> turisztikai vásárokon                          |
| <input type="checkbox"/> utazási irodában                 | <input type="checkbox"/> direkt levélből (pl. hírlevél)                 |
| <input type="checkbox"/> mobilapplikáció segítségével     | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: .....                         |
| <input type="checkbox"/> internetről                      |   |

#### 4. Kivel/kikkel érkezett a térségbe? (Több választ is megjelölhet!)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> egyedül                            | <input type="checkbox"/> munkatársakkal, iskolatársakkal |
| <input type="checkbox"/> barátokkal                         | <input type="checkbox"/> csoportos utazással             |
| <input type="checkbox"/> csak házastárssal, élettárrsal     | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: .....          |
| <input type="checkbox"/> családdal, gyerekekkel, szülőkkkel |  |

#### 5. Milyen közlekedési eszközt vett igénybe ideutazása során? (Több választ is megjelölhet!)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> személygépkocsit | <input type="checkbox"/> vonatot                |
| <input type="checkbox"/> autóbust         | <input type="checkbox"/> kerékpárt              |
| <input type="checkbox"/> repülőgépet      | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: ..... |
| <input type="checkbox"/> motorkerékpárt   |   |

#### 6. Hányadik alkalommal jár itt?

- először                       másodszor                       harmadszor                       negyedszer/többször

#### 7. Hány éjszakát tölt Sopronban vagy a Fertő-tájon? (Ha nem tölt itt egy éjszakát sem, kérem ugorjon a 9. kérdéshez!)

- 1 éjszakát                       2 éjszakát                       3 éjszakát                       4 vagy több éjszakát

#### 8. Milyen típusú szálláshelyen foglalt helyet?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> hotelben                              | <input type="checkbox"/> tulajdonostól bérelt magánlakásban |
| <input type="checkbox"/> panzióban                             | <input type="checkbox"/> rokon, ismerős lakásában           |
| <input type="checkbox"/> turistaszállón, diákszállón           | <input type="checkbox"/> falusi szálláshelyen               |
| <input type="checkbox"/> kempingben                            | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: .....             |
| <input type="checkbox"/> utazási irodától bérelt magánlakásban |   |





**9. Itt tartózkodása során milyen információforrásokat vesz/vett igénybe az eligazodáshoz, a programja szervezéséhez? (Több választ is megjelölhet!)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> internetet   | <input type="checkbox"/> a Sopron Pocket Guide mobilapplikációt        |
| <input type="checkbox"/> Tourinform iroda megkeresését (személyesen, telefonon, emailben) | <input type="checkbox"/> a szálláshely recepcióján történő érdeklődést |
| <input type="checkbox"/> turisztikai térképet   | <input type="checkbox"/> helyi lakosok megkerdezését                   |
| <input type="checkbox"/> prospektusokat, helyi ingyenes kiadványokat                      | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: .....                        |
| <input type="checkbox"/> útikönyveket   |  |

**10. Mi az utazásának fő célja(i)? (Több választ is megjelölhet!)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> városlátogatás  | <input type="checkbox"/> fogászat                    |
| <input type="checkbox"/> pihenés   | <input type="checkbox"/> üzleti út                   |
| <input type="checkbox"/> aktív kikapcsolódás (pl. kerékpározás)  | <input type="checkbox"/> sport és hobbi              |
| <input type="checkbox"/> rokon, barát meglátogatása  | <input type="checkbox"/> rendezvényen való részvétel |
| <input type="checkbox"/> konferencia-részvétel   | <input type="checkbox"/> bevásárlás                  |
| <input type="checkbox"/> tanulás, tanulmányút  | <input type="checkbox"/> Ausztria közelsége          |
| <input type="checkbox"/> egészségügyi vagy szépségügyi szolgáltatás igénybevétele (masszázs, fodrászat, kozmetika) | <input type="checkbox"/> egyéb, mégpedig: .....      |

**11. Kérem értékelje, hogy az alábbi állítások mennyire igazak az Ön jelenlegi utazására!**

	1 – egyáltalán nem igaz	2	3	4	5	6	7	8	9	10 – teljes mértékben igaz
1. Sopron és a Fertő-táj egésze miatt jöttem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sopron és Fertő-táj látnivalói és nevezetességei miatt jöttem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Egy körút állomásának tekintem Sopront és a Fertő-tájat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Jellemzően olyan helyekre utazom, amiknek bizonyos tematikus jellemzői vannak (pl.: borvidékek, kastélyok, szép belvárosok, vallási vagy nemzeti emlékhelyek), Sopron és a Fertő-táj ilyen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Itt tartózkodása alatt tervezi-e, hogy szálláshelyén kívül más településre is ellátogat?**

- Nem tervezem.  Igen tervezem.

**13/A. Mely látnivalókat kereste fel vagy tervezi felkeresni itt tartózkodása során SOPRONBAN?**

Amelyeket már meglátogatta, kérjük, értékelje is!

Amennyiben nem járt vagy nem tervez Sopronban kirándulni jelen utazása során, kérem, ugorjon a következő kérdésre!

	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
1. Tűztorony	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sopron történelmi belvárosa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Belvárosi villák, paloták (pl. Russ, Lenck)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Várkerület	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Múzeumok, kiállítóterek</b>						
5. Soproni Múzeum (Storno-ház, Fabricius-ház, Patika-ház, Pék-ház, Lábasház)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Macskakő közösségi tér (gyermekmúzeum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
7. Központi Bányászati Múzeum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ligneum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Erdészeti Múzeum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Rendezvényen való részvétel</b>						
10. Ingyenes kulturális rendezvényen való részvétel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Fizetős kulturális rendezvényen való részvétel (pl. koncert, színházi előadás)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Szакrális emlékek</b>						
12. Bencés Kecske templom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Szent Mihály templom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Szent György templom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Evangélikus templom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Ó-Zsinagóga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Lövérek</b>						
17. Károly-kilátó	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Lövér Kalandpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Taródi vár	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Lövérek, Parkerdő, kiránduló utak, túrák	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Egyéb programlehetőségek</b>						
21. Bob pálya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Harrer csokoládékóstolás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Kerékpártúra Sopronban	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Étterem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Borkóstoló	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Idegenvezetés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Csík Ferenc uszoda és strand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Tómalom fürdő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13/B. Mely láttnivalókat kereste fel vagy tervezi felkeresni itt tartózkodása során a FERTŐ-TÁJON?**

Amelyeket már meglátogatta, kérem értékelje is!

Amennyiben nem járt vagy nem tervez a Fertő-tájon kirándulni jelen utazása során, kérem, ugorjon a következő kérdésre!

	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
1. Fertőboz település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Fertőboz – Gloriette-kilátó	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Fertőd település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Fertőd – Esterházy-kastély	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Fertőd – Esterházy-sírdomb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Fertőhomok település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Fertőhomok – Tájház	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Fertőrákos település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Fertőrákos – Barlangszínház	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Fertőrákos – Kőfejtő (Témapark)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Fertőrákos – Strand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Fertőszéplak település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Fertőszéplak – Széchenyi-kastély	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Fertőszéplak – Tájház	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Hegykő település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Hegykő – Sá-Ra termál	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
17. Hidegség település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Nagycenk település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Nagycenk – Széchenyi Múzeumvasút	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Nagycenk – Széchenyi-kastély	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Nagycenk – Lovarda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Páneurópai Piknik Emlékpark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Sarród település	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Sarród – Kócsagvár	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Sarród - Tájház	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Sopron-Balf településrész	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Sopron-Balf – Gyógyfürdő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Sopron-Balf – Forrás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Egyéb programlehetőségek</b>						
29. Látogatás a Fertő-Hanság Nemzeti Parkba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Kerékpártúra a Fertő-tájon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Étterem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Idegenvezetés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13/C. Mely egyéb településeket, vagy láttnivalókat kerestett fel vagy tervez felkeresni itt tartózkodása során?**

Amelyeket már meglátogatta, kérem értékelje is!

Amennyiben nem járt vagy nem tervez más települést felkeresni jelen utazása során, kérem ugorjon a következő kérdésre!

	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
1. Bük	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Kőszeg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Sárvár	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sümeg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Szombathely	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13/D. Mely egyéb településeket, vagy láttnivalókat kerestett fel vagy tervez felkeresni itt tartózkodása során KÜLFÖLDÖN?**

Amelyeket már meglátogatta, kérem értékelje is!

Amennyiben nem járt vagy nem tervez külföldi úticélt felkeresni jelen utazása során, kérem, ugorjon a következő kérdésre!

	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
<b>Ausztriában</b>						
1. Bécs – Práter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Bécs – Schönbrunn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Bécs – Shopping City Süd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Eisenstadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Frauenkirchen – St. Martins Therme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Illmitz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Lutzmansburg – Sonnenherme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Mörbisch - Vízisínpad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Parndorf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Podersdorf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Rust	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Semmering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



	Nem tetszett	Nem volt rám különösebb hatással	Tetszett	Nagyon tetszett	Tervezem felkeresni	Nem tervezem felkeresni
13. <i>Schneeberg</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. <i>St. Margarethen – Barlangszínház</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. <i>St. Margarethen – Märchenpark</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Szlovákiában</b>						
16. <i>Pozsony</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Mi tette Önre a legnagyobb benyomást?**

.....

.....

**15. Mi a véleménye Sopron és környékének idegenforgalmáról?**

.....

.....

A második blokkban általában a pihenési célú utazásai szokásaival kapcsolatban teszünk fel kérdéseket.

**16. Milyen gyakran utazik el pihenni?**

- évi egy alkalomnál kevesebbszer     évente egyszer     évente kétszer     évente háromszor     háromnál többször egy évben

**17. Utazásai célpontja pihenéskor:**

- inkább saját országom (ahol élek)     inkább külföldi ország     hasonló arányban saját és külföldi ország

**18. Utazásai célpontja pihenéskor:**

- leginkább nagyvárosok     leginkább kisvárosok     leginkább falvak     hasonló arányban falvak és városok

**19. Kérem jelölje be, hogy az alábbi állítások mennyire jellemzők Önre, amikor utazásai célpontját kiválasztja!**

	Egyáltalán nem jellemző	Inkább nem jellemző	Inkább jellemző	Teljes mértékben jellemző
1. <i>Természetben tudom kipihenni magam.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. <i>Vonzók azok a helyek, ahol találkozhatok a falusias életformával.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. <i>A nyüzsgő városokat kedvelem.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. <i>A természetnél jobban szeretek városokban barangolni, megnézni a nevezetességeket.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. <i>Legpihentetőbb egy wellness hotelben eltölteni néhány napot.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. <i>Az aktív üdülés tölt fel (pl. kerékpár túra).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. <i>Gasztronómiai élményeket keresem.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. <i>A kulturális rendezvények és fesztiválok felkeresése vonzó turisztikai élmény számomra.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**21. Legfeljebb mennyit költ szállására egy fő/éjszakára számolva?**

- 0 – 5000 Ft     5001 – 10.000 Ft  
 10.001 – 15.000 Ft     15.001 – 20.000 Ft  
 20.001 – 25.000 Ft     25.001 forintnál többet



Végül néhány, a személyével kapcsolatos kérdést teszünk fel.

