

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

**A TURIZMUS AKCIÓRÁDIUSZA:
AZ UTAZÁSOK IDŐ/TÁVOLSÁG
DIMENZIÓJÁNAK JELENTÉSBŐVÜLÉSE
A FERTŐ TÓ TÉRSÉGÉBEN**

Vizi István György

DOI:10.18136/PE.2025.958

Témavezetők:

Aubert Antal, kandidátus, professor emeritus
Formádi Katalin, PhD, egyetemi docens

Veszprém, 2025.

A turizmus akcióradiusza: az utazások idő/távolság dimenziójának jelentésváltozása a Fertő tó térségében

Az értekezés doktori (PhD) fokozat elnyerése érdekében készült a Pannon Egyetem
Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskolája keretében

Gazdálkodás- és Szervezéstudományok tudományágban

Írta: Vizi István György

Témavezető: Aubert Antal, kandidátus, professor emeritus
Formádi Katalin, PhD, egyetemi docens

Elfogadásra javaslom: igen / nem.

.....
témavezető

Elfogadásra javaslom: igen / nem.

.....
témavezető

Az értekezés bírálatra bocsátható.

.....
TDHT elnök

A jelölt az értekezés nyilvános vitáján %-ot ért el.

A bíráló Bizottság tagjai:

elnök:.....

bírálok:.....

tagok:.....

Veszprém,

.....
Bíráló Bizottság elnök

A doktori (PhD) oklevél minősítése:.....

Veszprém,

.....
EDHT elnök

Tartalom

1. Bevezetés.....	9
2. Szakirodalmi áttekintés	13
2.1. A turisztikai mobilitás földrajzi vizsgálata.....	13
2.1.1. Attrakciók elérhetőségének és hatókörének szerepe az utazási döntésekben (hatókör, vonzáskörzet).....	16
2.1.2. A távolság szerepe az utazási döntésben	20
2.1.3. Az attrakció megközelíthetőségének szerepe az utazási döntésekben	24
2.2. A kulturális távolság értelmezési dimenziói.....	28
2.2.1. A kulturális távolság és a turisztikai mobilitás kapcsolatának értelmezése .	28
2.2.2. A kulturális távolság és a szabadidő kapcsolatának értelmezése	33
2.3. A Fertő tóra vonatkozó eddigi kutatási eredmények a magyar és az osztrák oldalán turizmus-szakpolitikai keretében.....	35
2.4. Az akciórádiusz fogalma.....	44
2.4.1. Akciórádiusz a hadtudományban	44
2.4.2. Akciórádiusz fogalom használata más diszciplínákban	48
3. Kutatási célkitűzés, hipotézisek.....	50
3.1. Kutatási cél.....	50
3.2. Kutatási kérdések	51
3.3. Kutatási modell	52
3.4. Tézisek	53
4. Alkalmazott kutatási módszerek.....	56
4.1. Szekunder adatok	58
4.2. Kvalitatív kutatás.....	61
4.2.1. Interjú mint módszertan bemutatása	61
4.2.2. Interjú felépítése és célcsoportja	63
4.3. Terepi megfigyelés és dokumentálás.....	64
4.4. Kvantitatív kutatás.....	64
4.4.1. Kérdőíves felmérés mint módszertan bemutatása	64
4.4.2. Kérdőíves felmérés időtartama és tartalmi kialakítása.....	66
4.5. Tartalomelemzés.....	71
4.5.1. Tartalomelemzés mint módszertan bemutatása	71
4.5.2. Tartalomelemzés lebonyolítása	72

5.	Kutatási terület bemutatása: a Fertő tó	73
5.1.	Turizmuspolitika a Fertő tóhoz tartozó ausztriai és magyarországi turisztikai térségekben	74
5.1.1.	Sopron-Fertő turisztikai térség helye és szerepe a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában (NTS 2030., Turizmus 2.0, 2.0 Kiegészítés).....	74
5.1.2.	Burgenland turizmusa.....	83
5.2.	Az Esterházy család térszervező szerepe Ausztriában és Magyarországon	95
5.2.1.	Az Esterházy család térszervező ereje Ausztriában	95
5.2.2.	Az Esterházy család térszervező ereje Magyarországon.....	101
5.3.	Fertőszéplak település elhelyezkedése a földrajzi térben.....	103
6.	Kutatási eredmények	109
6.1.	Az akciórádiusz elmélet	109
6.1.1.	Akciórádiusz modell idő-távolság eleme	112
6.2.	A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata	115
6.2.1.	A kulturális távolság kapcsolatának vizsgálata, vagyis valójában milyen messze van a Fertődi Esterházy-kastély?.....	119
6.3.	A fertődi Esterházy kastély térségi szereplőinek elemzése	125
6.3.1.	Térségi szereplők elemzése	125
6.3.2.	A térség turisztikai stakeholdereinek véleménye a térség versenyképességéről	128
6.3.3.	A térség turisztikai stakeholdereinek véleménye a fertődi Esterházy-kastélyegyüttes vonzerejéről.....	129
6.4.	A turisztikai szolgáltatások és a turisztikai tér érzékelésének valóságtorzítása	130
6.4.1.	A Nordburgenland / Neusiedler See turisztikai régióban található szálláshely szolgáltatók honlapjainak vizsgálata.....	132
6.4.2.	Milyen hosszú valójában a Fertő tó körüli kerékpárút?	142
6.5.	A földrajzi tér és a települési identitás vizsgálata Fertőszéplakon	157
6.5.1.	Fertőszéplak település demográfiai jellemzői	157
6.5.2.	Fertőszéplak települési kutatás eredménye	160
6.5.3.	Kapcsolatvizsgálatok.....	165
7.	A tézisek vizsgálata	173
8.	Következtetések és ajánlások	177
8.1.	Elméleti reflektálás.....	177

8.2.	Gyakorlati implikáció.....	178
8.2.1.	Gyakorlati implikáció a módszertan tekintetében.....	178
8.2.2.	Gyakorlati implikáció a vizsgálat földrajzi terében	178
8.3.	Limitáció	179
8.4.	Jövőbeni kutatási irányok.....	179
9.	Irodalomjegyzék.....	182
10.	Függelék	206
10.1.	A 4.2.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek	206
10.2.	A 4.3.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek	209
10.3.	Az 5.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek	213
10.4.	Az 5.3. fejezethez kapcsolódó mellékletek	215
10.5.	Az 6.3.2. fejezethez kapcsolódó interjú idézetek	228
10.6.	Az 6.3.3. fejezethez kapcsolódó interjú idézetek	231
10.7.	Az 6.4.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek	234

Ábrajegyzék

1. ábra: A távolság-csökkentő függvény alakja az utazási időtől függően.....	25
2. ábra: Sopron-Fertő turisztikai térségben található attrakciók számának, kategóriájának (a.) és alkategóriájának (b.) megoszlása	38
3. ábra: A Fertő-parton megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása a Fertő-part vonatkozásában (%).....	39
4. ábra: Digitális felszínborító térkép négy időrétegben a 18. század végétől a 20. század elejéig	41
5. ábra: A Sopron-Fertő térségben kijelölt 16 új kerékpártúraútvonal átnézeti térképe.....	42
6. ábra: A kutatás elméleti keretmodellje	53
7. ábra: Kutatási modell – a szekunder adatok elemzésére	61
8. ábra: Kutatási modell – a primer kérdőívből származó adatok elemzésére	66
9. ábra: Kormányrendeletben nevesített turisztikai térségek.....	75
10. ábra: Belföldi turisztikai kereslet megoszlása Magyarországon (millió vendégéjszaka, 2019).....	77
11. ábra: Sopron város közigazgatási területe a Fertő tó térségében	80
12. ábra: Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma küldő országok szerint a Sopron-Fertő turisztikai térségben, 2023	82
13. ábra: Burgenland turisztikai térségei.....	87
14. ábra: Vendégek és vendégéjszakák száma a burgenlandi turisztikai térségekben, szezonális megoszlás szerint, 2023	92
15. ábra: Fényes Miklós cölöpútja Eszterház és Pammhagen (PammhaKen) között (1782-85)	95
16. ábra: Süttör – Eszterház, 1782-1785	97
17. ábra: Fertőszéplak elhelyezkedése a Fertő-táj – Világörökség térségében.....	104
18. ábra: Eszterháza tájrendszere	107
19. ábra: A fertői Esterházy kastély izovonal rendszere	113
20. ábra: Az Esterházy-kastély földrajzi elérhetősége	119
21. ábra: Az Esterházy-kastély látogatóinak földrajzi elérhetősége és gyakorisága.....	120
22. ábra: Az elérhetőség mentén tipizált járások társadalmi-gazdasági profiljának néhány jellemzője (standardizált értékek).....	121

23. ábra: A földrajzi távolságot „átlépő” kastélylátogatók aránya (3 – összesen) 1– az átlagnál magasabb és 2 – az átlagnál alacsonyabb kulturális színvonalú (diplomás) népességgel bíró járások esetében a földrajzi távolság csoportosítása szerint.....	123
24. ábra: A B10 Der Neusiedler See Radweg egyik információs táblája	147
25. ábra: A B10 Der Neusiedler See Radweg egyik információs táblájáról kivágott „térkép”	149
26. ábra: A hivatalos kerékpáros térkép és a B10 Der Neusiedler See Radweg térkép ábrázolásának összevetése.....	150
27. ábra: A Sturmwarnung am Neusiedler See egyik információs táblája	151
28. ábra: A Nextbike kerékpárkölsönző hálózat egyik információs táblája.....	152
29. ábra: Információs tábla, Mörbisch kikötő	153
30. ábra: Információs tábla, Rust / Winden am See	154
31. ábra: Információs tábla, Podersdorf	154
32. ábra: Információs tábla, Neusiedler am See / Pegel Neusiedl, móló	155
33. ábra: Holiday Lines információs tábla, Podersdorf, kikötő	156
34. ábra: Információs tábla, Illmitz Nemzeti Park	156
35. ábra: Fertőszéplak település lakónépessége 2016.01.01-jén.....	158
36. ábra: A Főméltóságú Esterházy Herczegi Család hitbizományához tartozó összes fekvőbirtokok átnézeti térképe, 1887	213
37. ábra: A burgenlandi-nyugat-magyarországi Esterházy uradalmak 1713-ban.....	214
38. ábra: A Fertő tó kiterjedésének változása	215
39. ábra: A NUTS rendszer területi felosztása.....	216
40. ábra: Sopron vármegye térképe (1911)	217
41. ábra: Moson vármegye térképe (1911)	218
42. ábra: Fertő Kultúrtáj	218
43. ábra: A Fertő-táj - Világörökség térképe	220
44. ábra: A Fertő-Hanság Nemzeti Park logója	220
45. ábra: Fertő-Hanság Nemzeti Park	222
46. ábra: Nyugat-dunántúli Turisztikai Régió.....	223
47. ábra: Alpokalja-Fertő táj Vidékfejlesztési Egyesület.....	225
48. ábra: A Fertő tó közlekedés-földrajzi erőtere.....	227
49. ábra: Sportlich aktiv - Unter der pannonischen Sonne – Sportosan aktív a Pannon napfényben aloldal a burgenland.info weboldalon.....	234

50. ábra: Radeln im Burgenland – kerékpározás Burgenlandban aloldal a burgenland.info weboldalon	234
51. ábra: B10 Neusiedler See-Radweg, Die Route der Seen-Sucht – B10 Fertő-tavi kerékpárút – A tófüggőség útja aloldal a burgenland.info weboldalon.....	235
52. ábra: Neusiedler See Radweg – Fertő-tavi kerékpárút aloldal a burgenland.info weboldalon	236

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Kutatási adatok módszertani forrásának áttekintése	56
2. táblázat: Az elvégzett vizsgálatok áttekintő bemutatása (módszertan)	56
3. táblázat: A KSH-nál elérhető adatok a vizsgált településekről és évekről (2000, 2018)	58
4. táblázat: Az interjú kérdéskörei	63
5. táblázat: A kapcsolatok erősségét mérő mutatók alkalmazhatósága	67
6. táblázat: Kutatási modell – a primer kérdőív alapján a kapcsolatvizsgálatok elemzésére ..	70
7. táblázat: Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma Magyarországon, 2021-2023	81
8. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák száma a Sopron-Fertő turisztikai térségben, 2021-2023	81
9. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség belföldi és külföldiek vendégeinek száma és vendégéjszaka száma, 2021-2023	82
10. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség vendégeinek száma és vendégéjszaka száma bel- és külföldiek megoszlásában, 2021-2023	83
11. táblázat: Látogatószám, vendégéjszaka szám és átlagos tartózkodási idő Ausztria tartományaiban, 2022-2023	88
12. táblázat: Tirol és Magyarország vendégeinek és vendégéjszakáinak száma (2022-2023)	89
13. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák szám küldőterületek szerint Ausztriában, 2023 ..	89
14. táblázat: Magyarországi turisztikai szálláshelyek külföldi vendégforgalma küldő országok szerint, 2022-2023	90
15. táblázat: Látogatószám és vendégéjszaka szám Burgenland turisztikai térségeiben 2023-ban, az előző évi adatok tükrében	91
16. táblázat: Burgenland vendégéjszaka száma belföldi és külföldi látogatók szerint, 2022-2023	91
17. táblázat: Éves/nyári látogatószám és vendégéjszaka szám a burgenlandi turisztikai térségekben, 2022-2023	91
18. táblázat: A TOP 20 burgenlandi település (2023)	92
19. táblázat: A földrajzi és a kulturális távolság modellje	117
20. táblázat: A kulturális távolság és az egy főre jutó jövedelem (2016) együttes hatása a látogatottságra a lineáris regresszió számítása alapján	125
21. táblázat: Látogatók száma és vendégéjszakák száma a jelentést adó településeken, 2022-2023	135
22. táblázat: Szálláshelystruktúra Ausztriában	137

23. táblázat: A vizsgálat összegzése szálláshelytípus – vizsgálat száma – település szerint	138
24. táblázat: Vendégéjszakák száma szállás helytípusok szerint Nordburgenland/Neusiedler See, 2022-2023	139
25. táblázat: A TOP 14 nordburgenlandi településen vizsgált szálláshelyek adatai, 2023 ...	140
26. táblázat: Fertőszéplak lakónépességének változása 1980-2011	158
27. táblázat: Fertőszéplak lakónépességének változása 2011-2016.....	159
28. táblázat: A kérdőív leíró statisztikai – függő változók [Y]	160
29. táblázat: A kérdőív leíró statisztikai – független változók [X] közül a nominálisak	163
30. táblázat: A kérdőív leíró statisztikai – független változók [X] közül az ordinális, és arányskálán mérhető	165
31. táblázat: Kapcsolatvizsgálatok eredményei – szignifikáns Kendall-féle Tau (τ) értékek	166
32. táblázat: Kapcsolatvizsgálatok eredményei – szignifikáns Cramer-féle V értékek	169
33. táblázat: Keresztábra [Y1] vs. [X16] (fő).....	170
34. táblázat: Keresztábrák az utcákkal [X11] kapcsolatos legerősebb kapcsolatokról (%) .	171
35. táblázat: Az interjúalanyok adatai	206

„Azokból a kövekből, amelyek utunkba kerülnek, egy kis ügyességgel lépcsőt építhetünk.”

(Gróf Széchenyi István)

1. Bevezetés

A modernkori globális – a Michalkó–Rátz (2019) szerzőpáros szerint totális – turizmus érzékenyen reagálja le környezetünk változásait, csakúgy, ahogy a környezet is érzékeli a turizmus minden változását. A modernkori turizmus cselekvő részeseként oktatóként, kutatóként, gyakorlati szakemberként szenzitíven szükséges reagálni a változásokra. Ezek a minden téren folyamatosan megjelenő és jelenlévő változások kísérik végig szakmai életünket és ezen dinamizmus iránti fogékonyságunk, tiszteletünk, bátorságunk vagy éppen félelmeink adják meg mindazt a lehetőséget, amellyel *tudunk élni vagy nem élni* tudományos szemléletünkben és az üzleti élet kihívásaiban.

A változások révén képesek vagyunk megújulni a tudományos kutatásainkban, szemlélődően folyamatosan fürkésszük a globálissá vált világ történéseit és igyekszünk azokból olyan következtetéseket levonni, amelyek előre viszik mind a mikro- mind a makrokörnyezetünket.

A turizmusban a kereslet és a kínálat tekintetében a földrajzi tér és az idő meghatározó szereppel rendelkezik, amelynek része a küldő- és a fogadóterület, valamint a kettő közötti utazás tere is. A modernkori turizmusban már nem az a kérdés, hogy a tér kitüntetett helyei közti távolságot át tudjuk-e hidalni, hanem arra keressük a választ, hogy az idő és a tér kapcsolatán túl (vagy azokkal szimbiózisban), melyek azok a támogató és akadályozó elemek – amelyek a folyamatok felszínén általában nem is látszódnak –, amelyek jelenléte markáns szereppel bír. Ilyen jelentősége volt az egykori vasfüggönynek vagy a Berlini falnak, de ugyanilyen jelentőséggel bír többek között az üzleti érdek vagy, a kulturális attitűd. A turizmus kereslet-kínálat rendszerében az időnek és a térnek a kapcsolatát tehát számos olyan tényező egészíti ki, amelyre a jelenlegi gyakorlathoz képest sokkal nagyobb tekintettel kell lennie a piacnak.