**21. Mikor született? (évszám)**

.....

**22. Neme:**

- férfi*  *nő*

**23. Legmagasabb iskolai végzettsége:**

- kevesebb mint 8 általános*  *8 általános*  *szakmunkásképző, szakiskola*  *szakközépiskola, gimnáziumi érettségi*  
 *felsőfokú szakképzés (OKJ)*  *BA, BSc, főiskolai diploma*  *MA, MSc, egyetemi diploma*  *doktori fokozat*

**24. Lakóhelye: (település)**

.....

**25. Milyen típusú településen dolgozik?**

- nagyváros*  *kisváros*  *falu, község*

**26. Az Ön foglalkozása elsődlegesen:**

- fizikai alkalmazott*  *vállalkozó*  *háztartásbeli*  
 *szellemi alkalmazott*  *nyugdíjas*  *álláskereső*  
 *vezető beosztású alkalmazott*  *tanuló*  *egyéb: .....*

**27. Mekkora háztartása havi nettó jövedelme:**

- 100.000 Ft alatt*  *100.001 – 200.000 Ft*  *200.001 – 300.000 Ft*  *300.001 – 400.000 Ft*  
 *400.001-500.000 Ft*  *500.001-600.000 Ft*  *600.001 Ft felett*

**28. Hányan élnek együtt egy háztartásban?**

.....

**Köszönöm válaszait!**

**3. számú melléklet: A kulturális és örökségturizmus helyszínei és lehetőségei a Fertő-táj magyar településein, 2021**

<b>Település</b>	<b>Helyszínek</b>	
<b>Sopron–Balf</b>	Külterület	Szerb Antal emlékhely
	József A. Művelődési Ház	Nemzeti Emlékhely állandó kiállítás
	József A. Művelődési Ház	Horváth Teri színművésznő emlékszoba
<b>Fertőboz</b>	Julianus-völgy	Rendezvényhelyszín és pihenőpark
<b>Fertőd</b>	Esterházy-kastély főépület	Állandó és időszakos kiállítások
	Esterházy-kastély Pálmaház	Esterházy-képtár
	Esterházy-kastély Pálmaház	Az Esterházyak mesélő kincsei: Esterházy porcelánkabinet
	Esterházy-kastély főépület	Kastélykápolna
	Esterházy-kastély díszterem, Haydn-terem	Komolyzenei koncertek
	Marionettszínház	Körpanorámás vetítés
	Kiskastély	Barokk színháztörténeti túra
	Víztorony	Kishercegi játszóház
	Park	Cziráky-rózsakert
	Muzsikaház	Haydn-emlékszoba
	Szent Kereszt felmagasztalása templom	Udvardi Erzsébet festőművész oltárképe és stációképei
	Szent András vértanú templom	Komolyzenei koncertek
<b>Fertőhomok</b>	Sírdomb	Az Esterházy-család temetkezési helye
<b>Fertőrákos</b>	Tájház	Népiépítészet- és életmód-kiállítás
<b>Fertőrákos</b>	Fertőrákosi Kőfejtő és TémaPark	Természeti, őslénytani, közettani kiállítás
	Fertőrákosi Barlangszínház	Színház- és koncerthelyszín
	Mithras-szentély	Római kori templom
	Püspöki palota, pellengér	Kultúrtörténeti emlékek
<b>Fertőszéplak</b>	Tájházak	Népiépítészet- és életmód-kiállítás
	Mindenszentek templom és kálvária	Barokk stílusú műemlék
	Széchenyi-kastély: Peisonia Látogatóközpont	A Fertő-táj értékei kiállítás
	Vasútilámpa-múzeum	Ipartörténeti kiállítás
<b>Hegykő</b>	Csipkeház	Csipkegyűjtemény, népi építészeti és életmód-kiállítás
	Masinaház	1 csepp pálinka – Látvány Pálinkafőzde
	Külterület	Vasfüggöny emlékhely
<b>Hidegség</b>	Szent András-templom	Árpád-kori műemlék
	Szent Jakab-kápolna	Egyháztörténeti érték
	Pap kert	Meditációs, zarándokhelyszín botanikai értékekkel
<b>Nagycenk</b>	Széchenyi-kastély	állandó kiállítás (jelenleg felújítás alatt)
	Lovarda	hintókiállítás
	Múzeumvasút és mozdónyskanzen	közlekedéstörténeti kiállítás
	Széchenyi-mauzóleum	A Széchenyi család története
	Hársfasor, szoborpark és remetékápolna	A kastély építés- és kerttörténeti emlékei
<b>Sarród</b>	Gloriett	Kilátóhely
<b>Sarród</b>	Tájház	Népi építészeti és életmód-kiállítás
<b>Sarród–Fertőújlak</b>	Lászlómajor	Hagyományos gazdálkodás és mesterségek kiállítás, régi magyar állatfajok bemutató majorság

<b>Sopron</b> múzeumok, kiállítóhelyek	Patikamúzeum, Erdészeti Múzeum, Pékmúzeum, Ó-Zsinagóga, Páneurópai Piknik Emlékhely	Központi Bányászati Múzeum, Macskakő Gyermekmúzeum,
<b>Sopron</b> építészeti, képzőművészeti értékek	Zettl–Langer gyűjtemény, Soproni Horváth József kiállítás, Soproni Evangélikus Gyűjtemény	Tűztorony, Húségkapu, Lenck-villa, Storno-ház, Fabricius-ház, Scarbantia fóruma kiállítás, kőtár,
<b>Sopron</b> templomok, egyháztörténeti értékek	Mennyek királynője pálos karmelita kolostor és templom (Sopronbánfalva), Szent György-templom	Szent Mihály-templom és látogatóközpont, Kecsketemplom (interaktív kiállítás)

*Forrás: saját szerkesztés*

#### 4. számú melléklet: A fesztivál- és rendezvényturizmus, zenei turizmus lehetőségei a Sopron–Fertő-térségben

Település	Rendezvény	Zenei turizmus
<b>Sopron–Balf</b>	Képzőművészeti alkotótábor (gyermek és felnőtt), Őszi Szüreti Fesztivál	Alkalmi templomi koncertek
<b>Fertőboz</b>	Bodzafesztivál – világörökség nap, falunap	
<b>Fertőd</b>	Világörökség nap, Ribizlifesztivál, Eszterházi városnapok, Tavaszi és őszi kulturális örökség napok, múzeumok éjszakája	Haydn fesztivál Eszterházi Vigasságok zenei programjai A kastély komolyzenei rendezvényei
<b>Fertőhomok</b>	Diófesztivál, világörökség nap, falunap	A helyi Kajkavci horvát tamburazenekar koncertjei
<b>Fertőrákos</b>	Világörökség nap, Fertő party	Barlangszínházi zenés előadások és koncertek
<b>Fertőszéplak</b>	Világörökség nap, falunap, Tízforrás fesztivál helyi rendezvényei Örömút – közösségi színházi előadás Adventi forgatag	Tízforrás fesztivál koncertjei a templomban, karácsonyi hangverseny a Peisonia Látogatóközpontban, egyházzenei rendezvények a templomban: Szent Cecília magyar–osztrák kórus hangversenyei
<b>Hegykő</b>	Tízforrás fesztivál előadásai Világörökség nap, Szent Márton-nap, Szent Mihály-napi vásár,	Tízforrás fesztivál koncertjei Újévi koncert a templomban
<b>Hidegség</b>	Világörökség nap, Stangli fesztivál, Tízforrás fesztivál helyi rendezvényei,	
<b>Nagycenk</b>	Cenki szüreti fesztivál, világörökség nap, kulturális örökség napjai, múzeumok éjszakája a múzeumban	
<b>Sarród</b>	Ferenczi József Nemzetközi Képzőművészeti Alkotótábor, világörökség nap, kulturális örökség nap, múzeumok éjszakája nap (tájház), falunap	Adventi koncert
<b>Sarród- Fertőújlak, Lászlómajor</b>	Őszi és tavaszi madármegfigyelő napok, Hídi vásár, nemzeti parkok hete, állatok világnapja, világörökség nap, karácsonyi és húsvéti hagyományörző rendezvény,	
<b>Sopron</b>	Múzeumok éjszakája kutatók éjszakája (egyetem) kulturális örökség napok Kelta fesztivál, Tündérfesztivál, Kékfrankos fesztivál	VOLT Fesztivál Filharmonikus bérlet előadásai Koncertek a Liszt-központban Egyházzenei koncertek templomi helyszíneken