A 2010-es években a világ turizmusának olyan dinamikus fejlődési és annak eredményeül megváltozott szakasza bontakozott ki, amelyet korábban sem elődeink, sem mi magunk nem tapasztalhattunk. Az ezredfordulón új korszak kezdődött, amelyet totális turizmusnak is nevez a szakma (Thimothy et al. 2022). A jelenség globális és nem kérdéses, hogy ehhez a globálissá vált folyamatrendszerhez az egyik legközelebb álló szemlélet az a földrajzi, az ember és

környezet nexusára vonatkozó tudáson alapuló szemlélet, amely jól tudja térben elhelyezni, látni és láttatni a folyamatokat.

A változás, a bennünket körülvevő állandó gazdasági, társadalmi, technológiai és környezeti dinamika mellett a másik központi szakmai attitűd – nemcsak ebben a disszertációban – a világra nyitottságon túl az integrált gondolkodás. A modern akadémiai és üzleti világban elengedhetetlen, hogy tágabb kontextusba helyezjük el a szellemi tevékenységünket, szélesebb összefüggésekben végezzük a kutatói munkánkat is. Hiszem és vallom, hogy a turizmusipar sikerének egyik kulcsa az integrált és transzdiszciplináris gondolkodásmódban rejlik. Ennek az integrált gondolkodásnak a révén foglalkoztam a tér és az idő összefüggéseiben egy olyan hadtudományi gondolattal, amely újszerű megközelítést hozott kutatói tevékenységemben. Ez a gondolat nem más, mint a néhai kiváló hadtörténész, Perjés Géza (1917-2003) által megfogalmazott hadtudományi akciórádiusz elmélet. Perjés Géza zseniális elméletével az 1980-as évtized második felében találkoztam történettudományi tanulmányaim során mint egyetemi éveim egyik inspiratív, meghatározó teóriájával. Ez az elmélet ösztönzött arra a gondolatkísérletre – amit ebben a disszertációban szeretnék bemutatni –, hogy miként lehet egy hadtudományi elméletet turisztikai kontextusba helyezni és egyúttal lehet-e új turisztikai fogalmi rendszert alkotni ennek a gondolatiságnak az útmutatásával. Mégpedig egy olyan újszerű értelmezéssel megtöltve, amely hűen kifejezi a létrehozandó turizmuselméleti fogalmat ennek a kiváló hadtörténet-tudományi szakmai elméletnek az adaptációjával. A hadtörténeti fogalom finomhangolt, átgondolt bevezetése a turizmusba akár eretnekségnek is tűnhet, azonban a disszertáció logikus és előremutató fonalvezetése a tudományos újdonságát is megmutatja a relevanciája mellett.

A disszertáció vizsgálati helyszíne a jelenlegi osztrák-magyar határterület Fertő tavi térsége. Szimbolikus jelentőségű, hogy a Fertő tó körüli kerékpárút 2015 őszén elkészült utolsó szakaszával egységbe fonta össze a kerékpárral így teljesen körbejárható térséget. Ez egyben történelmi jelentőségűnek is tekintendő, mert a szűkebb értelemben vett Fertő tó térsége a Trianoni békediktátumot megelőzően egy földrajzi, gazdasági és társadalmi egységet jelentett hosszú évszázadokon keresztül. A tó jelenleg Magyarország és Ausztria (Burgenland) földrajzi és politikai határtérségében található. Ennek az egységnek a gazdasági, társadalmi, turisztikai, politikai újjászerveződési lehetőségével kecsegtetett az Európai Unió Schengeni egyezményének napi életszerűsége, vagyis a határ szabad és ellenőrzés nélküli átlépése. Ennek a kapcsolódásnak látni kell azonban a valóságtartalmát, amelyet a disszertációmban kívánok bemutatni. Ennek érdekében ismertetésre kerül a Fertő térség napjainkban tapasztalható

helyzete, szenzitíven megközelítve az együvé tartozás eszméjét, az összetartozást a történelmi Sopron és Moson Vármegyék egykori térségében.

Az akciórádiusz és a vizsgálat földrajzi tere egy olyan térszemléleti megközelítésben is értelmezhető, amelyet ritkán használnak a turizmuskutatók. Egy főnemesi család kettészakítottasága, csakúgy, mint a természetföldrajzi, társadalomföldrajzi tér egységének szétszakítottasága, jól szimbolizálja azt a történelmi utat, amely a mai napig hatást gyakorol a Fertő tó térségére.

Mindezt úgy szükséges tovább árnyalni, hogy egy olyan határmenti térség területén „utazunk”, ahol egyik oldalon Magyarország legfejlettebb vidéki térségei vannak, a gazdasági különbségek mégis óriásiak. Gyakorlatilag elmondható, hogy sehol az egész Európai Unióban nincs még két olyan egymás mellett fekvő régió, ahol akkora fejlettségbeli különbségek lennének, mint éppen az osztrák-magyar határ mentén (Pogátsa 2017). További viszonyítási alap, hogy Burgenland tartomány turizmusa ausztriai összevetésben nem foglal el előkelő helyet, viszont éles kontrasztot jelent a magyarországi régió turizmusával szemben (Egyed 2017). Napjaink kereslet-kínálati rendszerében természetesen már nem gondolkozhatunk az egykori Monarchia földrajzi terében, annak szimbiózisában.

A földrajzi gondolat, a tér jelentősége, mint láttuk, régóta jelen van és központi szerepet játszik a legkülönbözőbb tudományágak fejlődésében és az emberi aktivitás szinte minden területén. Egy adott tér természeti és társadalmi (kulturális) értelemben vett földrajzi jellegzetességei történetileg más jelleggel, de egyidőben mutatkoztak meg régen és ma is a társadalmi tevékenységek különböző szektoraiban, „csupán” egymáshoz viszonyított jelentőségük, dominanciájuk változott. A politikai és hadtudományi, valamint a gazdasági és kulturális dominanciák hol kiegészítették egymást, hol konfliktusba kerültek. A földrajz mindezeket a felfogásokat, irányzatokat magához vonzotta és megjelenítette a különböző diszciplináris területein, mint például a gazdaságföldrajzban, a társadalomföldrajzban, a turizmus földrajzban, a kulturális földrajzban, politikai földrajzban stb. (Mészáros 2006, 2013; Probáld 2007; Tímár 2009; Bottlik 2018).

A téma integráltságának, multi- és interdiszciplinaritásának mivolta azonban a tudományos innovációban összegződik, amely bemutatja a különböző tudományok eredőjeként azt a szemléletmódot, amely révén a turisztikai teret és mozgásokat újszerűen lehet láttatni.

A történettudományi, a hadtörténet-tudományi és turizmustudományi metszéspontban a disszertáció a földrajzi térhez kapcsolódóan bevezeti a turizmus elméletébe a

desztináció/attrakció akciórádusza és a *turista akciórádusza* fogalmakat, mint új szakkifejezéseket is. A disszertációban a *desztináció/attrakció akciórádusza* és a *turista akciórádusza* fogalmakat egységesen akcióráduszként fogom említeni. Bemutatva, hogy a modernkori turizmus egy olyan összetett terület, ahol a különböző tudományterületek elméleti munkái és az üzleti élet elemei igenis képesek a tudományos igényességű kutatói attitűd elemeivel a turizmus fejlődését tudományos elméletek és tudományos kreativitások révén előre vinni.

2. Szakirodalmi áttekintés

A témához kapcsolódó elméleti keretek kidolgozásának részét képezte a kapcsolódó szakirodalmak felkutatása és elemzése, kitekintés más tudományterületek felé, az elérhető releváns elméletek szintetizálása és integrálása, valamint a további, e témában született nemzetközi kutatások adatainak megismerése, összehasonlító értékelése is. Munkám során a megismert nemzetközi kutatások magyar turisztikai környezetben történő alkalmazhatóságát is értékeltem. A szakirodalom feltárásához a rendelkezésemre álló tudásbázisban kulcsszókeresésen alapuló szakirodalomelemzést végeztem, amely csökkenti annak a kockázatát, hogy releváns publikációkat kihagyjak az elemzett szakirodalmak köréből. A szakirodalmi feldolgozás során alapvetően a Web of Science indexálású forrásokra koncentráltam, mivel abban kizárólag megbízható, tudományos és szigorúan ellenőrzött, nemzetközileg elismert peer-reviewed folyóiratcikkek és tudományos publikációk szerepelnek. A további lehetséges források bővítését megnéztem, a Scopusban és a ResearchGate-n is, de a releváns forrásokban átfedés volt. Az adatbázis használata során – különböző AND/OR syntaxokat alkalmazva – az alábbi kulcsszavakra kerestem rá a témámhoz kapcsolódóan: *access, approach, tourism, distance, time, action radius*. A szisztematikus elemzés során összesen 244 db releváns szakirodalmat találtam a címszavak alapján, melyekből leszűrtem a téma vagy nyelvi mutáció alapján nem releváns és nem elérhető irodalmakat. Az egyéb tudományos irodalmakkal együtt végül összesen 296 db szakirodalmat használtam fel, melynek részletes eredményét, szintézisét a következő fejezetekben mutatom be. A szakirodalom feldolgozás során egyértelműen kirajzolódott, hogy az akciórádiusz fogalmat a turizmus relációjában eddig nem használták.

2.1. A turisztikai mobilitás földrajzi vizsgálata

A turizmus egyfajta látogatás, amely a harmadlagos emberi szükségletek¹ közé tartozik. A látogatás az ember egy kiindulási helyről a célállomásra való mozgását jelenti. A turisták mozgásának tanulmányozása lehetővé teszi, hogy megértsük tér- és időbeli viselkedésüket a desztinációban, valamint a térrel való kölcsönhatásaikat (Shao et al. 2017), amely a látogatók jobb megértését teszi lehetővé (Smallwood et al. 2012), optimalizálja a szállítókapacitást (Lau–

¹ A Maslow emberi szükséglet piramis harmadik foka a társas- és társadalmi szükségletek.

McKercher 2006) és javítja az erőforrások felhasználását, ezáltal megkönnyítve mind az irányítást, mind a szervezést (Tiwari et al. 2012).

A 1960-as évektől a geográfusok is elkezdtek érdeklődni a turisztikai mozgástanulmányok iránt (Pearce 1979) és azon belül az emberi mozgás megértésével foglalkoztak. Hägerstrand (1970) a tér-idő kapcsolatot az egyén folyamatos fizikai mozgásaként értelmezte és háromdimenziós grafikonokon ábrázolta a turistamozgásokat. A szerző megalkotta a tér-idő modellt, melyben a pályák meredeksége az idő és a tér kapcsolatát mutatja be. A meredekebb lejtő kisebb sebességet, míg a függőleges pálya statikus mozgást rajzol ki és a modell elemzi a mozgások változásaira vonatkozó információkat is. Gober és Mings (1984) a turista mozgás globális mintáit faktoranalízis segítségével vizsgálta. Higham et al. (1996) a turisták mozgási mintáira vonatkozóan a hasonlóságok feltárására koncentráltak esetalapú érveléssel² és a földrajzi információs rendszerek összekapcsolásának módszerével. Az 1990-es évektől a turisták térben és időben történő mozgásának modellezése általánossá vált a tudományban. A Miller féle (2005) tér-idő prizma modell az említett tér-idő útmodellre épült. A szerző lehatárolja azt a potenciális távolságot, amelyre a tevékenységi helyszínek esnek, valamint az egyén tevékenységi helyválasztása alapján a konkrét tevékenységek időtartamával és a helyek lehetséges maximális elérési sebességével méri a kiindulási ponttól a végpontig a helyszínek megközelíthetőségét (Miller 2004). Emellett használta a turisztikai mobilitás földrajzi vizsgálatokban terjedő térbeli explicit modelleket, valamint matematikai és gazdasági modelleket is. A kutatásokban újabban megjelentek a kognitív modellek is, amelyeket széles körűen használnak a turisták térbeli-időbeli mozgásának modellezésére (Higham et al. 1996; Forer et al. 2002; Gimblett 2002; Gulinck–Dumont 2002).

A turistamozgások bizonyos mintákat rajzolnak ki (Lau–McKercher 2006), amelyeket két nagy tényezőcsoport befolyásol. Az egyik a desztináció társadalmi-gazdasági tulajdonságai (vonzerői), a másik a kiválasztott látogatási célpontok felfűzésének útvonalformája (Flognfeldt 2005). A társadalmi-gazdasági tényezők sokszínűek, melyekben vannak kézzelfogható elemek, mint a különböző szolgáltatások szintje, a költségek, az úti cél által hordozott aggályok (Ryu et al. 2013) (személyi biztonság, fertőzés veszély stb.) és szubjektív értelmezések (Buhalis 2000), amelyeket egyéni preferenciák alkotnak. A célpontválasztás elemeként Bausch et al. (2019) kimutatta, hogy az éghajlatváltozás tényezője is jelen van. A turisták motivációi eltérőek és különbözőek, így nehéz elkülöníteni őket egymástól (De Cantis et al. 2015). A tudomány

² Az esetalapú érvelés (Case-based reasoning, CBR) lényege, hogy új problémák megoldásához, illetve új esetek értelmezéséhez már korábban feldolgozott eseteket alapul véve jutunk el.

jelenlegi állása szerint nem létezik olyan egységes modell, amely mikroszinten minden típusú turistamozgásra alkalmazható lenne, azaz a turisták számának, valamint a turisztikai célú mozgásoknak a pontos mérésére alkalmas. Ehhez sok esetben hiányosan vagy egyáltalán nem állnak rendelkezésre adatok (Wynen 2013).

Az utazási útvonal kiválasztásának térbeli elemei közé tartozik az irány, a hely és a távolság, az időbeli elemeket az érkezési idő és az időtartam, a tér-idő elemet pedig a sebesség alkotják (Simon 1973). Hasonlóképpen, a mozgás az időben történő helyváltoztatás folyamatának is tekinthető. A mozgást Hummel és Hess (2010) felbontják a tér (pl.: utazás hossza km-ben) és az idő (tevékenység kezdete, befejezése órában) jellemzőire és a tér-idő (újra látogatás/újra látogatások vonzaskörnyezete) elválaszthatatlan elemeire.

A közlekedés vizsgálatával kapcsolatban az elérhetőség egy kulcsfontosságú tényező. Az elérhetőség fogalma magában foglalja azon lehetőségeket, melyek az egyik térségben elhelyezkedő egyén vagy vállalkozás (turista) számára megszerezhetők, amennyiben egy olyan másik térségbe utazik, ahol a számára fontos tevékenységet (pihenést, kikapcsolódást, szórakozást, gyógyulást stb.) végezheti (Linneker–Spence 1992; Tóth–Kincses 2007). Sabereh Dejbakhsh (2008) tanulmánya szerint a turisták mozgási jellemzői két fő szempont szerint kategorizálhatók: az úti cél és a látogatói jellemzők a látogatók adott csoportjának eltérő igényei és preferenciái révén. Lau és McKercher (2006) tanulmánya bevezette a makroszintű mozgásmintázat egyszerűsített vázlatának fogalmát, valamint a turisták térbeli viselkedésének azonosításával összefüggésben Jianhong Xia (2007) módszertani keretet dolgozott ki a turisták útkeresési viselkedésének megértéséhez a különböző korcsoportok, lakóhely, nemek és a fizikai környezet ismeretének különböző szintjein keresztül történő osztályozásával. Emellett kidolgozták a tér-időbeli mozgás általános térképének modelljét, amelyből levezethető a turisták tér-időbeli mozgásának ontológiája. Lau és McKercher (2006) pedig azt állítják, hogy a mozgásminták három fő kategóriába tartoznak, ezek az egymintázatú-, a többszörös mintázatú- és az összetett mintázatú utazások.

1. *Az egymintázatú utazás* alatt a kitérők nélküli utazást értik, ahol a látogatás és a visszaút ugyanazon az útvonalon történik.
2. *A többszörös mintázatú utazás* esetében további három almintázat rajzolódik ki. Ezek a következők: *az alaphelyszín-, a megállóhely- és a lánchurokminta*. Az *alaphelyszínminta* a turisták útját mutatja be, amely otthonról indul és egy elsődleges úti célhoz vezet. Az utazás szempontjából ez jelenti a központi desztinációt, ahonnan később további másodlagos úticélpontokat alakítanak ki az adott területen belül. A

megállóhelyminta egyetlen úti célt jelöl, mint az utazás fókuszát, ahol az útvonal mentén lévő látnivalók felkeresése a cél, végül a *lánchurokminta* a turisták által ismétlődés nélkül bejárt több úti célra utal. Általában a turisták megállnak a hurokok között, amelyek egymáshoz nem feltétlenül kapcsolódnak.

3. Az *összetett minta* kétféle almintára (hurokra) oszlik, nevezetesen a *célállomás-régió hurokra* és az *összetett szomszédsági hurokra*. A *célrégiós hurok* a turisták közvetlen útvonalát jelzi, amely az elsődleges úti célhoz vagy a célrégióhoz közeli helyszínre vezető utazásra utal. Ez a minta az egymintázatú- és a lánchurok minta kombinációja. Eközben az *összetett szomszédsági hurok* olyan turistákra utal, akik az utazási szakasz megismétlése nélkül utaznak inkább egyik célállomásból a másikba, amiből következik, hogy egy adott térségen belül rengeteg helyet vagy látnivalót keresnek fel. Ez néhány vagy az összes említett minta kombinációjából állhat.

2.1.1. Attrakciók elérhetőségének és hatókörének szerepe az utazási döntésekben (hatókör, vonzáskörzet)

A kényelmes közlekedési rendszer elérhetősége a turisztikai attrakciók fejlesztésének döntő feltételévé, egy régió turizmus terén elérhető növekedésének barométerévé vált (Wang et al. 2019). Mobilitást biztosít a turisták számára a jól összekapcsolt közlekedési rendszer, ami valójában meghatározza a közlekedés kényelmét, kellemes utazást biztosít és méri az attrakció általános népszerűségét (Xu et al. 2018; Tahmasbi–Haghshenas 2019; Liu–Miller 2022; Hasselwander et al. 2023; Wu–Divigalpitiya 2023; Zhang et al. 2024).

Az elérhetőségnek egyes kutatások szerint leginkább a turisztikai desztináció kiválasztásában van szerepe (Thompson–Schofield 2007). A könnyen elérhető városok turizmusa jól fejlődik, az alig elérhetőké pedig jellemzően stagnál. A turisták utazási döntéseik során az elérni kívánt desztinációkat először a helyi lehetőségek és vonzerők alapján választják ki (Crompton 1992). A döntési folyamatban a turisták céljaiknak megfelelő, hasonló jellegű adottságokkal rendelkező desztinációkat veszik figyelembe (Celata 2007). Csak miután ez az elsődleges választás megtörtént, hasonlítják össze a desztinációkat elérhetőségük alapján, így az elérhetőségnek elsősorban a potenciálisan felkereshető desztinációk egymással való helyettesítésében van, illetve lehet elméleti szerepe. Azok a desztinációk viszont, amelyek versenyképes előnyöket képesek biztosítani a turisták számára, még akkor is jelentős számú turistát képesek vonzani, ha viszonylag rossz elérhetőséggel rendelkeznek. Az elérhetőség problémája így elsősorban azon desztinációk számára fontos, amelyek hasonló jellemzőkkel

rendelkeznek (pl.: tengerpartok), az egyedi vonzerővel rendelkezők számára már kevésbé kiemelkedő.

Az elérhetőségi vizsgálatok általában a Hansen-féle (1959) gravitációs modellből építkeznek. Ez a modell az ismert newtoni fizikára támaszkodik, mert két terület között fennáll egyfajta vonzási hatás, amelynek erőssége függ a két terület között lévő földrajzi távolságtól és a kibocsátás nagyságától, ami a turizmus esetében az attrakció nagyságát jelenti.

A területi modellek alapvetően a távolság és közbenső lehetőség érzékelését tükrözik. Ezek a modellek a vonzáskörzetek négy típusát különböztetik meg (Lew–McKercher 2006): (1.) amikor *nincs mozgás*, pontosabban a turista nem hagyja el a szállását; (2.) a *kényelmi alapú mozgás*, ahol a turista egy kisebb vonzáskörzetben mozog, a közvetlen közelében található látnivalókat látogatja meg, vagy tevékenységben vesz részt; a (3.) a *koncentrikus feltárás*, ahol a turista eleinte bizonytalan (kulturális sokk, egyéb gátló tényezők miatt), és ahogy megismeri az úti célt, megszerzi az új térben való eligazodás képességét, egyre messzebbre merészkedik; végül a (4.) a *korlátlan úti célú mozgás* abban az esetben fordul elő, amikor a turista már rendelkezik (korábbi látogatása révén megszerzett) magas szintű információkkal az úti célról; ebben az esetben az egész területet egyformán elérhetőnek érezheti a maga számára.

A turisztikai attrakciók hatókörének, vagyis annak a földrajzi térségnek a meghatározása, ahonnan nagy valószínűséggel látogatókat vonzanak, régóta foglalkoztatja a kutatókat (Leiper 1990a). A vonzáskörzetként is definiálható (az angol nyelvű szakirodalomban a vízgyűjtőterülethez [catchment area] hasonlatos) fogalom elméletileg annak a térnek a kiterjedését jelenti, ahonnan az attrakciók képesek látogatókat vonzani. Az egyes vonzerők hatókörének megállapítása rendkívül összetett folyamat, modellezni a gravitációs elv (trips/arrivals) felhasználásával szokták, ahol két fő paraméter: az attrakció „vonzóereje” (A) és a térbeli távolságból adódó „ellenállás” (d), a látogatottság intenzitása így arányos A / d^β , ahol β a távolsági csillapítás exponense (De Cantis–Ferrante 2014). Ez a viszonylag egyszerű modell alkalmas annak vizsgálatára, hogy egy turisztikai attrakció milyen földrajzi térségből képes látogatókat generálni. A vizsgálatok rámutatnak arra is, hogy a távolságcsökkenés egy robusztus elméleti téma: a látogatások volumene a kiindulási hely távolságának növekedésével csökken, gyakran exponenciális vagy hatványfüggvény alakjában írható le, ezzel megerősítve a gravitációs modell magyarázó erejét (Yee–Ismail 2020). Az elméleti fejlesztés egy másik iránya a multimodális hozzáférhetőségi hálózatokhoz igazított, finomított kétlépcsős lebegő vonzáskörzet (2SFCA) módszer, amelyek lehetővé teszik a közlekedési módok és a heterogén térbeli hálózatok integrálását a vonzáskörzet lehatárolásába, és lehetővé teszik az elérhető

távolsági küszöbértékek és a befolyásolási sugarak pontosabb modellezését (Zhang et al. 2024). Michalkó (2016) a turisztikai vonzerők kapcsán megkülönbözteti a regionális, az országos, a nemzetközi és a globális hatókört, attól függően, hogy az attrakció milyen területi skálán érvényesül (ha egy attrakció például regionális hatókörű, akkor az odalátogatók többsége a környékbeli megyékből, az adott régióból érkezik).

Az attrakciók vonzaskörzetének meghatározására nem léteznek konkrét mérőszámok, sem mindenhol alkalmazható univerzális modellek, mert a modellalkotásban a kutatók számos paramétert vesznek figyelembe, azt is különböző korrekciókkal. Összegezve ezek a paraméterek a következők: az utazás kiindulási pontja és a célállomás, a közlekedési hálózat, a szállítási mód, a turisztikai idő költsége, a személyes tényezők, a helyismeret. Mindezek jelentősen befolyásolják az utazás alakulását és a vonzaskörzet nagyságát.

Az utazás kiindulási pontja és célpontja meghatározásában az utazást generáló attrakciós pontok (szállodák, motelek, üdülőhelyek) a városokban erősen koncentráltan jelentkeznek. A turisták ezekből a kiindulópontokból általában reggel indulnak útnak a célponthoz és a nap végén térnek vissza. A főbb célpontok számos vonzerővel rendelkeznek, amelyek lehetnek a többi helyszínnel egységet képezők vagy teljesen független (eltérő kilátással, tájjal, építészeti vagy dizájnstruktúrával rendelkező) területek.

A *közlekedési hálózat* magában foglalja a repülőterek, autópályák, főútvonalak, utcák elrendezését. Minél több alternatív útvonalat kínál egy hálózat, annál nehezebb pontosabban modellezni a közlekedési áramlást rajta. A turisták általában nem az időhatékony útvonalakat (legrövidebb utat) választják, hanem azokat az útvonalakat keresik, amelyek több lehetőséget kínálnak felfedezésre, látogatásra. A mozgásminták előrelátása könnyebb, ha kevés látnivalóval és korlátozott közlekedési hálózattal rendelkező úti célt vizsgálunk, mint egy összetett, több szálláshellyel és látnivalóval (Page 1994) rendelkezőt. A mozgási lehetőség köre is korlátozottabb lesz azokban a desztinációkban, ahol az összes fő turisztikai termék egy vagy néhány csomópontban összpontosul. A desztináció domborzati viszonyai szintén befolyásolják (hegyvidék, hágók, sík terület) a létesítmények elhelyezkedését és a közlekedési hálózat formáját, ami kihat a turistaáramlásra. Hegyvidéken vagy egy szigeten nagyobb valószínűséggel fordulnak elő lineáris, pontról-pontra terjedő útvonalak, míg a síkvidéki célállomásokon nagyobb lehetőség kínálkozik a széttartó és alternatív útvonalak kialakítása.

A *szállítási módok* paraméter esetében azt kell megvizsgálni, hogy az utazások hogyan oszlanak meg különböző közlekedési módok közötti. A turisták jellemzően tömegközlekedési

rendszerekkel számolnak (Rurco et al. 1998; Page 1994), azonban ez a helytől és a turisták típusától függően változhat. Számos népszerű úti cél rendelkezik speciális, kifejezetten a turisták számára kialakított közlekedési rendszerrel, ami közvetlen hatással lesz mind az egyéni, mind a szervezett utak térbeli alakulására, a vonzásokörzetek formálódására. Négy közlekedési mód áll a turisták rendelkezésére: a személygépkocsi (saját vagy bérelt), egy kereskedelmi társaság által üzemeltetett közlekedés eszköz (szervezett utakon jellemző), a tömegközlekedési eszközök (buszok, villamosok, vonatok, kompok és taxik stb.), valamint a gyaloglás. Utóbbi három típus esetében a mozgás bizonyos mértékig korlátozott, ezek kiválasztása a megtett távolságtól és az utazás költségétől is függ.

A turisztikai idő költségvetés is befolyásolja a turisták viselkedését. A célterületen eltöltött idő közvetlenül bővítheti vagy korlátozhatja a lehetséges tevékenységek számát és körét, valamint az egyes tevékenységek megélésének mélységét (Pearce 1988). Az idő nem tárolható egy későbbi időpontban történő felhasználásra, ezért a célállomás teljes időtervét már általában az érkezés előtt rögzítik a turisták és ez a helyszínen nehezen módosítható. Emiatt az idő felhasználásának módja, nem pedig a rendelkezésre álló idő mennyisége válik a legfontosabb változóvá. A ráfordítással kapcsolatos döntésekhez gyakran az odautazási idő, az adott látványosság és a kérdéses helyen eltöltött idő közötti kompromisszum meghozatala szükséges. Egyes turisták az időt egy lehetséges költségkeretben látják (Walsh et al. 1990; McKean et al. 1995), és az utazási idő minimalizálásával igyekeznek maximalizálni a helyszínen eltöltött időt. Mások az utazási időt olyan árucikknek tekintik, amely önmagában is hasznot hoz (Chavas et al. 1989). Akik jobban ismernek egy desztinációt, azok intenzívebben fogyasztják a turisztikai lehetőségeket, ellenben a „kényelmesebb” turisták hajlamosak arra, hogy csak a jól ismert csomópontokban vagy fő közlekedési folyosók mentén található, kényelmes látnivalókat keressék fel. Akik első alkalommal utaznak egy helyre, azok szívesebben fedezik fel a célpont környezetét, míg a célterületen többször is járt turisták olyan társas tevékenységeket részesítenek előnyben, mint a vásárlás, az étkezés, valamint a barátok és rokonok meglátogatása (Gitelson–Crompton 1984; Fakeye–Crompton 1991; Lau–Mc Kercher 2004).

A személyes tényezőket nehezen lehet paraméterhez kötni az attrakciók elérhetőségének vizsgálatában, mert ezt az egyéni utazási szokások alakítják. Haldrup (2004) megállapította, hogy az utazók mozgását három csoportba lehetett sorolni: 1) lakhely körül mozgók (korlátozott mozgás); 2) navigációra hagyatkozók (cél-orientáltak) és 3) sodródók (mozgás-orientáltak). Ezen csoportok mindegyike másképp éli meg a desztinációt és alakítja ki mozgáskörnyezetét. Ehhez hasonlóan Leiper (1990b) azt állítja, hogy a turisták a saját egyedi

rendszereikben (motiváció, források, szálláshelyek, szolgáltatások stb.) utaznak még akkor is, ha egy utazás során sokszor ugyanazokat a látnivalókat látogatják meg. Debbage (1991) szerint a személyiségtípusok is hatnak a turisták térbeli viselkedésére. Plog (1974) a bahamai turistákat pszichológia sajátosságok alapján tipizálta; különbséget tett a helyhez kötődő és kevésbé kötődők között. Cohen (1979) inkább a felfedező (kalandvagyó) és turistabarát kategóriákat használja. Fennell (1996) szerint a különleges érdeklődésű turisták sokkal céltudatosabban fogyasztanak egy úti célt, mint a fősodorhoz tartozó, átlagos turisták; hajlandóbbak alacsonyabb rendű, speciális vonzerővel rendelkező látnivalókat is felkeresni. Rájuk jellemző, hogy több időt töltenek el az egyes tartózkodási helyeken is, nemcsak a preferált célponton. A csoportos utazás esetén a csoportdinamika is befolyásolja a mozgást, az egyéni preferenciák ilyenkor háttérbe szorulnak. A kulturális távolság is kihat a viselkedésre, mivel a kulturálisan közeli forráspiacról érkező turisták eltérő attrakciókat keresnek fel és más területekre utaznak a célállomáson belül, mint a kulturálisan távoli turisták (Lew 1987; Flogenfeld 1999). Keul és Küheberger (1997) véletlenszerűen kiválasztott turistákat követett Salzburg óvárosában és feljegyezték a sétával és megállásokkal töltött idejüket. Az utóbbi vizsgálatban nem találtak egyértelműen azonosítható mintákat az egyéni preferenciák alapján, sokkal inkább a földrajzi adottságok és csoportdinamika befolyásolta a turisták mozgását. Mill és Morrison (1985) rávilágított, hogy az erőnlét vagy az életkor is befolyásolja egy attrakció felkeresését. A fiatal turisták energikusabb tevékenységeket keresnek, míg az idősebbek inkább a nyugodtabbakat részesítik előnyben. A fogyatékkal élő turisták inkább kevesebb tevékenységben vesznek részt és több időt igényelnek a látnivalóhoz történő eljutáshoz (McKercher et al. 2003).

A *helyismeret* is befolyásolja turistaforgalmat és az ottani élmények fogyasztását (Ryan 2000). A célpont kiválasztása egyéni, de külső hatások (pl.: közvetítők tanácsai) befolyásolják (Seaton–Bennett 1996). A turisták kötelességüknek érzik, hogy felkeressék az *elsődleges vonzerőket*, még akkor is, ha azok viszonylag félreeső helyeken találhatóak. Azonban minél alacsonyabb egy látványosság a vonzerők hierarchiájában, annál inkább lesz a meglátogatása kényelmi alapú vagy véletlenszerű, emellett ezek a látogatások könnyen helyettesíthetők a könnyebben elérhető célpontokkal.

2.1.2. A távolság szerepe az utazási döntésben

A turisták viselkedését befolyásoló tényezők közül az utazási távolság kritikus tényezőként jelenik meg, amely közvetlenül összefügg a turisták úti cél választási döntésével és az érkezés utáni viselkedési mintáikkal. Számos tanulmány kimutatta, hogy a távolságnak pozitív és

negatív hatásai is lehetnek az úti cél megválasztására (Nicolau 2008). Egyrészt a távolság eltántoríthatja a turistákat attól, hogy egy célállomásra utazzanak olyan tényezők miatt, mint a magasabb repülőjegy költségek, hosszabb utazási idő, észlelt kockázatok és a bizonytalanság (Kah et al. 2016; Bianchi et al. 2017); másrészt a távolság utazásösztönző is lehet egyben, mert a távoli úticélok gyakran egzotikus, vonzóbb kultúrákat és tájak képzetét keltik (Crouch 1994; McKercher 2008a). A turisták a távolság miatt általában gyakrabban tesznek rövid távú utakat, mint hosszú távúkat (Lee et al. 2014). Ugyanezek a szerzők rámutattak arra is, hogy az egy adott területről érkező turisták száma negatív korrelációban áll a célállomás és a küldőterület közötti távolsággal.

Bár a távolságcsökkentő elméletek földrajzi betekintést nyújtanak a turisztikai desztináció kiválasztásához kapcsolódó térbeli mintázatba, hajlamosak ezek az elméletek leegyszerűsíteni a távolság szerepét a desztinációválasztás előrejelzésében. A turisták gyakrabban tesznek rövid távú-, mint hosszú távú utakat, nem azért, mert a rövid utazást mindenképpen előnyben részesítik, hanem számos, a távolsággal összefüggő tényező miatt, mint az időkölttség, a pénzügyi költségek, a kulturális különbségek, a nyelvi akadályok, valamint a biztonsági aggályok. Ahogy McKercher (2008a:1215) megjegyezte, „a távolság önmagában nem meghatározó tényező a desztináció kiválasztásában”. A távolság és az úti cél közötti kapcsolat ezért számos olyan tényező együttes tükröződése, amelyek ösztönzik vagy elrettentik az úti cél kiválasztását.