*Forrás: saját szerkesztés*

**5. számú melléklet: Egészségturisztikai kínálati elemek a Sopron–Fertő-desztinációban és hatáskörzetében**

<b>Egészségturizmus</b>		
<b>Wellness-turizmus</b>	<b>Gyógyturizmus</b>	<b>Orvosi turizmus (legjellemzőbb szolgáltatásai)</b>
<p>Fitnesz Konditermek: soproni panziók és szállodák (Hotel Lövér, Hotel Sopron, Hotel Pannónia, soproni szolgáltatók: Fitt Forma Smart, Speedfit Stúdió, Cutler Gym, BECSA Gym, Best Fitness, Fitt Max edzőterem, Fertőd (Iron Bull Fitness), Fertőszentmiklós, Hegykő, Balf Osztrák kínálat: Vila Vita Pannonia, Pamhagen konditerem, fedett teniszpálya, Podersdorf: Crossover Fitness Gols: Aktiv Training Weiden: Gym and Boks Neusiedl: Milon Fitness Resch, Black Sunset Cross Fit</p>	<p>Gyógyfürdő Balf, Hegykő, (Petőháza), (Bük), (Kapuvár) termálvize minősített gyógyvíz Sopron: uszoda  Termálfürdő, uszoda: Neusiedl am See, Frauenkirchen, Gols, Eisenstadt, Siegendorf, (Lutzmannsburg)</p>	<p>Fogászat Sopron „a fogorvosok fővárosa” Hegykő: 2 fogászat Fertőd: 4 fogászat</p>
<p>Aktív wellness (főleg stresszcsoökkentő célú szabad téri testmozgás): Sopron erdei futópálya, nordic walking Pamhagen: Vila Vita Pannonia – nordic walking, futópályák</p>	<p>Gyógybarlang: Nincs a térségben</p>	<p>Plasztikai sebészet Soproni Gyógyközpont és magánszolgáltatók</p>
<p>Családi wellness (családi relaxációs program): soproni szállodák, panziók: szauna, úszómedence, masszázs Hegykő, Frauenkirchen: St. Martins Therme, Vila Vita Pannonia Pamhagen, Eisenstadt, élményfürdő: (Bükfürdő), (Lutzmannsburg)</p>	<p>Gyógyiszap: Nincs a térségben</p>	<p>Ortopéd sebészet Soproni Gyógyközpont</p>
<p>Selfness (önmagunk megismerésére, test és lélek összhangjára koncentráció életforma) Frauenkirchen: St. Martins Therme, Vila Vita Pamhagen, (Lutzmannsburg)</p>	<p>Gyógyklíma Sopron klimatikus gyógyhely</p>	<p>Diagnosztika Sopron Gyógyközpont és magánszolgáltatók</p>
<p>Soulness (szellemi–lelki regenerálódás): Sopronbánfalvi Kolostor Elvonulási Központ, Hotel és Étterem Frauenkirchen: St. Martins Therme, Vila Vita Pannonia Pamhagen, (Lutzmannsburg)</p>	<p>Mofetta A közeli Kapuváron kezelnek mozgásszervi betegségeket szénsavhóval</p>	<p>Rehabilitáció Sopron Gyógyközpont (szívszanatórium, Balf)</p>
<p>Medical wellness (wellness-szolgáltatások orvosi felügyelettel): Balf, Hegykő, Frauenkirchen: St. Martins Therme</p>	<p>Ivókúra Balf</p>	<p>Sopronban még jellemző: Szemészet Sopron Gyógyközpont és magánszolgáltatók</p>

*RUSZINKÓ Á. –DONKA A. (2019) felosztása nyomán térségi adatokkal kibővített saját szerkesztés*



**6. számú melléklet: Aktív (természetjárás, vízi, kerékpáros és ökoturisztikai lehetőségek a Sopron–Fertő-desztinációban, 2021**

Település	Túraútvonal, tanösvény Természetjárás, ökoturizmus	Kerékpárút kerékpáros turizmus	Fertő tó vízi sportturizmus, hajózás	Horgászto horgász turizmus	Strandfürdő, uszoda, fürdő- turizmus
Sopron–Balf		X	X		X
Fertőboz		X			
Fertőd		X			
Fertőhomok	X	X			
Fertőrákos	X	X	X		X
Fertőszéplak		X		X	
Fertő- szentmiklós		X			
Hegykő	X	X		X	X
Hidegség		X			
Nagycenk		X			
Sarród	X	X		X	
Sopron- horpács					
Simaság					
Sopron	X	X		X	X
<b>Összesen</b>	5	12	2	4	4

*Forrás: saját szerkesztés*

**7. számú melléklet: Egyéb aktív turisztikai lehetőségek a Sopron–Fertő-desztinációban és a térségi osztrák településeken, 2021**

Tevékenység	Magyar település	Osztrák település
Tájfutás	Sopron	Pamhagen Vila Vita Pannonia 3 kiépített útvonal
Nordic walking	Kiépített és jelzett útvonal nincs	Rust, Oggau, Mörbisch Kiépített útvonal (50 km), 15 túraajánlat St Andra, (Halbturm) Lauf- und Walkingarena Seewinkel–Heideboden
Falmászás, erdei mászópálya	Lövér Kalandpark, Sopron, erdei mászó- és csúszdapályák	(Lutzmannsburg: Sonnenland Seilgarten)
Görkorcsolya		St. Andra, (Lutzmannsburg: ügyességi pálya)
Streethockey		Pamhagen: VilaVita Pannonia
Téli sportok	Magyar szállással: Semmering, Schneeberg, Rax, kb. 100 km	
Lovas turizmus	Sarród, Fertőszéplak, Hegykő, Hidegség, Nagycenk, Sopron	Pamhagen, Wallern, Podersdorf, Illmitz, St. Andra, Neusiedl am See, Rust, Mörbisch, Oggau
Horgászturizmus	Sarród, Fertőszéplak, Hegykő, Sopron	Vízparti települések
Vadászturizmus	SEVAKO Vadászati iroda, Pápa KAEG (Kisalföldi Állami Erdőgazdaság, Kapuvár, Győr és külföldi irodák intézik a vadásztatást elsősorban rábaközi és hansági területen	Burgenlandi Vadászszövetség, Eisenstadt Vadászterület: Leithagebirge, Parndorfer Platte

*Forrás: saját szerkesztés*

**(Megjegyzés: A zárójelbe tett települések desztináción kívüliek.)**

**8. számú melléklet: A kerékpárút-hálózat fejlesztése a Fertő tó mentén (2010–2021)**

<b>Műszaki tartalom</b>	<b>Beruházó</b>	<b>Finanszírozás forrása</b>	<b>A munkálatok ellenértéke (bruttó forint)</b>	<b>Teljesül és éve</b>
Kerékpárútszakaszok építése Fertőd és Fertőszentmiklós között, Kópháza belterületén és Ágfalva belterületén	Fertőd Város Önkormányzata	Európai Unió támogatás NYDOP 4.3.1/B Kerékpárút-hálózat fejlesztése forgalmas útszakaszok mentén – Biztonságos és fenntartható kerékpáros közlekedésért a Fertő/ Neusiedler See kultúrtájon	192 317 133	2010.
Új kerékpárút szakaszok: Harka, Nagycenk, Ágfalva, Zsira, Répcevis térségében Kerékpáros pihenőhelyek: Sarród, Hegykő, Fertőhomok, Hidegség, Nagycenk településeken	Fertő–Hanság Nemzeti Park Igazgatóság	Európai Unió támogatás NYDOP-2.2.1/C-2f- Tájéegységi, öko- és aktív turisztikai programok megvalósítása – Kerékpárral a Fertő-tó Neusiedlersee kultúrtájon	320 037 643	2011.
Hubertusz út – Major köz/ Ikvahíd utca/ Szent Mihály utca közötti belterületi hivatásforgalmi kerékpárút építése Sopronban	Sopron MJV Önkormányzata	Európai Unió támogatás NYDOP-4.3.1/B-09. – Hubertusz út – Major köz/ Ikvahíd utca/ Szent Mihály utca közötti belterületi hivatásforgalmi kerékpárút építése Sopronban	34 771 481	2011.
Kerékpárút építése Fertőújlak településrészről az osztrák–magyar államhatárig	Fertő–Hanság Nemzeti Park Igazgatóság Kapunár–Beledi Kistérség Többcélú Társulás Sarród Község Önkormányzata	Európai Unió támogatás NYDOP-2.1.1/E-09-2009-0011 – Turisztikai fejlesztések a Fertő/ Neusiedlersee kultúrtáj valamint a Rábaköz, Hanság területein	463 475 638	2012.
Fertő tó körüli kerékpárút meglévő szakaszainak felújítása	Fertő–Hanság Nemzeti Park Igazgatóság	kormányzati támogatás	450 000 000	2013.
Sopron Hubertusz út – Sopron határállomás közötti kerékpárút külterületi szakaszának építése	Sopron MJV Önkormányzata	Európai Unió támogatás KÖZOP-3.2.0/c-08-11-2011-0003 – Sopron Hubertusz út – Sopron határállomás közötti kerékpárút külterületi szakaszának építése	170 637 004	2013.
Sopron–Balf és Fertőrákos közötti kerékpárút kialakítása	Fertő–Hanság Nemzeti Park Igazgatóság Magyar Közút Nonprofit Zrt.	Európai Unió támogatás NYDOP-2.1.1/E-13-2013-0001 – A Fertő tó körüli kerékpáros hálózat fejlesztése	804 999 778	2016.
Kerékpárút építése Nagycenk és Pereszteg között	Nagycenk Nagyközség Önkormányzata Pereszteg Község Önkormányzata	Európai Unió támogatás TOP-3.1.1-15-GM1-2016-00016 – Kerékpárút építése Nagycenk és Pereszteg között	298 935 463	2019.

Sarród úthálózatának kerékpárosbarát továbbfejlesztése	Sarród Községi Önkormányzat	Európai Uniós támogatás TOP-3.1.1-15-GM1-2016-00001 – Sarród úthálózatának kerékpárosbarát továbbfejlesztése	70 000 000	2019.
Fertőendréd és Fertőd településeket összekötő kerékpárút létesítése	Fertőd Város Önkormányzata	Európai Uniós támogatás TOP-3.1.1-15-GM1-2016-00018 – Fertőendréd és Fertőd településeket összekötő kerékpárút létesítése	83 000 000	2019.
Kerékpárút fejlesztése Fertőendréd	Fertőendréd Község Önkormányzata	Európai Uniós támogatás TOP-3.1.1-15-GM1 – Kerékpárút fejlesztése Fertőendréd	55 056 220	2019.
Fertőd–Sarród–pomogyi határátlépési pont közötti kerékpárút felújítása	Magyar Közút Nonprofit Zrt.	Kerékpárút üzemeltetési szerződés KRKF/456/2019-ITM_SZERZ Keretmegállapodás tárgya: „2017–2020 évekhez kapcsolódóan hazai és uniós forrásból finanszírozott, helyi és országos közúthálózaton történő fejlesztési és felújítási munkákra keretmegállapodások megkötése 6 részben” Keret-megállapodás száma: KB-2017/0000225/006/00 (NYD) Szerződés tárgya: Építési keretmegállapodás 2017-2020 - Nyugat-dunántúli régió – Hazai finanszírozás – 24. verseny újraindítás” Szerződés száma: KF-2019/1000210700/001/00	293 240 043	2020.
Kerékpárosbarát településrészek kialakítása: a soproni Jereván-lakótelep kerékpárosbarát fejlesztése	Sopron MJV Önkormányzata	Európai Uniós támogatás TOP-6.4.1-15-SP1 – Fenntartható városi közlekedésfejlesztés – Kerékpárosbarát településrészek kialakítása: a soproni Jereván-ltp. kerékpárosbarát fejlesztése	130 000 000	2021.
Sopron–Fertőrákos kerékpárút felújítása; 15 helyszínen kerékpáros pihenőpont létesítése; Sarród–Fertőújlak Fő utca útburkolat felújítása; Kerékpárkölcsonzó és csillagtúraközpont létesítése Fertődön; Illemhely és kerékpáros	Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő NZrt. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ NKft. Magyar Turisztikai	Európai Uniós támogatás GINOP-7.1.9-17-2018-00020 – A kerékpáros turizmus fejlesztése a Sopron–Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térségben	662 027 337	2021.