A távolság az úti cél kiválasztása mellett szorosan összefügg a turisták célállomás elérése utáni viselkedésével és az utazással való elégedettséggel. Wang és társai (2012) úgy látták, hogy a célállomástól távolabb élő látogatók általában tovább maradnak a célállomáson, mint a közelben élők, míg Lee és társai (2014) a helyi fesztiválok vizsgálatában egymásnak ellentmondó bizonyítékokat találtak erre. Park és társai (2019) fordított U-alakú kapcsolatot fedeztek fel az utazási távolság és a szolgáltatással való elégedettség között. A fizikai távolság mellett a kulturális távolság is befolyásolta a vizsgálatainkban a turisták ismételt látogatását, tartózkodási idejét és kiadásait (Qian et al. 2018). Jackman és társai (2020) több, mint 350 ezer Barbadosra utazó turista repülőtéri adatait elemezte és megállapította, hogy tartózkodásuk időtartama a földrajzi távolsággal, a kulturális távolsággal és az éghajlati távolsággal³ növekszik, de fordított arányban áll a gazdasági távolsággal.

³ *Éghajlati távolság* a meteorológiában a vízszintes távolság és a magasságkülönbség 100-as szorzóval súlyozott négyzetes összege.

Az ökonometriai modellekben a távolság mint magyarázó tényező jelenik meg és folytonos változóként kezelik. A szakirodalomban az is elterjedt, hogy a távolságot dichotóm változóvá alakítják át úgy, hogy a különböző távolságból érkező turistákat két csoportra bontják: közeli- és távolabbi turistákra (Anderson et al. 2008). Ennek a gyakorlatnak két oka van: először is, a tudósok azt találták, hogy a turisztikai magatartásbéli változások sokkal gyorsabban történhetnek meg a közelből érkező utazások esetében, mint a távolabbról érkezőknél (Bao–McKercher 2008; McKercher, 2008a). Másodszor, a két csoport összehasonlítása nemcsak azért gyakorlatiasabb, mert könnyebb az utazásokkal kapcsolatos vizsgálatok elvégzése és összehasonlítása, hanem azért is, mert a szakemberek számára hasznosabb lehet a piacok szegmentálása és a megkülönböztetett piacokra megfelelő stratégiák alkalmazása. Számos empirikus kutatást végeztek a két csoport motivációjának, preferált tevékenységeinek, tartózkodási hosszának, utazási intenzitásának, fogyasztásának, stb. összehasonlítására. A vizsgálódások során azt találták, hogy közeli célpontot főként pihenés céljából keresnek fel a turisták, míg távolabbi desztinációkat pihenés mellett a tudásfejlesztés, az ismeretlen kultúrák megismerése miatt látogatják meg (McKercher–Du Cros 2003). A távolabbi helyről érkező turisták gyakrabban több úticélú utakon szeretnének részt venni, míg a közelből érkezők hajlamosak csak egy célt kitűzni utazásuk során (Tideswell–Faulkner 1999; Hwang et al. 2006), valamint a közeli látogatók nagyobb valószínűséggel csatlakoznak tematizált túrákhoz vagy csoportos tevékenységekhez, mint a távolabbi területről érkező látogatók, akik inkább önállóan szervezik meg utazásaikat (McKercher–Lew 2003).

Egy tanulmányban (McKercher 2008b) hongkongi úticélt vizsgáltak és azt állapították meg, hogy a távolabbról érkező turisták a város kulturális örökségének helyszíneit, beleértve a múzeumokat, tereptárgyakat, szabadtéri piacokat és a híres helyeket keresték fel leginkább, míg a közeli területekről érkező turisták inkább vásároltak, ellátogattak a helyi vidámparkba, ami részben tükrözte a látogatási motivációik különbözőségét. Számos tanulmány kimutatta, hogy az utazási távolság összefügg a turisták költési hajlandóságával, vagyis a távolból érkező turisták általában többet költenek ételmiszerre, vásárlásra és szórakozásra, mint a közelből jövők (Long–Perdue 1990; Lee 2001; Wang 2004). A távolabbra utazók az útra egyszeri élményként tekintenek, amely megszerzése gondos előkészítést igényel ahhoz, hogy maradandó nyomot hagyjon emlékezetükben (Yeoman–Lederer 2005). Ezért ezen látogatókat jobban érdeklik a turisztikai termékjellemzők és minőségük, továbbá kevésbé törődnek az árral, mint azok, akik közelebről utaznak egy adott turisztikai desztinációba (Lo–Lam 2004).

A közlekedési rendszer elérhetősége és minősége is arra ösztönzi a turistákat, hogy több helyet keressenek fel a közvetlen közelben, és több kapcsolódó szabadidős tevékenységet élvezzenek (Xiao et al. 2012). Emiatt a legjobb minőségű közösségi közlekedési rendszerekkel rendelkező városok is vonzóbbá válnak a turisták számára (Mandeno 2011). A személygépkocsi biztosítja a legnagyobb rugalmasságot az attrakcióválasztás, az útvonalválasztás vagy a célállomás időfelhasználása tekintetében. Larsen és társai (2007) rámutatnak a személygépkocsi által garantált rugalmasságra, ami különösen fontos a kiterjedt társasági életet folytató utazók számára. Egy hatékony közösségi közlekedési rendszer lehetővé teszi a turisztikai csúc szezonban (tengerparti desztinációk esetében a nyári időszakban) fellépő áramlásnövekedés jobb kezelését, valamint lehetővé teszi a megnövekedett torlódások és a helyi közlekedési infrastruktúrára nehezedő, a látogatók számának növekedéséből fakadó kellemetlenségek mérséklését (Albaladejo–Bel 2010).

A helyi lakosokat (utazási távolság nulla) megkülönböztetjük a turistáktól, akik eltérően használják az adott helyszíneket. A lakosok a legtöbb turisztikai helyszínt szabadidős és rekreációs tevékenység céljából keresik fel, míg a turistákat a városnézés, a hely felfedezése érdekli (Su–Wall 2016). Például egy kínai filmes turisztikai helyszínen a közeli lakosok napi rendszerességgel használják a helyet dalok éneklésére, táncra, kártyázásra és hangszeres előadásokra, így jelenlétük még a turisták számára is vonzóvá vált a helyi kultúra hiteles kifejeződéseként (Zhang et al. 2016). Buenos Airesben a kutatók azt találták, hogy míg a turisták a tenger esztétikai értékét értékelték nagyra, addig a helyi lakosok a tengert rekreációs tevékenységekhez, például horgászásra és evezésre használták (Faggi et al. 2013). A turisták és a lakosok gyakran ugyanazonokon a turisztikai helyeken osztoznak, így interakciójuk figyelemre méltó (Mann–Absher 2008; Reis–Higham 2009); sokszor konfliktus adódhat, miközben ugyanazt a teret és létesítményt különböző célokra használják. A korlátozott erőforrások, az eltérő tevékenységi stílusok és használati minták miatt a helyi lakosok tevékenységei sokszor zavarják a turisták szokásos városnézését (Branigan 2014; Su–Wall 2015). Eközben egyre több turista elfoglalja a helyben lakók életterét, megszakítva ezzel nyugodt, megszokott életmódjukat. Egyes lakosok ezért úgy döntenek, hogy módosítják térhasználati szokásaikat, hogy elkerüljék a turistákkal való intenzív érintkezést (Su–Wall 2015), de más esetekben nem jelentkezik ez a fajta konfliktus és békésen megosztják a teret (Zhang et al. 2016).

Összefoglalva, a távolság szerepe az utazási döntésben népszerű kutatási téma a turizmus területén. A legtöbb tanulmány hagyományos kutatási módot (felmérést és/vagy interjút) alkalmaz (Vizi et al. 2019; Fónai–Sipos 2023) és kevés a nagy adat (Big Data) elemzés (Su et

al. 2019; Jackman et al. 2020), míg magyar kutatások loglineáris modellt (Tóth–Dávid 2009; Tóth et al. 2012) használtak, ezért a távolság valódi hatása a turisták viselkedésére még mindig nem egyértelmű.

2.1.3. Az attrakció megközelíthetőségének szerepe az utazási döntésekben

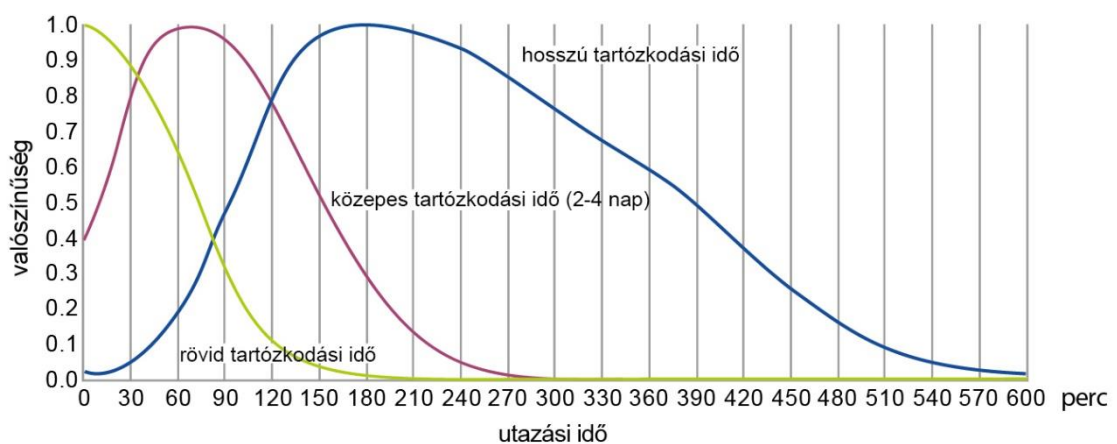
A megközelíthetőség jelentős szerepet játszik a tervezett utazás célpontjának megválasztásában. Az elérhetőség az egyik legfontosabb tényező a turisztikai régiók fejlődésében. A turisztikai áramlások irányát és a látogatók számát a vonzerők különböző közlekedési eszközökkel való elérhetősége és az ár határozzák meg.

Thurot (1980), majd Pearce (1989) vizsgálatukban elkülönítették a küldő-, a tranzit-, és a célterületet egymástól. A tranzit terület esetében kiemelték a közlekedési hálózat jellegét és a kapacitás korlátait. Hale és Page (1999) négy vizsgálandó területet jelöl ki a közlekedés és a turizmus határterületén, melyek a következők: 1) a forrás és a célterület összekapcsolásának jellemzői; 2) mobilitás és hozzáférés biztosítása a célterületen belül; 3) mobilitás és hozzáférés biztosítása egy aktuális turisztikai vonzerővel rendelkező területen belül, valamint 4) egy rekreációs útvonalon való utazás elősegítése, ami önmagában is turisztikai élményt jelent. Hale és Page (1999) arra is rámutat, hogy a forrás és célterületek összekapcsolása nem elsősorban turisztikai céllal történik. Hallsall (1982) meghatározta az alapvető kapcsolatot a szabadidő és a közlekedés között. Eszerint a közlekedés igen lényeges része a turisztikai (rekreációs) viselkedésnek, mely segíti a rekreációs célok elérését, illetve maga is rekreációs tevékenységet jelent. Az elérhetőség Makrí (2001) szerint térbeli pontok egymáshoz viszonyított fontossága, és megkülönböztet fizikai, mentális, társadalmi, szervezeti és pénzügyi elérhetőséget. Az elérhetőségnek egyes kutatások szerint leginkább a turisztikai desztináció kiválasztásában van szerepe (Thompson–Schofield 2007). A turisták utazási döntéseik során az elérni kívánt desztinációkat először a helyi lehetőségek és vonzerők alapján választják ki (Crompton 1992). A döntési folyamatban a turisták a céljaiknak megfelelő, hasonló jellegű adottságokkal rendelkező desztinációkat veszik figyelembe (Celata 2007). Csak miután ez az elsődleges választás megtörtént, hasonlítják össze a desztinációkat elérhetőségük alapján, így az elérhetőségnek elsősorban a potenciálisan felkereshető desztinációk egymással való helyettesítésében van, illetve lehet elméletileg szerepe. Az úti cél választását Haynes és Fortheringham (1990) egy diszkrét folyamatként jellemezték, sok lehetséges utazási lehetőséggel, de végül a lehetséges célterületek valamennyi esetben térben rögzítettek, ami

egyben behatárolja azt, hogy egymást milyen mértékben tudják helyettesíteni (Fotheringham et al. 2000).

A turizmus és a legtöbb gazdasági ágazat fejlődésének elengedhetetlen feltétele a közlekedési infrastruktúra fejlesztése, a környező területek megfelelő megközelíthetősége. A közlekedési infrastruktúra hozzájárul a turizmuson alapuló gazdasági sikerhez. A turisták többsége számára egy turisztikai célpont jó megközelíthetősége azt jelenti, hogy a terület gyorsan, olcsón és kényelmesen elérhető és felfedezhető (például autóval vagy közösségi közlekedési eszközökkel). Prideaux (2000) azt állítja, hogy egy úti célnak könnyen megközelíthetőnek és könnyen bejárhatónak kell lennie. Másrészt egyes kutatások (Celata 2007; Tóth–Dávid 2010) azt állítják, hogy nincs abszolút összefüggés a földrajzi elérhetőség és a desztináció forgalma között. Knowles (1993) rámutatott, a kutatók sok esetben a turizmus passzív elemeként, nem pedig a turisztikai tevékenységek szerves részeként tekintenek a közlekedésre. Ezt cáfolja Page és Getz (1997) elemzésében, mivel *néhány egyéni vidéki turisztikai vállalkozás számára, mint például az éttermek és a kiskereskedelem, elengedhetetlen a széleskörű hozzáférhetőség*. Egy lengyel vizsgálat (Więckowski et al. 2014) arra mutatott rá, hogy az utazási idő és a célállomáson eltöltött idő különböző távú utazásoknál különbözőképpen függenek össze (1. ábra). Bull (1994) szerint a távolság csökkenésével az utazások intenzitása csak egy bizonyos pontig nő, utána hanyatlani kezd, s végül zérus távolságnál zérus lesz. Ennek az az oka, hogy a túl közeli és ezért túl hamar elérhető desztinációk nem vonzóak a turisták számára, azokat mindennapos környezetük részének tekintik.

1. ábra: A távolság-csökkentő függvény alakja az utazási időtől függően



Forrás: Więckowski et al. (2014:8)

Megállapították, hogy csak nagyon korlátozott számú utazó az, aki 2-4 napra elutazik olyan településre, amely „csak” 15-30 perces autóútra van lakóhelyétől. A legnagyobb valószínűséggel olyan hétvégi utakat választanak a turisták, amelyek autóval 45-90 percre vannak az úti céltól. Azoknál a desztinációknál, amelyek elérése több mint 90 percnyi autózást igényel, csökken annak a valószínűsége, hogy hétvégi úti célként választják. Ha egy út 3 órát vesz igénybe, annak a valószínűsége 30%, hogy oda elutaznak, míg ez 5 óra esetén alapvetően a nullához közelít. A nyugati országokban végzett kutatások szerint az emberek 2-3 órát hajlandóak utazással tölteni. Ezen időkorlátot túl a szabadidős célú utazás motivációja drámaian csökken. Míg Lengyelországban a gyorsforgalmi utak (autópályák és gyorsforgalmi utak) rossz állapota és lassú építése miatt az elfogadható utazási idő hosszabb, azaz körülbelül 4 óra (Więckowski et al. 2014), Magyarországon pont az autópályák segítik a turistákat egy desztináció elérhetőségében. Egy vizsgálat kimutatta, hogy Budapest és agglomerációjának szerepe csökkent, illetve a területi különbségek enyhültek (2015-ben 2000-hez viszonyítva). Ezen belül különösen fontos néhány jelentős központ és térsége vonzáskörzetének erősödése: Győr, Székesfehérvár, Szeged, Szolnok, Miskolc (Tóth 2002, 2018). Európai szinten a turisztikai áramlások nem távolságfüggőek Tóth (2012) és társai szerint, sőt az otthontól való távolság érzése Kalmárné Rimóczi (2018) kutatása alapján a belföldi utazási szokásokban sem játszik jelentős szerepet, tehát nem jelent erős motivációt, hogy minél messzebb kerüljön valaki a lakóhelyétől. A távolság jelentősége ugyanakkor az utazási költségek miatt semmiképpen sem elhanyagolható.

Elméleti szempontból a közlekedési infrastruktúrák fejlesztése növeli egyes desztinációk elérhetőségét, ezáltal bővül a turisták választási kosara (Prideaux 2000). A desztinációválasztás mikroökonómiai modelljei negatív hasznosságot tulajdonítanak a távolságnak és az utazási időnek, ha minden más változatlan, a közlekedési kapcsolatok javulása és az ezzel járó utazási idők csökkenése az előrejelzések szerint növelni fogja a turisztikai keresletet (Papatheodorou 2001; Khadaroo–Seetanah 2008).