pihenőhely létesítése Fertődön; Illemhely és kerékpáros pihenőhely létesítése Fertőrákoson.	Szövetség Alapítvány			
Sopron–Harka közötti kerékpárforgalmi létesítmény kialakítása; Sopron, Nemeskúti út felújítása; Simaság: kerékpáros pihenőhely kialakítása.	Sopron–Fertő Turisztikai Fejlesztő NZrt. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ NKft. Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt.	Európai Uniós támogatás GINOP-7.1.9-17-2020-00042 – Aktív turisztikai fejlesztések a Sopron–Fertő turisztikai térségben	500 000 000	2021.
<b>Mindösszesen*</b>			<b>4 528 497 740</b>	

*Forrás: Saját szerkesztés*

**9. számú melléklet: A természetjáráshoz, ökoturizmushoz és kerékpáros turizmushoz kapcsolódó infra- és szuprastruktúra a Sopron–Fertőd-desztinációban: Fertő-táj 2021**

<b>Kategória/ helyszín</b>	<b>Balf</b>	<b>Hegykő</b>	<b>Fertőd</b>	<b>Fertőboz</b>	<b>Fertő- homok</b>	<b>Fertő- rákos</b>	<b>Fertő- széplak</b>	<b>Hidegség</b>	<b>Sarród Fertőújlak</b>
Szálláshely	X	X	X	X	X	X	X		X
Kerékpár- bérlés		X	X			X	X		X
Kerékpár- szerviz		X	X			X			
Pihenőhely	X	X	X			X	X	X	
Kerékpárút	X	X	X	X	X	X	X	X	X (sáv)
Elekt. töltő			X						
Élelmszer- bolt	X	X	X			X	X	X	
Büfé, étk. lehetőség	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Élmény- program	X	X	X			X			X
<b>ÖSSZESEN</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

*Forrás: saját szerkesztés*

**10. számú melléklet: A természetjáráshoz, ökoturizmushoz és kerékpáros turizmushoz kapcsolódó infra- és szuprastruktúra a Sopron–Fertőd-desztinációban: Sopron–Fertő desztináció többi települése, 2021**

Kategória/ helyszín	Sopron	Fertő- szenmiklós	Nagyecenk	Sopron- horpács	Röjtökmuzsaj	Simaság
Szálláshely	X	X		X	X	X
Kerékpár- bérlés	X				X	
Kerékpár- szerviz	X	X				
Pihenőhely	X	X				
Kerékpárút	X	X				
Elekt. töltő	X					
Élelmszer- bolt	X	X	X	X	X	X
Büfé, étk. lehetőség	X	X	X	X	X	X
Élmény- program	X					
<b>ÖSSZESEN</b>	9	6	2	3	5	3

*Forrás: saját szerkesztés*

**11. számú melléklet: A Fertő–Hanság Nemzeti Park ökoturisztikai kínálatának összetevői I.: bemutató- és oktatóközpontok, tanösvények**

Bemutatóhelyek, látogatóközpontok	Helyszín
Kócsagvár bemutatóhely és igazgatási épület	Sarród
Bemutató majorság és látogatóközpont	Lászlómajor (Sarród)
Karám – Hanság-főcsatorna bemutatóhely	Fertőújlak (Sarród)
Csapody I. Természetiskola és Ifjúsági Szálló	Fertőújlak (Sarród)
Hanság élővilága kiállítás	Öntésmajor
Csikos égeres	Osló
<b>Oktatóközpontok: Ökopedagógia</b>	Lászlómajor, Csapody Erdei Iskola, Kócsagvár
Erdei iskolaprogramok alsó és felső tagozat	madarászat, mocsárjárás, madárvédelem, helytörténet, élményösvény
Csak felső tagozat	Csillagos égbolt, Fertőzug (osztrák)
<b>Tanösvények</b>	
Sziki Őszirozsa	Fertőújlak – Hanság-főcsatorna
Gyöngyvirág	Sopron (Tómalom) – Fertőrákos irány
Vadgazdálkodási és vadászati t.	Sopron
Tolvaj-árok természetismereti t.	Sopron
Ciklámen	Sopron
Kövi benge	Fertőrákos püspöki kőfejtő
Vízi rence	Balf – Csárdakapui-csatorna – Fertő tó
Őszapó önkormányzati	Sarród
Nádak útján önkormányzati	Hegykő

*Forrás: Saját szerkesztés*

**12. számú melléklet: A Fertő–Hanság Nemzeti Park ökoturisztikai kínálatának összetevői II.:**

**Ökoturisztikai programok és rendezvények a Fertő–Hanság Nemzeti Parkban, 2020/2021**

<b>Rendezvények</b>	
Európai nemzeti parkok napja (máj. 24.)	Tavaszi madármegfigyelő nap
Húsvéti játszóház (április)	Kezdő madarászok napja (április)
Gyöngyvirág túra a Szárhalmi-erdőben (máj.)	Madarak és fák napja (május 10.)
Környezetvédelmi világnap (június)	Magyar nemzeti parkok hete (június vége)
Ciklámentúra a Soproni-hegyvidéken (szept.)	Nemzetközi madármegfigyelő napok (október)
Állatok világnapja (okt. 5.)	Libahúzás (november)
Adventi vásár és játszóház (dec. 2. hét)	
<b>Jeles napokhoz szervezett programok</b>	Erdők napja (márc. 21.), víz világnap (márc. 22.)
Habitat (élőhely) világnap (okt. 1.)	Föld napja (ápr. 22), a magyar természet napja (máj. 22.)
<b>Vezetett túrák, élményprogramok</b>	Csoportoknak, egyéni látogatóknak
3 órás kenutúra – Balf	Sziki őszirózsa tanösvény – Fertőújlak
Kirándulás Hany Istók birodalmában (Osló)	Túrák a Soproni Tájvédelmi Körzetben
Madárles Fertőújlakon	Kerékpártúrák
Szolárhajózás a Fertőn – Hanság-főcsatorna	E-bike túra
Filmvetítés: Lászlómajor, Csapody erdei iskola	Gyógynövénytúra: Fertőd, kastélypark

*Forrás: saját szerkesztés [www.ferto-hansag.hu](http://www.ferto-hansag.hu) alapján*

**13. számú melléklet: Vállalkozók ökoturisztikai élményprogramjai csoportoknak és egyéni látogatóknak Sopronban és a Fertő-tájon, 2019/2021**

<b>A program jellege, szervező, honlap</b>	<b>Programok</b>
Elektromos kisvonat (Eszterházi expressz)	Fertődi kastélypark, Fertő–Hanság-főcsatorna, Hany Istók nyomában (Hegykő–Hanság-főcsatorna) pálinkakóstolással
Fertő-táj túra (Tislér Diána) ( <a href="http://fertotajtura.hu">fertotajtura.hu</a> )	Lovaskocsikázás madárlessel és kóstolóval Komplex túrák (lovaskocsi, szolárhajó)
Éjszakai túrák Hegykő környékén	Egyéni vezetett túrák, kerékpártúrák
Ahol a Lajta a Fertővel találkozik, borkóstolóval	Távcsöves libales, Vadludak szárnyalása naplementében, Tűzoknász
Soproni túrák (Sáros Viktor) <a href="https://www.soproniseta.hu/">https://www.soproniseta.hu/</a>	Évszázados Lövések
Soproni, fertőrákosi, balfi, fertődi, nagycenki, hegykői programok (Szerdahelyi család) <a href="http://www.sopronikirandulas.hu/html">http://www.sopronikirandulas.hu/html</a>	Körutazás, városnézés elektromos kisvonattal, vezetéssel, kvízzjátékkal, fakultatív gasztronómiai programmal
Soproni túrák (Taschner Tamás) <a href="https://www.bonaparte.hu/">https://www.bonaparte.hu/</a>	Szent Iván éji séta
Emmaustól Bánfalvaig egy húsvéti soproni szokás	A soproni cédrus

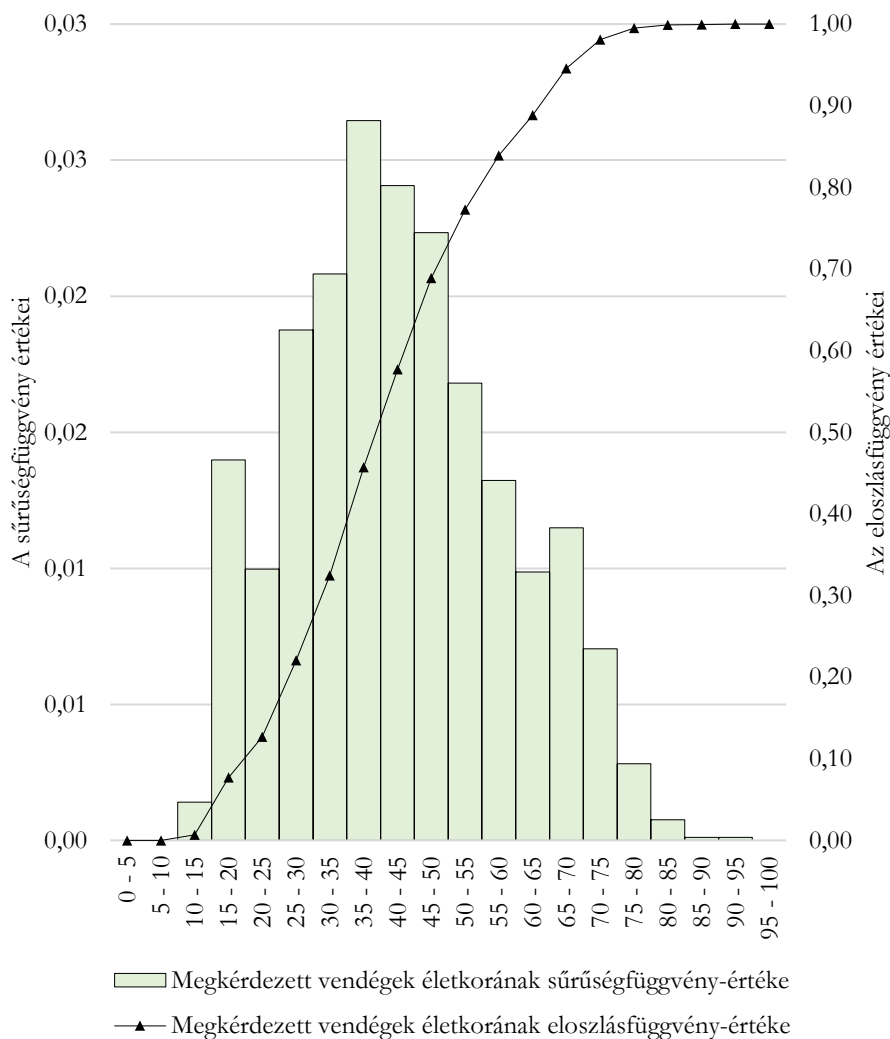
*Saját szerkesztés internetes és személyes információk alapján*

**14. számú melléklet: Éléményalapú turisztikai lehetőségek a Sopron és térsége desztinációjában,  
2021**

<i>Sopron</i>		
	Vezető élményelemek	Kiegészítő (szezonális) élményprogramok
Tűztorony	Makettkészítés	
Központi Bányászati Múzeum	Élménybánya, működő bányagépmo­dellek	
Macskakő Gyermekmúzeum	Múzeumpedagógiai foglalkozások óvodás korosztálytól középiskolásig római kor, barokk kor, 1848-as forradalom és szabadságharc, helytörténet témában	Római és barokk születésnap buli Nyári táborok: Múzsák nyomában, Kézművesek utcája
		Utazó múzeum: kihelyezett foglalkozások
Pékmúzeum	Süt a pék – interaktív foglalkozás óvodás és alsó tagozatosoknak	
Ligneum	Működő famegmunkáló gépmo­dellek, fakvíz, fahangszerek kipróbálása. Múzeumpedagógiai foglalkozások.	
Soproni Múzeum	Tematikus élményséták	
Liszt Ferenc nyomában – zenés túra	Rejtőzködő Sopron – földalatti kiállítóhelyek	Sopron zsidó emlékezete
Az égő hegy legendája – látogatás Brennbergbányán	Kelták – egy misztikus nép kultúrája	
Sopron vármegye makettpark	Szabadtéri makettkiállítás	
Kalandpark	Ügyességi kalandpálya az erdőben	
Harrer Csokoládémanufaktúra	Csokikészítés és -kóstolás a látványműhelyben	Csokivásárlási lehetőség, cukrászda
Fertőd	Esterházy-kastély programjai, vezetett túrák	Születésnap programok
	Felnőtt program: Barokk konyha, kosztümös kastélylátogatás, piknik a Pál-majorban, barokk színháztörténeti túra, menüett-tanulás	
	Gyermekprogramok: Menüett-tanulás, kosztümös kastélylátogatás, a mulatóerdő titka (hátizsákos parklátogatás), kínai teaszertartás és kalligráfia	
Marionett-színház	Körpanorámás vetítés	
Kastélypark	Elektromos kisvonat, levendulaszüret	
Cziráky Margit rózsakert	A virágzási időszakban vezetett túrák	
Víztorony	Kalandbirodalom (2021): szabadulószo­ba, mászófal, evezőgéppel a virtuális Fertő tavon, AktiVár: interaktív érzékelő kiállítás, Mozgolódó: barlang és építőjátékok, Brummogó: plüssmackó szoba	Egész- és félnapos programkínálat étkezési lehetőséggel
Fertőrákos	Kőfejtő, témapark és barlangszínház	Kikötő: hajózás
Témapark Vezetett interaktív séta a Sziklai benge tanösvényen	Témapark: Barlangoló: adott időpontokban	Esküvői és rendezvényhelyszín-szolgáltatások, büfé, parkoló, ajándékbolt

*Forrás: saját szerkesztés*

**15. számú melléklet: A felmért vendégkör megoszlása korcsoportok szerint**



*Forrás: saját felmérés*

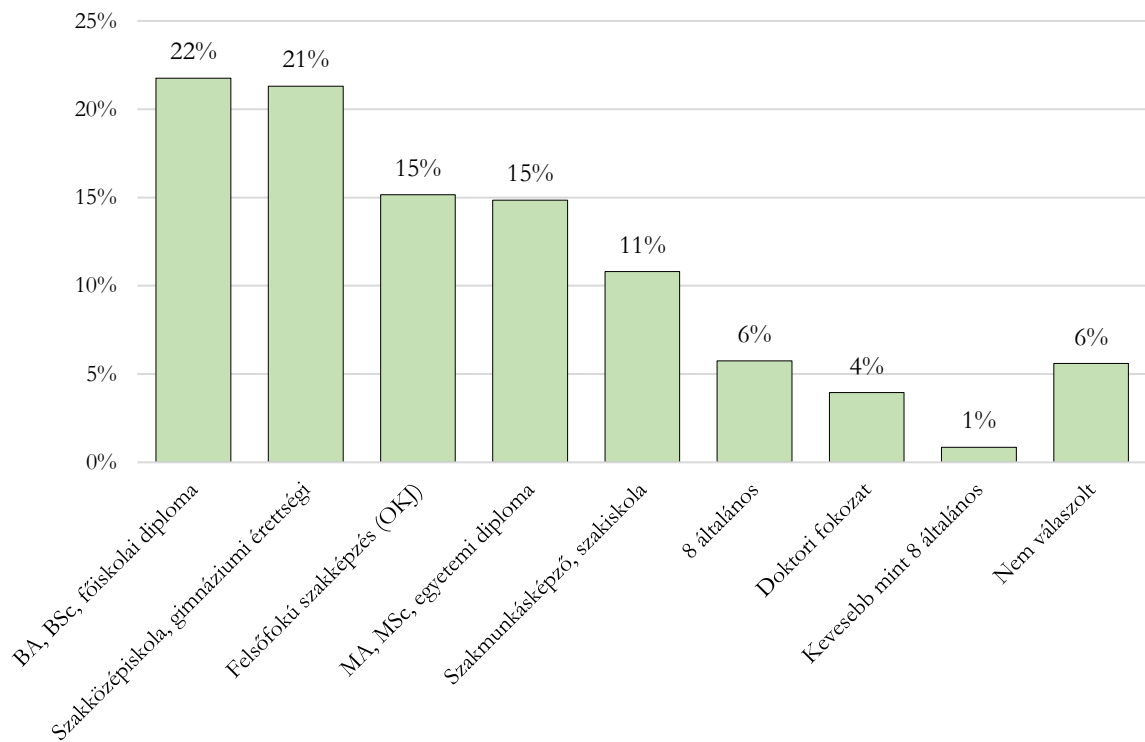
**16. számú melléklet: A felmért vendégkör korcsoportok szerinti eloszlásának főbb statisztikai jellemzői**

Életkor eloszlás egyes statisztikái	
Csúcsosság	-0,565
Ferdeség	0,284
Várható érték	43,562
Medián	43
Módusz	29
Első kvartilis	32
Harmadik kvartilis	54
Percentilis (5)	19
Percentilis (10)	23
Percentilis (90)	66
Percentilis (95)	71