Ami a turisztikai szektort illeti, a közlekedési összeköttetés növeli a desztinációk vonzerejét (Khadaroo–Seetanah 2008), a turisztikai cég értékét (Zhang et al. 2020), a szállodák kihasználtságát (Deng et al. 2021), és akár térbeli tovagyrűző hatásokat is produkálhat a szomszédos régiókban (Tian et al. 2022; Zhou et al. 2021).

A gépjárművek használata jelenti a domináns közlekedési módot a belföldi turizmusban, az összes turisztikai tevékenység háromnegyedét vagy még többet teszik ki az Egyesült Királyságban (Visit Britain 2014), Ausztráliában (Prideaux–Carson 2003) és az Egyesült

Államokban (Christoff 2022). A fő vonzerő abban rejlik, hogy a személyszállító járművek biztosítják a legnagyobb rugalmasságot a látnivalók kiválasztásában, az útvonalválasztásban, az időfelhasználásban, a mozgásszabadságban és abban, hogy a turista azt tegye, amit épp akar (Zorn–Suni 2019; Bursa et al. 2022). Azt is lehetővé teszi a turisták számára, hogy olyan célpontokat keressenek fel, amelyek esetleg nem érhetők el repülővel, vonattal vagy hajóval (Prideaux 2011). Az elektromos autók használatával a desztinációs célpontok választása is megváltozott amiatt, hogy ezeket az autókat gyakrabban kell tölteni, míg a töltőpontok elszórtan találhatóak egyes területeken a hagyományos benzinkutakhoz képest (Miller 2014; Mutavdžija et al. 2022). A kihívások ellenére az elektromos járművek növekvő népszerűsége számos lehetőséget kínál a turisztikai szektor számára, különösen a rövid időtartamú látogatás piacán, valamint a megállós vagy köztes célpontok számára. A turistákban növekszik a vágy, hogy minél több helyszínt látogassanak meg a rövid időtartamú utazás során, ellenben a távolság növekedésével arányosan nő bennük a szorongás ezen teljesítés miatt. Emellett előfordulhat, hogy a turistáknak gyakrabban kell megállniuk hosszabb utakon (Langbroek et al. 2018; Morrison 2023), ami lehetőséget teremt a megállóhelyek és a helyi szállásadók számára a látogatók nagyobb hányadának bevonására (Zorn–Suni 2019; Cortés-Murcia et al. 2023). Amíg Nogrady (2023) például arról számol be, hogy korábban elkerülték a turisták a központi üzleti negyedeket, bevásárlóhelyeket, addig ma már egyre több látogatót vonzanak a kényelmes időtöltési lehetőség biztosítása révén.

A vasúti közlekedést azok veszik igénybe, akik kevésbé autófüggő életmód felé mozdulnak el (Dai et al. 2020; Luan et al. 2020). Egy tipikus kontinentális európai városi környezetben az „idős emberek” azok, akik inkább hajlandóak több közlekedési módot használni célpontjuk elérése céljából (Haustein–Siren 2015), míg az Egyesült Államokban ennek ellenkezőjét tapasztalták, az idősebbek inkább egy közlekedési módra, vagyis az autóra támaszkodnak (Buehler–Hamre 2015) utazásuk során. Lixun és társai (2023) vizsgálata alapján elmondható, hogy a vállalati alkalmazottak és a nyugdíjasok, az autóval nem rendelkezők, valamint a háromfős családok nagyobb eséllyel térnek át utazásuk során multimodális közlekedés használatára.

2.2. A kulturális távolság értelmezési dimenziói

2.2.1. A kulturális távolság és a turisztikai mobilitás kapcsolatának értelmezése

A kultúra a tanult viselkedés olyan integrált vonásait foglalja össze, amelyeket egy adott társadalom tagjai közösen osztanak meg és adnak tovább (Linton 1945). Egy ország kulturális értékei különböznek egy másik ország értékeitől, még akkor is, ha ezek az országok hasonló etnikai hovatartozással és háttérrel rendelkeznek (Clark–Pugh 2001; Sousa–Bradley 2006; Figueiredo et al. 2008). Számos kutatás bizonyítja, hogy a különböző országokból és kultúrákból származó emberek eltérő utazási igényekkel, preferenciákkal, szokásokkal és tevékenységekkel rendelkeznek (Dybka 1988; Holzner 1985; Ritter 1987; Sheldon–Fox 1988; Pizam–Sussman 1995; Pizam–Jeong 1996; Lim–McAleer 2005; Mak et al. 2005; Wang 2005). Az úti cél kiválasztása közvetlenül összefügg a kulturális jellemzőkkel (O’Leary–Deegan 2003; Crofts 2004; Ng et al. 2007). A kulturális távolság értékelése fontos a nemzetközi turisták tekintetében, amely megmutatja a kulturális különbségek vagy hasonlóságok mértékét a turista hazája és a célország között (Clark–Pugh 2001; Shenkar 2001; Crofts 2004). A kulturális távolságot Clark és Pugh (2001:296) kulturális klaszterhez hasonlította és így határozták meg: „*a kulturális klaszter az, amely a külföldi célországba vagy a hazájába tartozik*”. A kulturális távolság arra utal, hogy a turista származási területének kultúrája mennyire különbözik a fogadó régió kultúrájától (McIntosh–Goeldner 1990). A kulturális távolság különösen fontos a nemzetközi turizmusban, mivel a látogató azon képessége, hogy intellektuálisan képes megérteni és érzelmileg viszonyulni külföldi országokhoz akkor valósul meg, ha a két nemzet között észlelt kulturális különbségek állnak fenn (Håkanson–Ambos 2010). Lee és társai (2011) szerint a kulturális távolság hatással lehet a turistakeresletre. Korábbi tanulmányok kimutatták, hogy a kulturális távolság hatással van a nemzetközi úti cél választásra és utazási döntésekre (Jackson 2001; Ng et al. 2007), valamint alkalmas eszköz az országok közötti kulturális hasonlóságok és különbségek mérésére (Shenkar 2001). A kulturális különbségek azonban gyakran az országhatároktól függetlenül, nyelvi, etnikai vagy vallási megosztottság szerint jelentkeznek. Továbbá, Gómez Parra (2009) megállapította, hogy a kulturális távolság fogalma olyan személyek között létezik, akik ugyanolyan nyelvet beszélnek, de nem osztják ugyanazokat a kulturális értékeket. Hofstede (2001) tanulmánya alapján az ázsiai társadalmak magasabb értékeket képviselnek a hatalmi távolság, a kollektívizmus és a hosszú távú orientáció fenntartása terén, valamint vegyes értékeket mutatnak a férfiasság és a bizonytalanságkerülő jellemzők tekintetében. Emellett a konfucianizmus a kínai hagyományos

kultúra alapja, amelyet a kínai nagyrégiókkal, például a szárazföldi Kínával, Tajvannal, Hongkonggal és Makaóval osztanak meg. Ezek a régiók azonban egyedi kulturális sajátosságokkal is rendelkeznek, amelyek földrajzi, történelmi, politikai és gazdasági adottságaik alapján különböző típusú turistákat vonzanak.

A kulturális távolságot gyakran használják az országok közötti nemzeti szintű különbségek mérésére (pl. Clark–Pugh 2001; Shenkar 2001). Az, hogy egy kulturálisan távolabbi helyekről származó utazó jobban vagy kevésbé motivált-e a határokon átívelő utazásra, továbbra sem egyértelmű. Korábbi tanulmányok kimutatták, hogy a lakosok turistákkal kapcsolatos attitűdjét és a turisták viselkedését egy adott úti célon belül közvetlenül befolyásolja a két csoport között zajló kapcsolatok és interakciók típusa, valamint a csoportok közötti érzelmi szolidaritás és társadalmi távolság (Tasci 2009; Yilmaz–Tasci 2015; Joo et al. 2018). Nyaupane és társai (2015) rámutatnak, hogy a turisztikai terek fogyasztóinak viselkedését meghatározza a társadalmi távolság mértéke, pl. a különböző vallású utazók közötti kapcsolati struktúrák. A kulturális távolságot a turizmus kutatásban lényegesen kevésbé vizsgálták, néhány kivételtől eltekintve, mint Tasci (2009) és Woosnam–Lee (2011), akik a külső látogatók és a látogatottak közötti kapcsolatokat vizsgálták. Ng és társai kimutatták, hogy az ausztrálok esetében negatív kapcsolat van a kulturális távolság és az utazási szándék között: konkrétan, minél nagyobb az észlelt kulturális hasonlóság a külföldi úti cél és az anyaország között, annál valószínűbb, hogy a turisták felkeresik az úti célt (Ng et al. 2007). Lepp és Gibson (2003) hozzáteszik továbbá, hogy a kulturálisan hasonló helyek meglátogatása enyhítheti a kulturális sokk hatását, ami könnyebb azonosulást eredményez a fogadó közösséggel, és pozitívabb élményt nyújt. Kastenholz (2010) ennél egyértelműbben fogalmaz, amikor a kulturális távolságot egyesek számára korlátozó, mások számára viszont vonzó tényezőként nevezi meg. Szerinte a nagyobb kulturális távolság fokozhatja az idegenség, a másság és a komplexitás érzését, ami sokakat visszatart attól, hogy kulturálisan távoli helyekre utazzanak. Ezzel szemben néhányan dönthetnek úgy, hogy éppen emiatt látogatnak el ezekre a helyekre. Lepp és Gibson (2003), Money és Crofts (2003), Litvin és társai (2004) valamint Crofts (2004) szerint, amikor kulturálisan távolabbi úti célokat keresnek fel a turisták, akkor egy sor kockázatcsökkentő stratégiát alkalmaznak azáltal, hogy utazási csomagokat vásárolnak, utazásszervezőket vesznek igénybe, és nagyobb számban utaznak rövidebb utakon, kevesebb úti célt érintve. Olyan kultúrából származó emberek, akik kevésbé kerülnek a bizonytalanságot, nagyobb valószínűséggel vállalkoznak önálló utazásra. Érdekes módon azonban Weiermair és Fuchs (2000) megállapította, hogy a kulturális távolságnak nincs jelentős hatása sem a szolgáltatásminőségi hiányosságok érzékelésére, sem

az általános elégedettségre. Yong és McAvoy (2005) a dél-koreai Szöulba látogatókat tanulmányozva azt találták, hogy a kulturális távolság alapvető szerepet játszik a preferált viselkedésformák típusaiban. A kulturálisan legközelebbi forrás piacokról érkezők az úti cél kézzelfogható adottságaiban, például a vásárlásban és a városnézésben voltak érdekeltek, míg a kulturálisan távolabbi eredetűek inkább a sajátos helyi kultúra megértésére irányuló tevékenységek iránt érdeklődtek. Azt javasolták, hogy az érintett desztinációmarketing szervezetek, a célpiac kulturális távolságától függően, különböző stratégiákat alkalmazzanak. Ezzel szemben McKercher és Chow (2001) megállapították, hogy a kulturális értelemben közeli országokból Hongkongba érkező turisták kevésbé érdeklődtek a kulturális turizmus iránt, míg a kulturális vonatkozásban távoli helyekről érkező turisták nagyobb valószínűséggel érezték úgy, hogy Hongkong gazdag kultúrában, történelemben és örökségben. Jackson (2001) kimutatta, hogy a kiemelkedően individualista országokból, mint például az Egyesült Államokból származó emberek nagyobb valószínűséggel választanak kulturálisan hasonló úti célokat, míg az egyértelműen kollektivistá nézetű országokból, például Dél-Koreából származó emberek inkább kulturálisan eltérő úti célokat választanak. Ezen vegyes eredmények, valamint a nemzetközi turisztikai piac folyamatos működése miatt, különösen Tajvanon, kiemelt fontosságú a kulturális távolság, mint kulcsváltozó beépítése a turisztikai célpontválasztás és a turisztikai kereslet megértésébe. Ng és társai (2007) odáig mennek, hogy azt állítják, kevés tanulmány vizsgálta kifejezetten a kulturális távolságot, mint a turisztikai kereslet és viselkedés előzetes mutatóját. Az előbbi szerzők a kulturális különbségekkel foglalkozó szakirodalom áttekintésével bemutatták, hogy a nemzeti kultúrát hogyan használták fel az utazási motiváció, a viselkedési minták, az észlelések és a preferált tevékenységek alapján a csoportok közötti különbségek feltárására, valamint a kultúrák közötti különbségek megismerésében, különösen ázsiai kontra nyugati kultúra kontextusban felhasználták a verbális és nonverbális kommunikációt, például a borralaló-adás gyakorlatát.

A felsorolt példákban is látszik, hogy a kulturális távolság meghatározása gyakran ellentmondásos, így ebből adódóan a jelenség mérése jelentős különbségekkel rendelkezik. Például, Ng és társai (2007) 25 olyan tanulmányt vizsgáltak meg, amelyek a kulturális távolságot különböző módon mérték és megállapították, hogy 19 tanulmányban Kogut és Singh (1988) indexét alkalmazták⁴ amely Hofstede (1980) dimenzióin (hatalmi távolság index,

⁴ Kogut és Singh bevezetett egy euklideszi távolságmérőt az országok közötti kulturális különbségek egyetlen indexben való rögzítésére. Az euklideszi távolságindex felveszi a nemzeti pontszám különbségét Hofstede mindegyik kulturális dimenziójára vonatkozóan (Hofstede 1980), majd ezeket a különbségeket egy általános (KS) indexben összesíti.

bizonytalanságkerülés index, individualizmus és a férfias-nőies értékek) alapul. Négy tanulmány önértékelési skálát használt, mivel a megkérdezetteket arra kérték, hogy értékeljék a saját országuk és a célország közötti kulturális távolságot. Két tanulmány esetében a Clark és Pugh (2001) féle klaszterelemzési módszert használták, amelyek a Ronen és Shenkar (1985) féle nemzeti térképen alapultak. Más korábbi kutatások a kulturális távolság mérésére más módszereket alkalmaztak, mint például nyelvi alapú mérést (Spradley–Philips 1972), addig Jackson (2001) a kulturális távolság értékelésére a Hofstede (1980) féle kulturális különbség négy mutatóját összefoglalta. Ng és társai (2007) ez utóbbit bővítették ki öt dimenzióra.

A kulturális távolsággal foglalkozó első magyarországi tanulmány (Vizi et al. 2019) azt a kérdést vizsgálja, hogy milyen kapcsolatban van a földrajzi- és a kulturális távolság egy örökségturisztikai objektum, jelen esetben a fertődi Esterházy-kastély látogatói körében. A kulturális távolság fogalmát a tanulmányban nem a szociológiában ismert és Park (1924), majd Bogardus (1925) által bevezetett és módszertanilag is kialakított kategóriaként értelmezik, azaz nem az egyes társadalmi csoportok közötti viszonyként, hanem egy jelenségtől, intézménytől való fizikai távolság kulturális értelmezéseként. Hasonlóképpen félreértésekre adhat okot az az általánosan ismert tény is, hogy az emberek társadalmi viszonyaikat jellemezve földrajzi, vagy a térbeliséget kifejező szavakat használnak: „közeli barátok vagyunk”, „távol álljon tőlem” stb. (Matthews–Matlock 2011). A tanulmány ennek zavaró hatására is szeretné felhívni a figyelmet.

A kérdésfeltevés önmagában is jelzi azt a szakirodalomból ismert nézetet, amely szerint a távolság nem egyszerűen fizikai mértékkel (hosszmérték vagy időmérték) mérhető csak, hanem ugyanolyan fontos annak percepciója, kognitív jellegzetességei, hiszen míg valaki számára egy távolság közeli, addig ugyanaz másoknak távoli lehet. Van, aki kulturális, életmódbeli, értékrendszerbeli jellegzetességéből adódóan egy kulturális örökséget képviselő desztinációt magától távolinak érez akkor is, ha az az elérhetőség szempontjából közel van, és természetesen a fordítottja is megfigyelhető. Másképpen megfogalmazva, mivel a fizikai távolság adott és nem változtatható (most hagyjuk figyelmen kívül azt, hogy a technika fejlődésével az elérhetőség persze változhat, de a változás nem gyakori), a kulturális távolság viszont társadalmi tényezőkhöz kötött, így adódik a kérdés: milyen kapcsolatban van a földrajzi és a kulturális távolság? Egy adott örökségturisztikai intézmény által megjelenített értékek, ismeretek vonzása mekkora földrajzi távolságot hidal át olyan emberek körében, akik hasonló értékekkel rendelkeznek? Felvethető a kérdés másik oldala is: a kulturális távolság, mint „taszító” tényező hogyan „növeli meg” a távolságot, amely az elérhetőség szempontjából kicsi, fizikailag nagyon közel van?

A turizmus egyik központi kategóriája a távolság, a mozgás. Rátz és Vizi (2007) ennek a mozgásnak számos típusát sorolják fel és arra is felhívják a figyelmet, hogy a turizmus és a mozgás, a távolság szorosan összefüggő fogalmak. A turizmus nyomást gyakorolhat például a közlekedési viszonyok fejlesztésére, a közlekedési viszonyok alakulása pedig befolyással van a turizmus fejlődésére. Michalkó (2016) a távolságot relatív fogalomnak tartja, s ebbe a relativitásba nemcsak a természeti, fizikai tényezőket, hanem az attrakció kulturális összefüggéseit is beleérti. A földrajzi és a kulturális távolság egymáshoz kapcsolódó értelmezése tehát ígéretes, de nem kellően kutatott jelenség ma, annak ellenére, hogy többen már tágították a távolság csak fizikai fogalomként való értelmezését. Kulcsár és Obádovics (2016) a távolság kérdésének a területi mobilitás és az emberi erőforrások összefüggésével való kapcsolatában kiemelték, hogy a mobilitásban nagy szerepet játszik a távolság kulturális értelmezésének megalapozottsága, vagyis az, hogy a mobilitási döntés során az emberek helyesen mérik-e fel saját humán erőforrásaikat és annak piaci értékét a választott helyen.