*Forrás: saját felmérés*

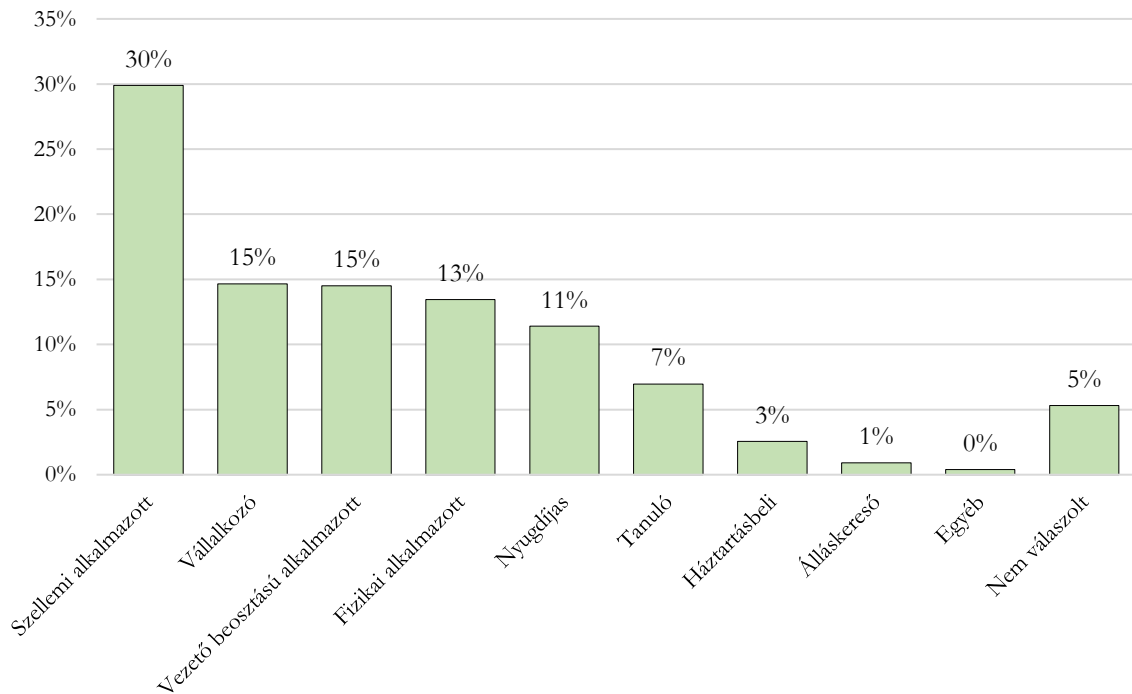


### 17. számú melléklet: A felmért vendégkör képzettség szerinti megoszlása (%)



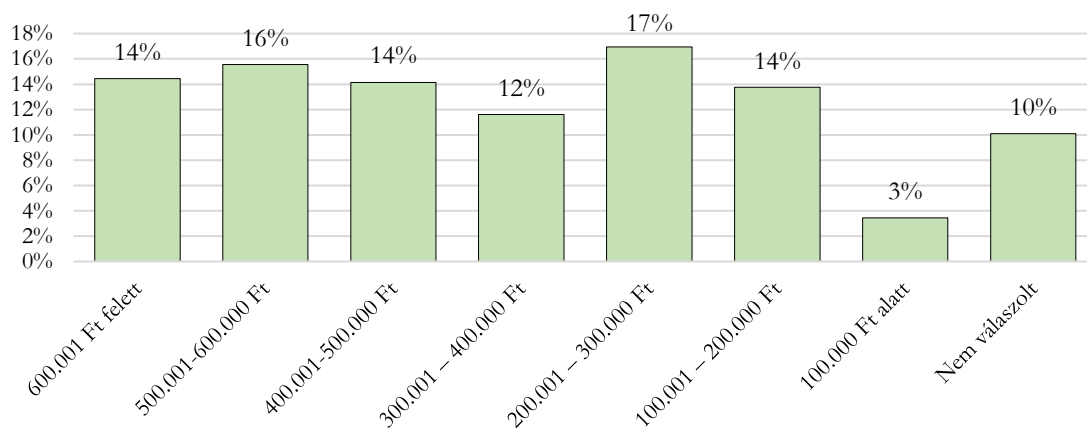
*Forrás: saját felmérés*

### 18. számú melléklet: A felmért vendégkör elsődleges munkaerőpiaci státusza (%)



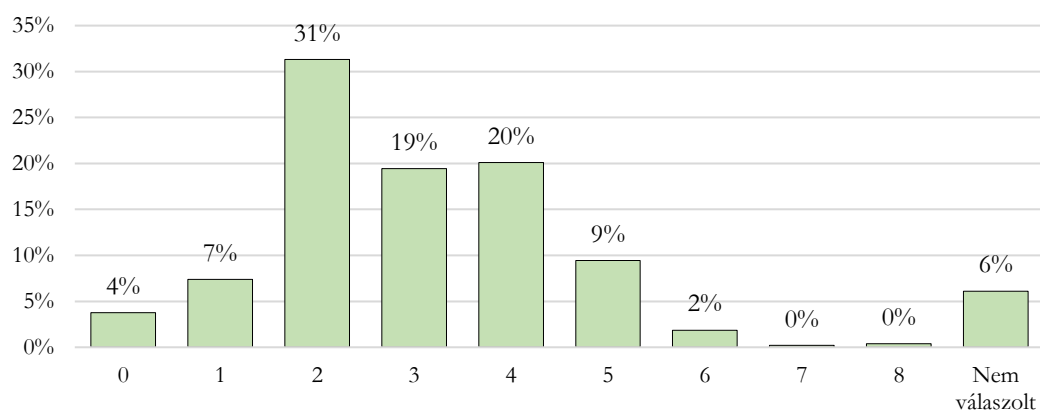
*Forrás: saját felmérés*

**19. számú melléklet: A felmért vendégkör megoszlása a háztartás havi nettó jövedelme alapján (%)**



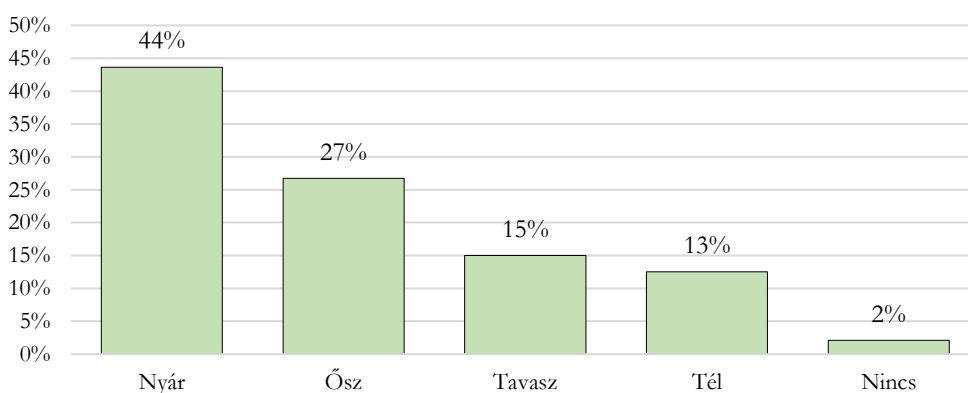
*Forrás: saját felmérés*

**20. számú melléklet: A felmért vendégkör megoszlása a háztartásban együtt élők száma szerint (%)**



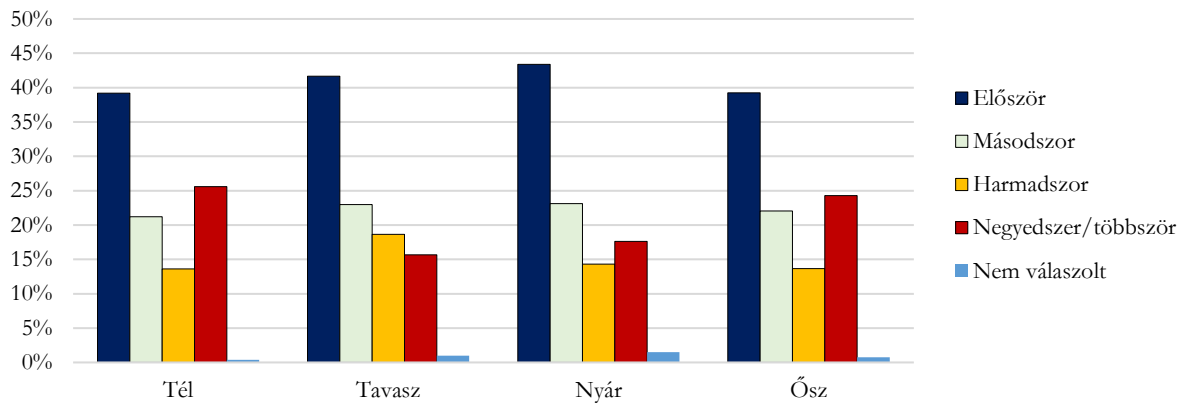
*Forrás: saját felmérés*

**21. számú melléklet: A Sopron–Fertő-térség keresletének szezonális megoszlása (%)**



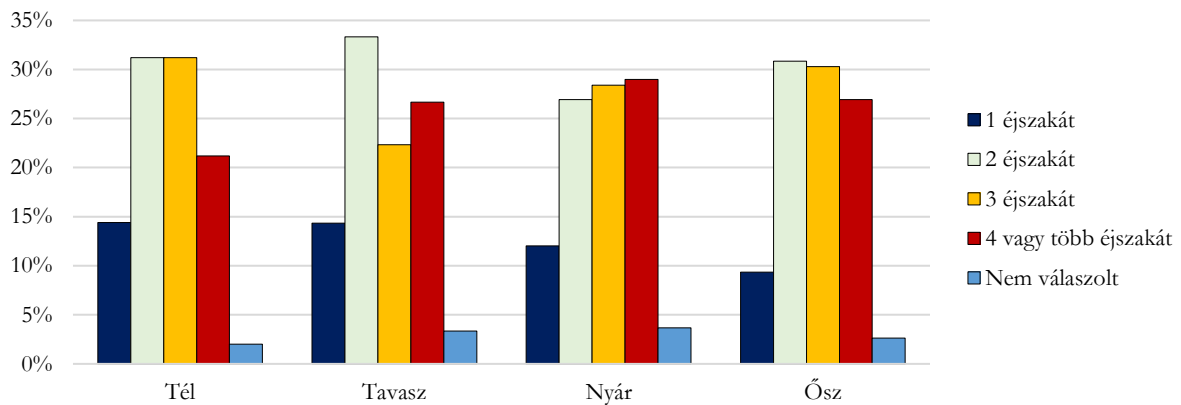
*Forrás: saját felmérés*

**22. számú melléklet: A Sopron–Fertő-térségbe történő utazások száma évszakonként (%)**



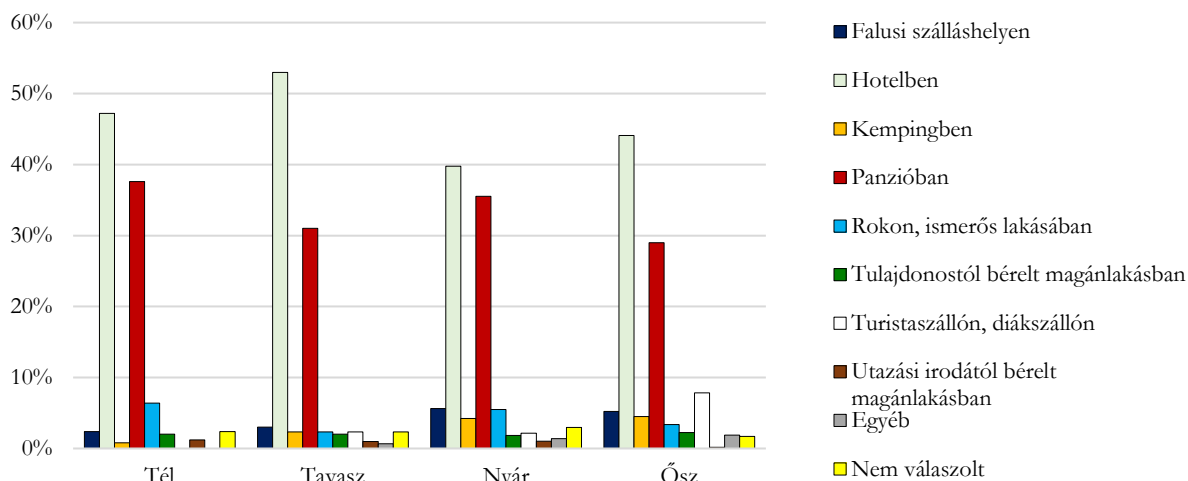
*Forrás: saját felmérés*

**23. számú melléklet: A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták átlagos tartózkodási ideje évszakonként (%)**