A szakirodalomban a távolság értelmezésével kapcsolatban tehát jelentős változások következtek be az elmúlt évtizedekben. Az egyoldalú fizikai vagy gazdasági megközelítések mellett ennek a fogalomnak a társadalomtudományi értelmezése is egyre erőteljesebben megjelent. Ankomah és Crompton (1992) már negyedszázada felvetették az úgynevezett kognitív távolság jelentőségét a turizmus kutatása területén. Véleményük szerint a távolság jelentőségét is elemző kutatások korábban elsősorban pénzügyi, fizikai és időbeli tényezők alapján ítélték meg annak fontosságát a turizmus területén. Pedig – mint rámutattak – a humán geográfiai írások már az 1950-es években felhívták a figyelmet a földrajzi és pszichológiai tényezők együttes kutatásának fontosságára. A turizmus területén ez a kapcsolat sokáig mostohán kezelt kutatási terület volt és bizonyos mértékben az ma is. Pedig – mint azt Cook és McCleary (1983) már igen korán megállapították – a turisták a távolságot jellemzőbben ítélik meg a kognitív tényezők, mint a fizikai tényezők (költség, idő, kilométer) alapján. Megfelelő motiváció esetén a turisták a fizikai távolságot általában alulbecsülik. A szakirodalomban ennek a kérdésfeltevésnek a vizsgálata igen ritkán fordul elő.

A távolság hatását a turisztikai döntésekre több tanulmány is elemezte, főként az országhatárokat átlépő utazások esetében. Lyons és társai (2009) például megállapították az utazási távolság negatív hatását a látogatottságra, de a kulturális motiváción alapuló távolság fogalma náluk nem szerepelt a vizsgált változók között. Nyaupane és társai (2004) a turisták által megtett távolságot elsősorban az életkorral és a jövedelemmel hozták összefüggésbe. Wynen (2013) felhívta a figyelmet a turisztikai kutatásokkal kapcsolatban az elérhetőség,

illetve távolság, valamint a társadalmi-demográfiai változók együttes elemzésének hiányára az utazók döntéseire gyakorolt hatással kapcsolatban. Kérdésfeltevése az volt, hogy milyen tényezők határozzák meg az egynapos turisztikai célú utazásoknál a kiindulópont és a desztináció közötti távolság kapcsolatát. Úgy találta, hogy a fizikai tényezők – például az éghajlati, időjárási viszonyok – mellett a társadalmi tényezők – mint például a nem, az életkor, a gyerekek száma, valamint az iskolázottság – hatása volt szignifikáns. A magasabb szintű iskolázottság növelte az egynapos turisztikai célú utazások távolságát. Ez az eredmény már felveti azt a kérdést, hogy az iskolai végzettségnek vajon Magyarországon is van-e távolságot áthidaló szerepe?

Nicolau és Más (2006) a távolság tényezőjét és az árak hatását vizsgálták az utazási döntések alakulására. A kulturális motiváció hatását abban látták, hogy a desztináció kulturális vonzereje csökkenti az árak negatív befolyásoló erejét. Megközelítésük hasonló annyiban, hogy láttatja az úgynevezett „puha” tényezők utazási döntést befolyásoló szerepét. Tanulmányukban a kultúra, mint kontroll változó alkalmazásával rávilágítanak az olcsó-drága fogalom pár relatív jellegére: tehát arra, hogy egy utazás, egy kulturális örökség megtekintése olcsó-e vagy drága, azt nemcsak az ár, hanem a kulturális értékek is döntően befolyásolják. Massara és Severino (2013) az úgynevezett pszichológiai távolság hatását elemezték az örökségturizmushoz kapcsolódó desztinációk és a kiindulópont közötti térbeli távolság „áthidalásával” kapcsolatban, amelynek az eredmények alapján közbülső (mediátor) hatást tulajdonítottak. A pszichológiai távolság és a kulturális motiváció erős összefüggését jelezték Bodrogai és társai (2017) is, megerősítve a társadalmi tényezők, a kulturális motiváció összefüggését az örökségturizmus területével. A kulturális távolságot Fan és társai (2016) három jellemzővel határozták meg: az egyik a kultúrának tulajdonított jelentőség általában, a másikat a különböző magatartási jellegzetességek adták, míg harmadikként a társadalmi jellegzetességeket, mint például az iskolai végzettség említették. Ez utóbbi tényező elemzésre került, feltételezve, hogy a kulturális érdeklődés és motiváció az iskolai végzettséggel változik, mégpedig úgy, hogy a végzettség emelkedésével annak fontossága növekszik. Összegezve a kulturális távolság értelmezéseit, megközelítésemben arra fogom helyezni a hangsúlyt, hogy milyen kapcsolatban van a földrajzi és a kulturális távolság egy adott turisztikai objektum esetében.

2.2.2. A kulturális távolság és a szabadidő kapcsolatának értelmezése

A szabadidő fogalmának értelmezése a társadalomtudományokban többféle megközelítést ölel fel. A szabadidő vizsgálata során a hangsúly eltolódhat az idő dimenziójáról a tevékenység

és/vagy a lelkiállapot felé (Formádi 2025). A korai elméleti megközelítések a szabadidőt a munka mint tevékenység, mint fáradtság és mint társadalmi funkció aspektusaival szembe állítva definiálták (Pieper 1965). Stebbins (2017) meghatározása szerint a szabadidő kényszer nélküli, kontextuálisan keretezett, szabadidőben végzett olyan típusú tevékenység, amelyet az emberek végezni akarnak, és képességeik és erőforrásaik felhasználásával ténylegesen kielégítő vagy kiteljesedő módon valósítanak meg.

A szabadidő mint lelkiállapot megközelítése a szubjektív élményekre fókuszál, az egyén szabadidős tevékenységgel kapcsolatos egyéni percepcióit helyezve a középpontba (Formádi 2025). A szabadidő ebben az értelemben olyan optimizmussal és jó érzésekkel teli lelkiállapotot jelent, mely nem feltétlenül kötődik fizikai aktivitáshoz (Veal 1992). Csikszentmihályi (1997) a flow-élményt a szabadidő ideális állapotaként definiálja, ahol az egyén teljesen elmerül a tevékenységben, mélyen megéli a pillanatot, és együtt áramlik a folyamattal. Pieper (1965) hangsúlyozza, hogy a szabadidő mentális és spirituális hozzáállás, nem pedig külső tényezők eredménye. A szabadidős élményállapot kialakulásának négy alapvető feltétele van (Formádi 2025:7-9):

1. **Szabadságérzet:** Az egyén szabadon választhatja meg a tevékenységet, mely mentes külső kötelezettségektől és korlátoktól. Ez az érzet a választás lehetőségére és a tevékenység feletti kontrollra épül.
2. **Belső motiváció:** A tevékenységben való részvételt belső késztetés vezérli, nem külső ösztönzők. A szabadidőt belső motiváció, elégedettség és a kényszerektől való mentesség jellemzi, melynek eredményeként élmény, személyes elégedettség és élvezet érzését kelti.
3. **Érzékelt kompetencia:** Az egyén képességei összhangban vannak az élményben rejlő kihívás mértékével. A megfelelő arány elégedettséghez vezet és sikeres részvételt eredményez.
4. **Pozitív érzések és önkontroll:** Az egyén ellenőrzést gyakorol a tevékenység felett, megválaszthatja annak idejét, időtartamát, és maga dönt a szabadidős tevékenységről. Ez az érzés a felszabadultság, feltöltődés érzéséhez vezet.

A szabadidő mint lelkiállapot megközelítése rávilágít arra, hogy a szabadidő olyan szubjektív élmény, amely számos tényezőtől függ, köztük az egyén szabadságérzetétől, belső motivációjától, észlelt kompetenciájától és pozitív érzéseitől. A kulturális távolság jelentősen befolyásolhatja a szabadidős tevékenységek megválasztását és az azokból fakadó élményeket.

Az egyén kulturális háttere, értékei, normái és szokásai meghatározzák, hogy mely tevékenységek tekinthetők számára élvezetesnek, pihentetőnek vagy éppen stresszesnek. A nagyobb kulturális távolság korlátozhatja a szabadságérzetet, csökkentheti az észlelt kompetenciát és negatív érzéseket is kiválthat benne (pl. bizonytalanságot, szorongást). Ezért kiemelten fontos a szabadidő tervezésekor figyelembe venni az egyén kulturális hátterét és a kulturális távolság hatásait, hogy a szabadidős élmény valóban pozitív és feltöltő lehessen.

2.3. A Fertő tóra vonatkozó eddigi kutatási eredmények a magyar és az osztrák oldalon turizmus-szakpolitikai keretében

Draganits és társai (2006) cikkükben a Fertő tó vízkészletének változását mutatják be, amelynek legnagyobb befolyásoló tényezője az emberi tevékenység. Felhívják a figyelmet, hogy alaposan mérlegelni kell az ember által okozott módosítások hatását a térségben.

Locsmándi (2009) disszertációjában vizsgálta a Sopron-Eisenstadt határtérséget és kutatása igazolta, hogy az integrálódó határtérség intenzíven újra szövi kapcsolatait, de ezt a felek egyenragú partneri viszonyban teszik. Hátrány éri a nyelvi, munkaügyi és a turisztikai ténykedések egyes területeit. A magyar-osztrák határtérségben viszont két eltérő gazdasági és politikai rendszerben formálódott térség integrálódása zajlik, aminek elméleti lehetőségeit a gyakorlati megvalósulás problémái írják felül. A közös európai tér kedvez a határon átnyúló nemzeti parkok tevékenységének, és az ökoturizmus várhatóan stabil elemeként épül be a térség turisztikai potenciáljába.

Kovács 2010-ben vizsgálta Sopron desztinációs vonzerőit és az egészség-, kulturális-, öko-, tudományos- és művészeti-, valamint az üzleti turizmus kategóriákba gyűjtötte. A Fertő tó és Fertő-Hanság Nemzeti Park vonzerejét az igényes ökoturista útvonalak és a tiszta levegő adja. Részben segíti a térség turisztikai térképre helyezését az országosan is kiemelkedő VOLT fesztivál, ahol a környező országokból a könnyűzenét kedvelő fiatalok jönnek össze. Az üzleti turizmus esetében a határsáv túloldalán élő osztrák látogatókra épült egy stabil termék- és szolgáltatásértékesítési rendszer. A magyar árszínvonal-nyugati minőség kettőssége megfelelő vonzerőnek bizonyult ahhoz, hogy az említett réteg hűségese, naponta ingázó „turistaként” folyamatosan igénybe vegye a kozmetikai, szépségszervi, továbbá gasztronómiai szolgáltatásokat. Emellett idenyrendezvényekhez köthető, rendszeresen megrendezett kézműves és őstermelői vásárok ismétlődnek, amelyek a régió magyar turistáinak jelentenek vonzerőt. A gasztro-

turizmus terén a soproni bor és a hozzá kapcsolódó kékfrankos, ill. a poncichterekről szóló legendák adják hírnevét.

Sallay és társai (2016) megemlítik, hogy a Fertő/Neusiedlersee világörökségi helyszín fejlesztése jó példa a települések együttműködésére. A kisvárosok nem vonják el az erőforrásokat a közeli falvaktól, hanem együttműködnek, miközben a teljes élet lehetőségét meghagyják a számukra, ami egy win-win helyzetet eredményez (annak ellenére, hogy a legfontosabb döntések mindkét országban nem helyi szinten születnek. Ausztriában regionális szinten, Magyarországon pedig a Fertő táj Világörökség Magyar Tanácsa működik miniszteri felügyelet mellett.) A térség településeinek kapcsolatai szerteágazóak, de az államhatár jelenléte továbbra is érezhető hatást gyakorol. A kisvárosoknak kulcsszerepe lehet a tó környéki szoros kapcsolati hálózat kialakításában, ahogyan azt már a két országban külön-külön teszik. Fontos lenne a határon átnyúló kapcsolatok erősítése a táji kohézió kifejezésére, a kultúrtáj világörökség részeként történő továbbfejlesztésére.

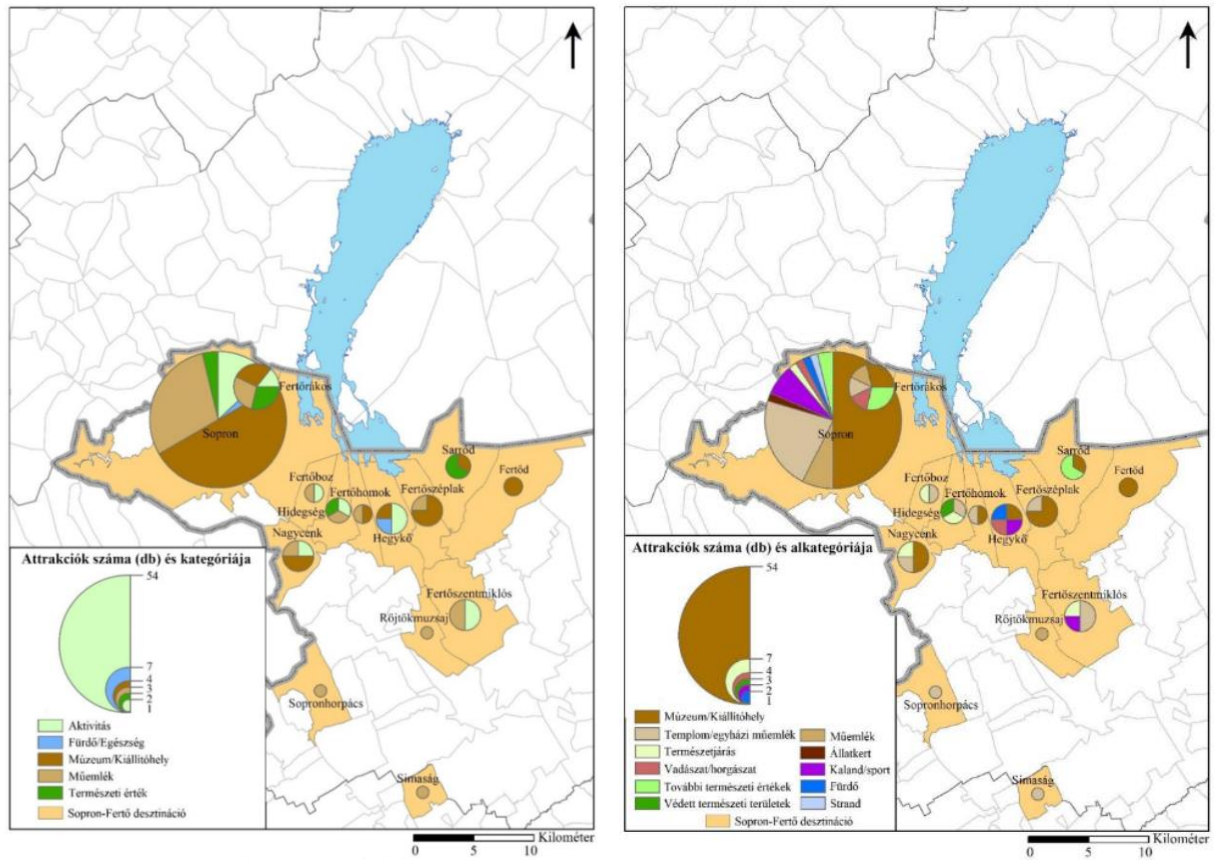
A 2020-ban Barcza és társai által készült Sopron turisztikai szezonálisát feltáró kutatás megállapította, hogy Sopronban a szezonális alacsonyabb, mint az országos átlag, aminek oka összetett. A kedvező hatás kevéssé a tudatos fejlesztés eredménye, inkább egyrészt a térségi kínálat összetétele, másrészt az osztrák kínálati elemek és vonzerők támogatják. A tanulmány kiemeli a Fertő tó turisztikai attraktivitásának fejlesztését, ami magába foglalja az alapinfrastruktúra fejlesztését, a vízminőség javítását, továbbá a vendégfogadás és szállásadás infrastruktúrájának megteremtését. A térség turizmusának legfontosabb, és a nemzetközi desztinációvá váláshoz elengedhetetlen eleme a megközelíthetőség javítása, amelyet egy kétsávos gyorsforgalmi út megépítésével szeretnének elérni, valamint a Sopron-Fertő kiemelt turisztikai térség bekapcsolása a hazai és nemzetközi úthálózatba, ami nagymértékben javíthatja a desztináció megközelíthetőségét, mind belföldi, mind nemzetközi tekintetben. A kiemelt desztinációban létrejövő beruházások gyors és hatékony megvalósítására az állam létrehozta a 100%-ban állami tulajdonban álló Sopron-Fertő Turisztikai Nonprofit Zrt.-t, amelynek feladata a 2022-ig tervezett, csaknem 60 milliárd forint összegű fejlesztések koordinálása volt. Egyik eredménye, hogy elindították 2024 áprilisában az első vasúti járatot, amely felfűzi a Fertő-táj magyar és osztrák településeit, ezzel optimális csatlakozási lehetőséget biztosít a Győr (Budapest), illetve a Szombathely (Szentgotthárd) felől érkező turistáknak is (Turista magazin 2024).