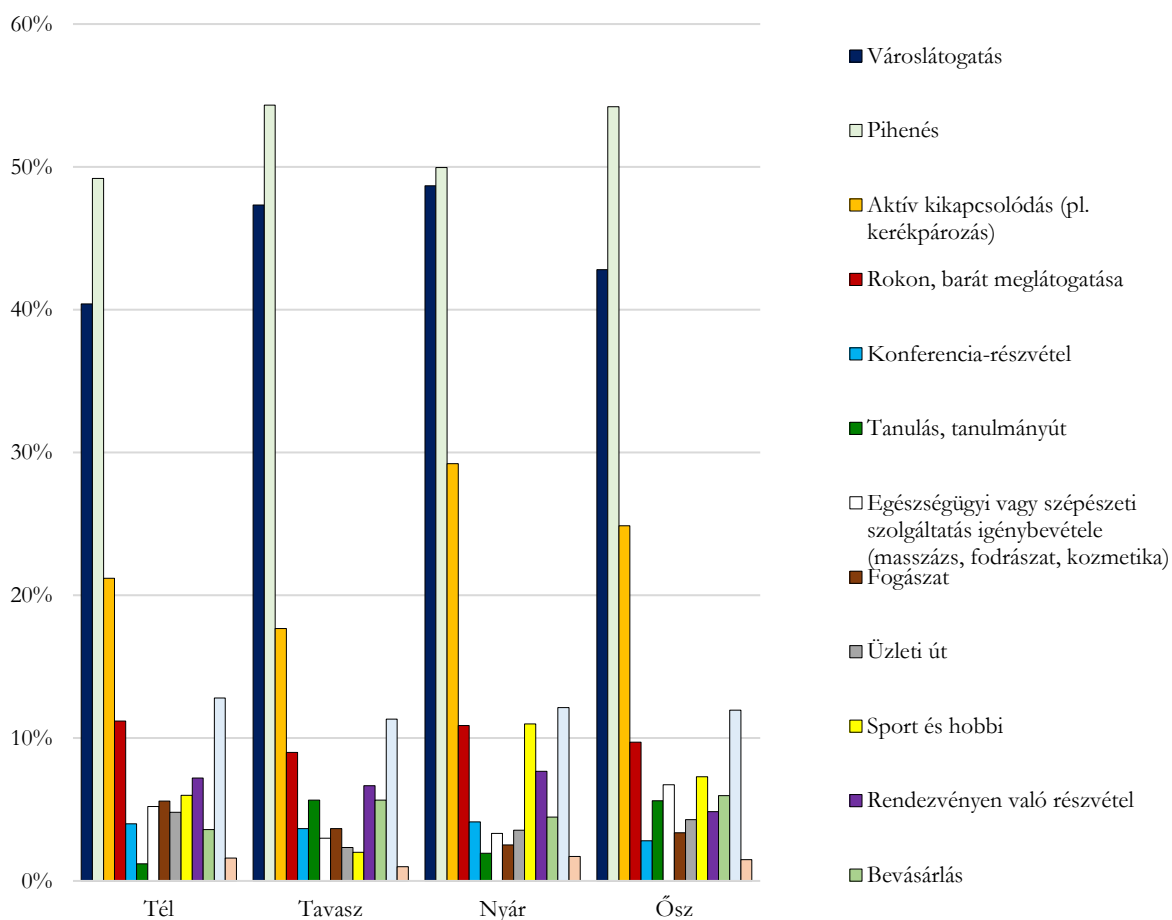
*Forrás: saját felmérés*

**24. számú melléklet: A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták által igénybe vett szálláshelyek évszakonként (%)**



*Forrás: saját felmérés*

**25. számú melléklet: A Sopron–Fertő-térségbe érkező turisták elsődleges utazási motivációja évszakonként (%)**



*Forrás: saját felmérés*

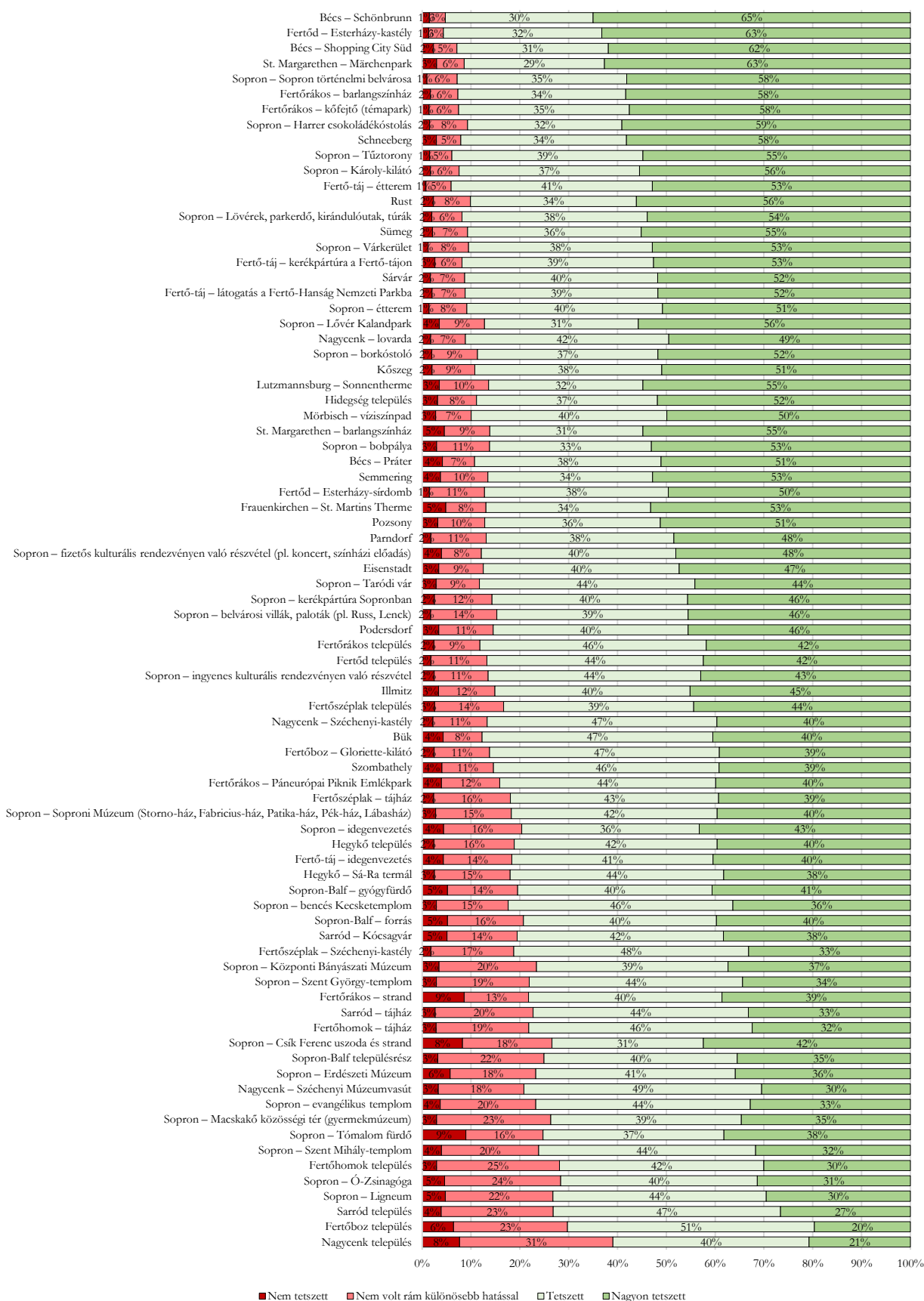
**26. számú melléklet: A vizsgált élményelemek a felmért vendégkör térbeli turisztikai aktivitása szerint**

Élményelem	Felkereste	Tervezi felkeresni	Nem tervezi felkeresni	Felkereste , vagy tervezi felkeresni (%)	Nem tervezi felkeresni (%)	Kvartilis
Sopron – Sopron történelmi belvárosa	1315	197	488	76%	24%	4
Sopron – Tűztorony	1267	218	515	74%	26%	4
Sopron – Várkerület	1220	196	584	71%	29%	4
Fertőd – Esterházy-kastély	967	274	759	62%	38%	4
Sopron – belvárosi villák, paloták (pl. Russ, Lenck)	934	244	822	59%	41%	4
Sopron – étterem	906	259	835	58%	42%	4
Sopron – Károly-kilátó	845	292	863	57%	43%	4
Étterem	793	309	898	55%	45%	4
Sopron – Lövérek, parkerdő, kirándulóutak, tűrák	772	276	952	52%	48%	4
Sopron – Soproni Múzeum (Storno-ház, Fabricius-ház, Patikaház, Pékház, Lábasház)	723	309	968	52%	48%	4
Fertőd település	785	241	974	51%	49%	4
Fertőrákos – kőfejtő (témapark)	709	307	984	51%	49%	4
Sopron – Bencés Kecsketemplom	789	214	997	50%	50%	4
Nagyecenk – lovarda	699	303	998	50%	50%	4
Sopron – Harrer csokoládékóstolás	655	336	1009	50%	50%	4
Látogatás a Fertő–Hanság Nemzeti Parkba	638	351	1011	49%	51%	4
Sopron – ingyenes kulturális rendezvényen való részvétel	652	317	1031	48%	52%	4
Fertőrákos – barlangszínház	655	312	1033	48%	52%	4
Sopron – Taródi vár	666	287	1047	48%	52%	4
Hidegség település	666	280	1054	47%	53%	4
Bécs – Schönbrunn	674	262	1064	47%	53%	3
Hegykő – Sá-Ra termál	672	257	1071	46%	54%	3
Fertőrákos település	660	261	1079	46%	54%	3
Sopron – Lövér Kalandpark	626	290	1084	46%	54%	3
Sopron – borkóstoló	663	245	1092	45%	55%	3
Nagyecenk – Széchenyi-kastély	593	276	1131	43%	57%	3
Sopron – fizetős kulturális rendezvényen való részvétel (pl. koncert, színházi előadás)	585	262	1153	42%	58%	3
Fertőszéplak település	588	258	1154	42%	58%	3
Sopron – Szent György-templom	657	188	1155	42%	58%	3
Fertőd – Esterházy-sírdomb	603	238	1159	42%	58%	3
Sopron – Szent Mihály-templom	662	176	1162	42%	58%	3
Sopron – Ó-Zsinagóga	568	269	1163	42%	58%	3
Nagyecenk – Széchenyi Múzeumvasút	604	232	1164	42%	58%	3
Kerékpártúra a Fertő-tájon	540	292	1168	42%	58%	3
Sopron – evangélikus templom	619	199	1182	41%	59%	3
Bécs – Práter	558	242	1200	40%	60%	3
Sopron – Központi Bányászati Múzeum	525	270	1205	40%	60%	3
Kőszeg	546	248	1206	40%	60%	3
Fertőboz – Gloriette-kilátó	529	256	1215	39%	61%	3
Sopron – bobbálya	543	231	1226	39%	61%	3
Sarród – Kócsagvár	509	256	1235	38%	62%	2
Eisenstadt	591	173	1236	38%	62%	2
Sárvár	541	221	1238	38%	62%	2
Bük	514	244	1242	38%	62%	2
Fertőszéplak – tájház	509	249	1242	38%	62%	2