A legrészletesebb turizmussal kapcsolatos térségi kutatást Barcza Attila (2022): „*A Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálatának és a turisták mobilitásának vizsgálata*” című disszertációja

adja. Az értekezés részletesen vizsgálja a Sopron-Fertő-térségre jellemző demográfia összetételét, a térségbe érkező turisták utazási szokásait, a látogatás gyakoriságát, a turisták és útitársaik jellemzőit, a tartózkodási időt, a költési szokásokat, a turisták közlekedési szokásait (Barcza 2020; Barcza et al. 2020; Barcza et al. 2023). A kutatás eredményeit a következő pontokban lehet összefoglalni:

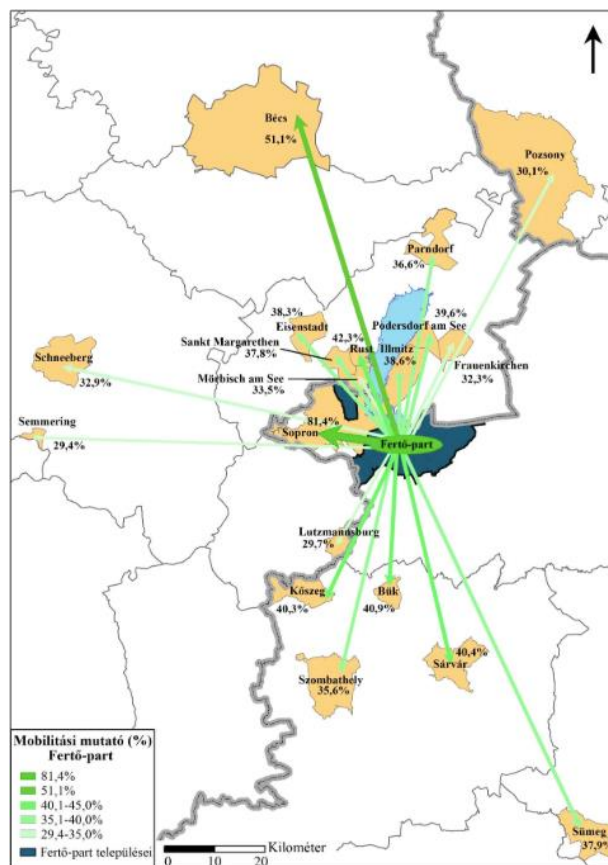
1. A turisztikai termékprofil struktúrája szervesen igazodik a Sopron-Fertő térség táji, történelmi adottságaihoz (2. ábra, a, b). Egyértelműen a műemlék-turisztikai, örökségturisztikai és kulturális attrakciók túlsúlya figyelhető meg, melyek sűrűsödési pontjai a magtérsegek formálói (Sopron, Fertőd). 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. 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 (3. ábra). A turisztikai aktivitásra a határ jelenléte a jövőben sem gyakorol korlátozó hatást.

2. ábra: Sopron-Fertő turisztikai térségben található attrakciók számának, kategóriájának (a.) és alkategóriájának (b.) megoszlása



Forrás: Barcza (2023:78-79): A Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálatának és a turisták mobilitásának vizsgálata

3. ábra: A Fertő-parton megszálló vendégek térbeli turisztikai aktivitása a Fertő-part vonatkozásában (%)



Forrás: Barcza (2023:160): A Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálatának és a turisták mobilitásának vizsgálata

- 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 fogadóképességére intenzív, gyakran kedvezőtlen hatás gyakorolnak.
- 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 szezonális adatok az attrakciók igénybevehetőségének adataival összevetve jelezték a szezonális mérséklésének lehetőségét elsősorban az őszi és tavaszi időszakokban. A térségen belüli igénybe vett információforrások száma

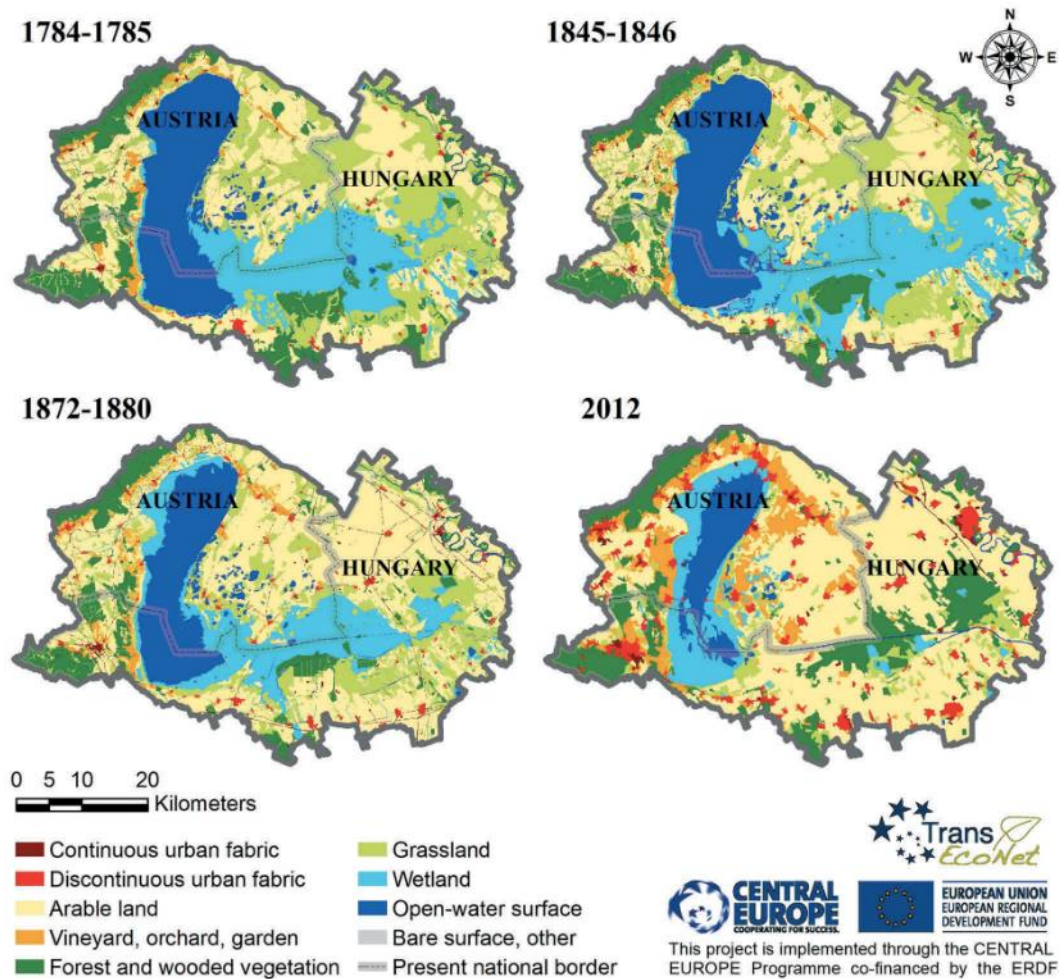
és a mobilitási szint nem mutatott szignifikáns összefüggést. Az eredmények az előzetes informáltsághoz hasonlóan megerősítették a nyomtatott információhordozók csökkenő népszerűségét és hatásfokát. Az egyes utazási motivációk eltérő hatást eredményeztek a mobilitásra vonatkozólag. Növekvő mobilitást eredményezett a városlátogatás, pihenés, tanulás, tanulmányút, aktív kikapcsolódás, bevásárlás, sport és hobbi, valamint az „Ausztria közelsége” motivációjú turizmus. Alacsonyabb mobilitással jártak a konferencia-részvétel, üzleti út, fogászat motivációjú látogatások.

Harlov-Csortán (2021) disszertációjában bemutatja a Fertő tó és térsége kulturális örökségét. Turisztikai szempontból jelentősek a térség kulturális és természeti értékei, de ez sehol nem tudott elsődleges és hathatós bevételi forrást nyújtani a térségnek.

Bertalan (2020) cikkében kiemeli, hogy a Fertő tó jelenlegi formájában nem jelent igazi vonzerőt, sem a nyílt vízi fürdési lehetőségek, sem a vízisportok terén. Sopron város turisztikai kínálata a Fertő tóval, a környező nemzeti parki területekkel, a közös történelmi gyökerekkel és kultúrtájakkal egy határon átnyúló desztinációként (is) értelmezhető, azonban a turizmusfejlesztés határon átnyúló érdemi összehangolása egyelőre várat magára. A kiemelkedő turisztikai kínálat ellenére a statisztikai adatok azt sugallják, hogy célzott fejlesztésekre, a jelenleginél komolyabb desztinációs marketingre, illetve a szezonális mérséklésére, valamint további turisztikai termékfejlesztésre van szükség.

Konkoly-Gyuró és társai (2019) a Fertő tó zsugorodására (4. ábra) és ennek turisztikai következményeire hívta fel a figyelmet: a nyílt vízfelület zsugorodását az interjúalanyok túlnyomórészt olyan környezet- vagy természetvédelmi kérdésekhez társították, amelyek közvetlen hatással vannak a táj működésére, az élőhelyekre és a biodiverzitásra. A válaszokban leírt folyamatok főként negatívak. A leggyakrabban említett témák a hordalékképződés a tóban és a vízfolyások, vízforrások kiszáradása, a vízszennyezés, a nádas minőségének romlása és a halfajok diverzitásának csökkenése, a nádasok vízimadár-állományának növekedése, valamint a megváltozott növény- és állatvilág. A földhasználattal kapcsolatban szó esett a halászat, a nád betakarításáról és a gyékényezés feledésbe merülő hagyományairól. Az erdős területek változásához is negatív elemeket (erdősítés idegenhonos fajokkal, elhanyagolt erdősávok, tarvágások, illegális szemétkerakók) társítottak a kérdőív kitöltői.

4. ábra: Digitális felszínborító térkép négy időrétegben a 18. század végétől a 20. század elejéig



Forrás: Konkoly-Gyuró et al. (2019:12)

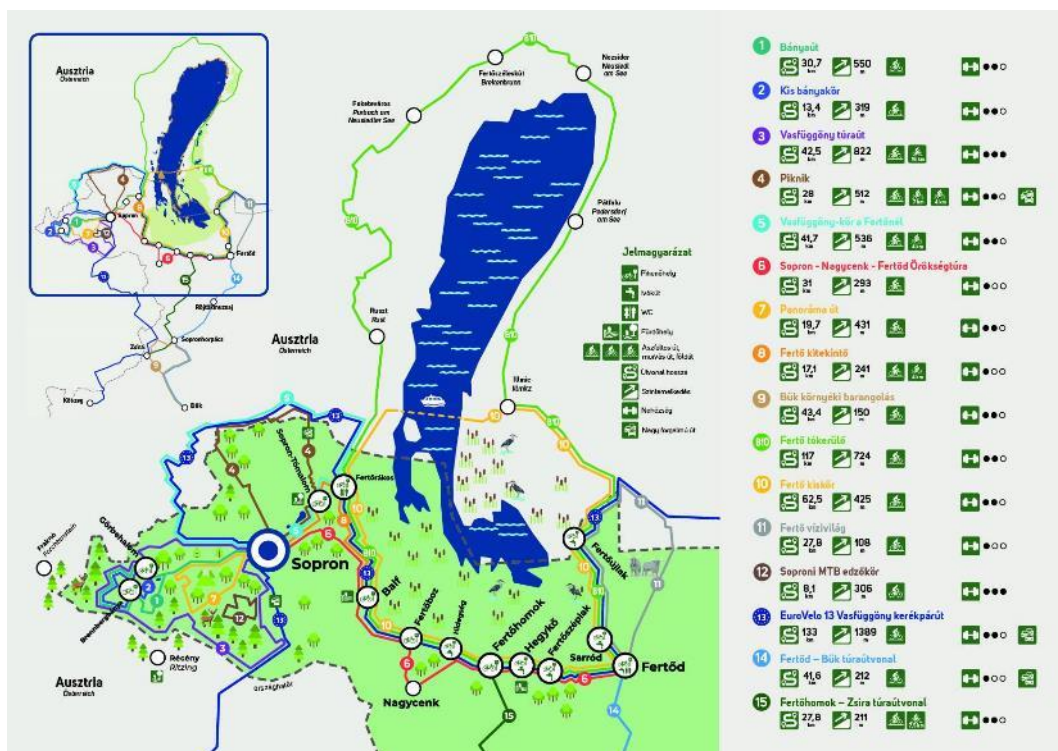
Albert és társai (2022) konferencia előadásukban felhívják a figyelmet, hogy Sopron környéke geológiai és kulturális értékekben egyaránt gazdag, s a térségben jelenleg is jelentős turisztikai beruházások folynak. Az élőtermészet védelmét a Fertő-Hanság Nemzeti Park és a Bioszféra Rezervátum a régió keleti részén, a Soproni-dombság tájvédelmi körzete, valamint több kisebb országos védettségű terület biztosítja. Magyarország és Ausztria közötti Fertő tó határon átnyúló régiója már az UNESCO védelme alá tartozik, de az értékek védelme jelenleg nagyon korlátozott.

Obádovics (2021) tanulmányában a térség lovasturizmushoz kapcsolódó lehetőségeit járja körül. A Fertő tó környékén lévő településeken több lovarda is található. Ezek egy része versenysport istálló, vagy bértartó hely, van lovasiskola, de túrázással, túraszervezéssel és turizmust kiszolgáló lovagoltatással csak a Fertő parti Lovasklub foglalkozik. A Fertő-tájon

nagyon fontos lenne a lovasturizmus fejlesztése, szálláshelyek kialakítása, lovaspihenők, megállók biztosítása. A Fertő tó körbekerülésére is lenne lehetőség, ha a magyar oldalon az útvonalak a megfelelő módon lennének karbantartva.

Az ALMA-MATER könyvsorozat 2022. évi novemberi kiadása (Grotte 2022) a fenntartható turizmusra hívja fel a figyelmet és kiemeli a kerékpáros turizmust a Fertő tó körül. A kiadvány megjegyzi, kedvez a kerékpárturizmusnak, hogy engedélyezett a kismértékű alkoholfogyasztás a kerékpározóknak. A Fertő tó esetében összekapcsolódhat a kerékpáros turizmus a vízparti turizmussal: számos olyan hely található, ahol a vízparti fürdőzés kellemes és szükséges kiegészítése a kerékpározásnak. Komplex csomagban a kerékpározás mellett a kenudást, a madárlest és természetmegfigyelést is összekapcsolták (pl. madarász kerékpártúra és kenudás), kiegészítve szállásajánlatokkal (5. ábra). A térségi szolgáltatók közül (legyen az soproni szálloda, Fertő-parti szálláshely vagy kerékpárkölcsonzó) többen már rendelkeznek a „Kerékpárosbarát szolgáltató” minősítéssel, 2021 októberében a 22 minősített szolgáltató közül 8 hotel és panzió, 2 közösségi szálláshely, 10 étterem, kávézó vagy büfé (serfőzde vagy fröccsterasz) és 2 attrakció – a Fertőszéplaki Tájházak élménypark és a Csepp Pálinkafőzde mint kulturális látnivaló – szerezte meg a minősítést.

5. ábra: A Sopron-Fertő térségben kijelölt 16 új kerékpártúraútvonal átnézeti térképe



Forrás: Sopron-Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt. 2021

Makra és Szabó (2019) kérdőíves felmérés alapján arra a megállapításra jutottak, hogy a Sopron-Fertő térség kiemelt turisztikai fejlesztési területnek tekinthető. Turisztikai potenciálját a kedvező földrajzi fekvés, a térséget alkotó települések építészeti és kulturális öröksége, a közeljövő beruházásai, az ország nemzeti turizmusában is szerepet játszó turisztikai kínálat adja. A Sopron-Fertő térség kiemelt turisztikai fejlesztési szempontjából öt várost (Sopron, Bük, Hegykő, Fertőd és Nagycenk) azonosítottak a kérdőív kitöltői. A régióban zajló fejlesztéseket a megkérdezettek többsége örömmel fogadta, és a jövőben is szívesen ellátogatnának Sopronba és környékére a beruházások ismeretében. A Liszt Ferenc Konferencia és Kulturális Központ beruházása és annak jelentősége osztotta meg leginkább a válaszadókat, de a konferenciaturizmus nemcsak a fejlesztési terület, hanem az ország számára is jelentős szerepet tölt be, hiszen jellemzően magasabb fajlagos költséssel, gyakran családdal érkező vendégeket vonz. Kiemelik a Soprontól 70 km-re lévő Schwechat Nemzetközi Repülőtérrel, mint ígéretes lehetőséget a nemzetközi konferencia területén. Úgy gondolják, hogy Budapest és a Balaton mellett regionális márkává válhat a térség a turizmus kínálati piacán.