Bécs – Shopping City Süd	561	196	1243	38%	62%	2
Sopron – Macskakő közösségi tér (gyermekmúzeum)	543	208	1249	38%	62%	2
Fertőboz település	544	204	1252	37%	63%	2
Rust	515	230	1255	37%	63%	2
Sopron – Erdészeti Múzeum	524	216	1260	37%	63%	2
Páneurópai Piknik Emlékpark	504	236	1260	37%	63%	2
Sarród település	511	222	1267	37%	63%	2
Sopron–Balf településrész	561	165	1274	36%	64%	2
Sopron–Balf – forrás	521	205	1274	36%	64%	2
Fertőrákos – strand	487	239	1274	36%	64%	2
Hegykő település	498	223	1279	36%	64%	2
Sopron-Balf – gyógyfürdő	522	198	1280	36%	64%	2
Fertőszéplak – Széchenyi-kastély	507	213	1280	36%	64%	2
Ligneum	508	204	1288	36%	64%	2
Sümege	515	188	1297	35%	65%	2
Sopron – idegenvezetés	525	175	1300	35%	65%	1
Fertőhomok település	473	223	1304	35%	65%	1
Sopron – kerékpártúra Sopronban	482	210	1308	35%	65%	1
Fertőhomok – tájház	454	231	1315	34%	66%	1
Idegenvezetés	485	191	1324	34%	66%	1
Szombathely	472	203	1325	34%	66%	1
Sarród – tájház	449	225	1326	34%	66%	1
Parndorf	450	210	1340	33%	67%	1
St. Margarethen – Märchenpark	442	215	1343	33%	67%	1
Sopron – Tómalom fürdő	448	206	1346	33%	67%	1
Nagyecenk település	458	191	1351	32%	68%	1
Podersdorf	413	226	1361	32%	68%	1
Schneeberg	416	222	1362	32%	68%	1
Mörbisch – víziszipad	399	221	1380	31%	69%	1
Illmitz	390	224	1386	31%	69%	1
Sopron – Csík Ferenc uszoda és strand	448	165	1387	31%	69%	1
Pozsony	375	227	1398	30%	70%	1
Frauenkirchen – St. Martins Therme	391	192	1417	29%	71%	1
St. Margarethen – barlangszínház	354	207	1439	28%	72%	1
Semmering	371	181	1448	28%	72%	1
Lutzmannsburg – Sonnentherme	345	204	1451	27%	73%	1

*Forrás: saját felmérés*

## 27. számú melléklet: Az élményelemekről alkotott vélemények megoszlása (%)



## 28. számú melléklet: Mélyinterjúk összegzése

### 1. – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben

Mennyiben találja helyállónak turisztikai szempontból a Sopron–Fertő-desztináció jelenleg hatályos lehatárolását?	3,0
<b>Mennyiben ért egyet az alábbi állítással?</b>	
A természeti adottságok és táji értékek mint vonzerők a magyar és osztrák térség esetében egységes kínálati elemként jelennek meg, a desztináció határon átnyúló jellegét erősítik. Turisztikai és desztinációs kidolgozottságukban, hasznosításukban viszont még igen jelentős nagyságrendi eltérések tapasztalhatók.	4,2
Évtizedek óta várt fejlesztés valósult meg 2020 decemberében az M85-ös gyorsforgalmi út Győr–Sopron szakaszának átadásával, mely jelentősen megnövelte az útvonal áteresztőképességét, biztonságát, és lerövidítette a menetidőt Győr–Sopron között, felgyorsította Budapest elérhetőségét is. A teljes szakasz Sopron részbeni tehermentesítésével az államhatárig biztosítja a gyors közlekedést. Ezáltal mind gazdasági, mind turisztikai szempontból fontos tényező.	5,0
A Fertő tó turisztikai értelemben teljesen különbözik a többi magyarországi tavi turisztikai helyszíntől, noha ez a hivatalos marketingkommunikációban kevésbé jelenik meg, mert a gyakorlatban következetesen a Fertő tavat mint második legnagyobb tavunkat kommunikálják. A térségi marketing tervezőinek, de a szállásadóknak, idegenforgalmi szolgáltatóknak is komoly gondot okoz, hogy miként közvetítsék a valódi információkat a térség speciális helyzetét kevésbé ismerő, látogatást tervező potenciális vendégeknek, mármint hogy a tó és vízfelület megközelíthetősége csupán pár száz méteres partszakasz, és bár több település neve kezdődik Fertő- előtaggal, a tópartinak tekintett térségek számára a tó mint vízfelület turisztikailag „van is, meg nincs is”, mivel távolságuk a tófelülettől nem jelentős, de megközelítési lehetőségük nincs.	4,5
Több rendezvény esetében is érvényes, hogy ismertségük, látogatottságuk növelését nehezíti a megrendezésükhöz szükséges finanszírozás biztos tervezhetőségének hiánya. Az éves, költségvetésfüggő döntések turisztikai és marketingszempontból komoly hátrányt okoznak, ellentétben az osztrák gyakorlattal.	4,7
Az önkormányzati és pályázati döntések turisztikai szempontból későn születnek meg, emiatt a különféle turisztikai kiadványokban és marketingtervekben nem szerepelnek. Az egyes települések önkormányzatai információs kapcsolataiban gyakorta nincs egyeztetés a rendezvények időpontjáról, ami egyes időpontokban programdömpinget, máskor pedig rendezvényhiányt eredményez. Külön probléma, hogy zömmel még a hagyományosnak tekinthető rendezvények időpontja sem rögzített, és különféle okból ez is változó, ami alapján a rendezvénynaplóban esetlegesen tévesen jelenik meg.	4,5
Több önkormányzatnál nincs olyan gazdája a turisztikai területnek, aki gondoskodna a turisztikai rendezvények helyi és térségi marketingjéről vagy legalább az információk, plakátok, szóróanyagok Tourinform irodákhoz, sajtóhoz való időbeni eljuttatásáról.	4,7
Az osztrákok a magyar egészségturisztikai konkurencia hatásainak mérséklésére időről időre jelentős marketingkampányt folytatnak. Nem prognosztizálható, hogy a koronavírus miatti hosszú határzár miként változtatja meg a nyitás után a térségi egészségturizmus nagyságrendjét.	3,5
Az osztrák bevásárlóturisták részleges elmaradása kedvezőtlen helyzetet teremtett a belvárosban működő vendéglátóhelyek, megmaradt üzletek számára. A belvárosi fejlesztések nyomán viszont megvalósult a Várkerület korszerűsítése és turistákat vonzó átalakítása, melynek forgalmához a Petőfi téri és a belvárosi parkolóház kapacitása már vélhetőleg elegendő lesz. A megújuló Várkerület hatására az üzlethálózat is „felfrissült”, és nagyobb részt eltűntek az üres kirakatok. A Várkerület fejlesztésével és a történelmi Múzeumnegyed kialakításával esély kínálkozik a bevásárlóturisták „visszacsbítására”.	3,7



Az Ausztriába irányuló magyar bevásárlóturizmus mérséklődött és átstrukturálódott, de még csökkent volumenével is jelentős gazdasági tényezőt képvisel.	3,8
Az élményalapú kínálat marketingje Sopron és térsége vonatkozásában még erősítésre szorul, hiszen az interneten több esetben csak hosszabb kereséssel, gyakran csak az intézmények honlapján található meg a szükséges információk, így emiatt nem kellően ismertek a turisták számára.	4,2
A Fertő tó és a hozzá kapcsolódó nemzeti parkok helyzete és turisztikai hasznosításuk kérdésköre sajátos, mely lehetőség és konfliktusforrás – különösen a magyar oldal intenzívebb fejlődése óta – a magyar és osztrák terület között.	4,3
Az osztrák térség hasonló földrajzi, természeti, kulturális, történelmi adottságain és értékein alapuló kínálata Sopron és magyar Fertő-táj turizmusának egyrészt kiegészítő kínálati elemeként, másrészt viszont lényegesen több fejlesztési forrással és bevezetett marketinggel rendelkező, eltérő turisztikai szervezeti rendszerrel működő, fejlett élményelemeket és minőségi szolgáltatásokat kínál, hálózatosodó, változatos célszegmensekre irányuló konkurensként is működik.	3,8
Noha voltak példák és lehetőségek a határ menti, turisztikai témájú együttműködésekre és projektekre, de az osztrák felet dominánsabb pozíciója, turisztikai szervezeti rendszerének kidolgozottsága, stratégiai irányai és érdekei kevésbé ösztönzik kooperációra, hiszen ez számára a magyar versenytárs erősödésével a forgalom csökkenésével is járhat.	4,3
A szervezetfejlesztésben problémaként jelentkezett a működés kezdetétől fogva a magyar turisztikai szolgáltatók hálózatépítéssel kapcsolatos negatív attitűdje. Ellentétben a jól működő osztrák turisztikai hálózatokkal, melyhez egységes, interaktív internetes megjelenés társul, a térségi magyar szolgáltatók egy része a hálózatba szerveződés és turisztikai piacon való desztinációsintú közös megjelenés helyett előnyben részesíti a nagy szálláskereső oldalakon való megjelenést (pl. Szallas.hu, booking.com) és egyéni kezdeményezéseiket.	4,7
Szintén problémaként jelentkezik, hogy a Fertő-táj egyes települési önkormányzatai sem ismerik fel településfejlesztésben a turizmusból adódó lehetőségeket, és kevésbé fogékonyak a TDM céljaihoz való csatlakozásban. Ez megnehezíti az egységes desztinációban való gondolkodást, a stratégiatervezést, amely alapja a TDM-tevékenységnek (BIEGER T. 2005).	4,2
A desztinációba érkező magyar és külföldi turisták mobilitását erősíti a vonzerők és attrakciók nagyobb területet érintő elhelyezkedése. A nagyobb mértékű mobilitás magyar és osztrák területekre egyaránt kiterjed.	4,7
Hátrányt jelent Sopron számára a megfelelő „vizes” kínálat, egész éves nyitvatartású (élményfürdő) hiánya.	4,5
A TDM partnerségi adatai alapján a szektor képviselőivel való együttműködés, a hálózatosodás, az együttműködés területén a magyar oldal igen jelentős lemaradásban van.	4,7