Darabos és társai (2024) kutatásukban Győr-Moson-Sopron vármegye turisztikai attrakcióival kapcsolatban vizsgálták a turisták keresletét. Az úti célt gazdag természeti és építészeti öröksége miatt választották ki. Megállapították, hogy a Fertő-Hanság Nemzeti Park kínálatának felelős megtervezéséhez a környezeti, társadalmi és gazdasági szempontokat figyelembe véve a fenntartható turisztikai kínálatra kell fókuszálni. A tömegturizmus elkerülése végett a fenntarthatóság elengedhetetlen szempont a maximális bevétel elérése érdekében. A vizsgálat rámutatott arra, hogy a fiatalabb és a középkorú célcsoportok esetében nagyobb hangsúlyt kell fektetni a hagyományos turisztikai termékek megismertetésére, míg az idősek esetén, akik már rendelkeznek ezekkel az alapismeretekkel, inkább a tájegységi étel-ital különlegességek mutatkozhatnak érdekesnek. A turisták érdeklődése alapján 7 vonzerőt (örökségek, kastély és parkok, gasztronómia, Győr, vidék, aktivitás, élmény) határoztak meg a vizsgált desztinációban. A legmagasabb vonzerővel a kulturális örökség (néptánc) rendelkezett, így ez a legfontosabb tényező a felmérésben, ezt követi az épített örökség (kastélyok és parkjaik), a harmadik helyen pedig a gasztronómia állt.

Hardi (2004) szerint sok földrajzi különbség inkább elválasztó funkciót tölt be a Fertő tó turisztikai arculatának alakításában, azonban a szerző meggyőződése, hogy az interakciók száma kevés; a határtérségek közötti interakciók még egy átjárható határ esetében is alacsony szinten maradtak Magyarország Európai Unióhoz való csatlakozása idején. Azóta a Fertő tájegység fejlesztéséhez a magyar és az osztrák fél eltérő módon viszonyul. Az osztrákok az

öko-, falusi-, és a fürdőturizmus fejlesztésében érdekeltek és a táj megőrzésére törekednek addig a magyar oldalon kiemelt állami beruházás által a Fertő-tavi szabadidőközpont létesítését szeretnék megvalósítani a meglévő táj jelentős átalakításával. A beruházástól a hazai és külföldi igények magas színvonalon történő kiszolgálását várják el. Barcza (2022) a beruházással kapcsolatban megjegyzi, amennyiben elkészül a beruházás akkor jelentős mértékben képes lesz a turizmus bevételt növelni, de elmaradása azzal a veszéllyel járhat, hogy a magasabb jövedelemmel rendelkező turisták számára a térségi osztrák termálfürdők nagyobb vonzerőt fognak jelenteni a hazai desztinációnál.

2.4. Az akciórádiusz fogalma

Az akciórádiusz (hatósugár) fogalmi rendszerét a hadtörténészek kutatták az emberiség történetének különböző időszakaira vonatkoztatva abból a célból, hogy a katonai hódítások, a hódításokat követő területi anektálások tekintetében a földrajzi tér és az idő milyen szerepet játszott. Az akciórádiusz elemeinek hadtudományi vizsgálata szerint a kutatásokhoz kapcsolódó tanulmányokban, prezentációkban bemutatásra kerültek, hogy milyen tényezők játszottak szerepet a sikerekben és a kudarcokban. Ennek a hadtudományi megközelítésnek a szakirodalmi bemutatása jelenik meg a következőkben. Mindeközben a szakirodalmi kutatás kitért arra is, hogy a nem hadtudományi szakirodalomban fellelhetőek-e az akciórádiusszal kapcsolatos egyéb szakterületi vonatkozások is, kifejezetten azzal a céllal vizsgálva, hogy helyezte-e bárki turisztikai (gazdaságtudományi) kontextusba ezt a fogalmat. A nemzetközi szakirodalmi áttekintés során megállapítható, hogy mintegy 120 publikáció foglalkozik az akciórádiusszal. Alapvetően társadalomtudományi megközelítésű, hadtudományi tanulmányok találhatóak, de egyetlen irodalom sem foglalkozik a turizmussal összefüggésben ezzel a fogalommal. Ennek a hiánynak a megszüntetésére tér ki részletesebben ez a fejezet. Azonban meg kell említeni, hogy az akciórádiusz kifejezést felhasználták már több speciális kutatási témában. Három tanulmányt érdemes kiemelni, amely rávilágít arra, hogy a turizmus rendszerén kívül milyen területeken lehet a fogalommal találkozni.

2.4.1. Akciórádiusz a hadtudományban

Az akciórádiusz hadtudományi megközelítésében origónak Perjés Géza történész munkásságát tekintjük itt Magyarországon. Azonban a fogalom tisztázása érdekében elmondható, hogy az akciórádiusz fogalmat elsőként McNeill használta a török hódítással kapcsolatban (Tóth 1985). McNeill (1964) szerint a 16. század közepén érte el az oszmán katonai tevékenység a földrajzi

értelemben meghatározható határait. A Török Birodalom expanzióját az a távolság határozta meg, amelyet a hadsereg a hadjáratok idejében a téli szállásról kiindulva és oda a tél beállta előtt visszatérve megtett. A szultán természetesen nem tartózkodhatott évekig a birodalma határainál, a végrehajtó hatalom teljesen kicsúszott volna a kezéből. Ezt a problémát úgy oldotta meg, hogy az év egy részében hadjáratra vonult, de még ugyanazon évben visszatért a birodalom fővárosába, Isztambulba. A szultán zsoldos csapatainak így minden évben, minden tavasszal ki kellett vonulnia a fővárosból és a háború színhelyére mennie. Az amerikai kutató a tanulmányában azt mutatta be, hogy már Szulejmán Szultán uralkodásának a kezdetétől fogva az Oszmán Birodalom határai olyan messzire kerültek Isztambultól, hogy az oszmán hadsereg hatékonyságának nagy részét elveszítette a birodalom központi részeihez képest. A megtámadott országok katonai erejét megsokszorozó végvárak megépülésével megszűnt Szulejmán seregének fölénye és minden erőfeszítés ellenére csak néhány vár elfoglalását tudta elérni. A holtponthoz vezető időszakban létrejött egy nem túl széles határzóna, amelyben az erőviszonyok állandóan változtak. A Török Birodalom konstantinápolyi bázisából elérte hódításainak szélső sugarát (extreme radius), amelyen túl nem volt képes terjeszkedni.

McNeillhez hasonló eredményre jutott művében Peter F. Sugar és Stanford Shaw is, bár egyikük sem használta az „acti radius” kifejezést. Sugar (1977) csak arra hívta fel a figyelmet, hogy a szpáhikarok aratás idejére haza kellett bocsátani, hogy hűbérükről és a nekik járó jövedelmet beszédhessék. Így a hadjárat tavasszal kezdődhetett, amikor az utak járhatóvá váltak és az aratás idején végződött. Emiatt csak bizonyos távolságot lehetett megtenni a katonai akciók számára rendelkezésre álló időn belül. Mihelyt a Birodalom határai Bécs kapujától Azerbajdzsánig és Irakig értek, a török sereg előrenyomulása korlátokba ütközött. Shaw (1976) három okra vezette vissza azt a tényt, hogy a hadjáratok főként tavasz és ősz közt folytak. Megítélése szerint lehetetlenné vált, hogy a szultán olyan hadjáratot vezessen, amely Észak-Magyarországon vagy Kelet-Anatólián túl terjedt volna.

Az akciórádiusz jelentéstartalmához Nagy Miklós Mihály (2007) tanulmánya egy tudománytörténeti kitekintéssel járul hozzá, amelyben azt mutatja meg, hogy a 19-20. századi történetírásban történetírói módszerré lehet tenni a térbeli összefüggések szerkezetét, amely úgy tűnik új értelmezésekre, ok-okozati kapcsolatrendszerek feltárására nyújt lehetőségeket. Az akciórádiusz mint a történelmi korra jellemző tényező főként a 16-17. századi magyarországi hadszíntéren földrajzilag determinált, így a hozzá kapcsolódó tudományos vita a geográfiai szempontok nélkül hiányos (Nagy 2007).

Ezen elemek után – mielőtt Perjés Géza (1917-2003) akciórádiusszal kapcsolatos elméletére rátérünk – meg kell említeni a Hadtörténeti Szemle 2018/1-es számában megjelent tanulmányt, amely Hausner Gábor alezredes Magyar hadtörténelem – interdiszciplináris megközelítésében címet viseli. A dokumentum Perjés Géza születésének 100. évfordulója alkalmából szervezett emlékülésről készített összefoglalót. Az emlékülés záróelőadásában Hermann Róbert mutatott rá, hogy Perjés munkássága a magyar hadtörténetírásban páratlan volt sokoldalúsága okán is. Perjés külföldön máig a legismertebb, legtöbbet idézett magyar hadtörténész. Hermann Róbert méltatta R. Várkonyi Ágnes gondolatait idézve Perjés Géza jelentőségét: „Ha a történetíró munkájának maradandó értéke a folytathatóságában rejlik, akkor Perjés Géza életműve az utóbbi fél évszázad magyar történetírásának egyik legjelentősebb részét alkotja.” (Hausner 2018:130)

Az akciórádiusz-elméletét Perjés Géza 1971-ben publikálta először⁵. Az elmélet továbbfejlesztett változata pedig 9 évvel később jelent meg⁶, de további munkáiban is megjelenik a fogalomrendszer. Perjés alapvetően a 17. századi *háborúk idő- és térbeli korlátozottságaival* foglalkozott, azokat elemezte számos aspektusból. Az oszmán hadsereg európai katonai cselekményeit, háborút elemző munkáiban az 1568-ig megtett török hódításokkal kapcsolatban a következőt állapította meg: „... itt Magyarországon érkezett el a török hódító gépezet hatósugara végéhez és a körülírt határok egészen Buda visszafoglalásáig lényegében meg is maradnak. Eger, Kanizsa, Várad és Érsekújvár elfoglalása a következő periódusban ugyan nem jelentéktelen nyereség, de inkább az elfoglalt területnek szélességben való kiterjesztését jelenti, nem pedig az említett hatósugár kiterjesztését” (Perjés 1967:360). Másik művében felvázolta az oszmán sereg mozgósításának és Magyarországra vonulásának főbb szakaszait. A menet semmiképpen sem érhetett Budára augusztus előtt. Miután azonban a hadműveleteket október végén – egészen október 26-án, Kászim napjára – be kellett fejezni, a tényleges hadműveletekre 2,5-3 hónapnál több idő nem maradt. Felhívta a figyelmet arra, hogy a magyarországi eseményekre a török államvezetés csak egyéves késéssel reagálhatott. Ugyanakkor az egyik évben elért siker a következőben semmivé válhatott. Megítélése szerint „Magyarország kívül esett az oszmán hadsereg akciórádiuszán, éppen ezért az itteni hódításokat katonailag megtartani nem lehetett” (Perjés 1971:1794–1795). A Mohácsról írott rendkívül kiemelkedő könyvében a hatósugárt (akciórádiuszt) úgy határozta meg, hogy az „a hadseregek működési határa, amelyet mozgásuk sebessége, az utánpótlás és a hadjáratra rendelkezésre álló

⁵ Perjés Géza (1971): Az országút szélére vetett ország. *Kortárs* 15. évf. 11.sz.

⁶ Perjés Géza (1979): *Mohács*. Megvető Könyvkiadó, Budapest

idő szab meg” (Perjés 1979:78–81). A hadseregek 16. századi napi menetteljesítményét elemezve az oszmán sereg akciórádiuszát 900 km-re tehető. Így Buda kívül esett az oszmán sereg akciórádiuszán, megtartása a véletlenül múltott (Perjés 1979).

A hatósugár (akciórádiusz) fogalma úgy határozható meg, hogy abban körvonalazódik egy központ, ahonnan a hadsereg kiindul és ahova visszatér, illetőleg egy maximális szélső határ, amelyet a rendelkezésre álló anyagi és más erőforrásokkal a hadjáratidőn belül el tud érni és tartósan birtokába tud venni. A központ és az elért, meghódított szélső határ közti távolság jelenti voltaképpen a hadsereg hatósugarát. A végvári rendszer kiépítése, 1541 után csak egy-egy fontos végvár elfoglalásával lehetett új hódítást elérni, így a szélső határ szükségképpen valamelyik újonnan meghódított végvárra vonatkozik (pl. 1566-ban Szigetvárra, Gyulára). (Tóth 1985).

Az akciórádiuszt vizsgáló történészek a hadászati elemek tekintetében természetesen tudományos alaposággal, részletekbe menően elemzik a fogalom elemeit, szakaszait (pl. a hadjáratidő három részre osztásával: felvonulási idő, hadműveleti idő, visszavonulási idő). Emellett fontos kiemelni, hogy már foglalkoznak a török hódítást gátló, azaz a török akciórádiuszt csökkentő tényezőkkel is, melyek közül a legkézenfekvőbb elemek a várrendszer hatása és az ellenséges erők nagysága volt (Tóth 1985). Külön ki kell emelni azonban az akciórádiusz tér- és időbeli elemei közül az akciórádiusz-elmélet geográfiai értelmezésének egy elemét. Egy történeti földrajzi elem legjelentősebb képviselője Frisnyák Sándor professzor volt⁷. A történeti földrajzi gondolkodás rávilágít arra, hogy a török terjeszkedés a Kárpát-medencében a hegyvidéki keret belsejében húzódó középhegységek belső lábainál akadt el (Nagy 2006). Az ezeken való átjutás láthatóan meghaladta a 16-17. századi török fegyveres erők képességeit. Azok a szórványos események, amikor mégis sikerült kijutniuk Bécs előterébe, és esetleg ostromhoz fogni, a kivételek sorába tartoznak. A váróváshoz szükséges idő már nem állt rendelkezésükre. Az Isztambultól mért földrajzi távolság és a belső középhegységi léte azonban nem elég bizonyíték az akciórádiusz jelenségre, mert ebben az esetben a hadműveleti tényezők, valamint a geográfiai viszonyok együttes hatásáról van szó.

Perjés elemezte a Habsburg akciórádiuszt is, és megállapította, hogy amikor a Habsburg udvar hadügye képes volt átlépni a Dunántúli-középhegységet, akkor az ország felszabadítása viharos gyorsasággal zajlott. „Mindent összevetve tehát a török magyarországi uralma egy látszólagos apróságon múltott: a Habsburg adminisztráció hatékonyságán, korlátozott

⁷ Frisnyák Sándor (1990): *Magyarország történeti földrajza*. Tankönyvkiadó, Budapest

ellátórendszerének nehézkességében, ellátórendszereinek gyenge potenciálján.” (Perjés 1971:1794-1795). Nagy Miklós Mihály 2006-os tanulmánya rámutat az akciórádiusz földrajzi érvrendszerére, a geográfiai faktor szerepére, valamint arra, hogy a török háborúk időszakának a korszaka a hadügyi tevékenységek révén maga is tájformáló elemként jelenik meg. A török hódoltság másfél évszázados kora egyedülálló, hiszen a magyar történelemben nem volt olyan tájformáló háború az ország területén, amely ilyen mérvű átalakítást végzett volna (Ihrig 1973) és az akciórádiust ilyen mértékben befolyásolta volna. Nagy összegzően megállapítja, hogy a földrajzi tér és idő tekintetében erősítette a török akciórádiusz korlátait a táj változása és a határövezet (végvári várrendszer) kialakulása.

Az interdiszciplináris tudományosság a történeti földrajz még további elemeit is megmutatja, amelyek mind-mind befolyásolták az akciórádiusz elméletét. A másfél évszázados háborús pusztítás érezte hatását a lakosság számának csökkenésében (járványok, éhínségek, a lakosság természetes szaporulatának csökkenése). Ennek következtében Magyarország fokozatosan elnéptelenedett (Wellmann 1975). A háborús pusztító hatásokhoz társult még egy tényező: az időjárás hűvösebb volta. A mainál néhány fokkal alacsonyabb évi középhőmérséklet, a meghosszabbodott tavasz és ősz nemcsak az amúgy visszafejlődő és a helyét az állattenyésztésnek átadó növénytermesztést korlátozta, de megrövidítette a hadakozásra legalkalmasabb évszakot, a nyarat is (Réthly 1962).

2.4.2. Akciórádiusz fogalom használata más diszciplínákban

Wahl (1998) az idősök térbeli mozgását vizsgáló tanulmányában három kérdéssel foglalkozott:

1. az életkorral összefüggő látásvesztés érzelmi és viselkedésbeli következményei,
4. a látássérülés következményeinek környezetpszichológiai felfogását, a személy-környezet vizsgálatának kapcsolatát, valamint
5. olyan változókat azonosítottak, amelyek megmagyarázzák ezeknek a következményeknek az egyének közötti eltéréseit.

A tanulmányban 168 idős személy (74,9 és 78,8 év közötti átlagéletkor) adatai – 84 látássérült, 42 mozgássérült és 42 nem sérült – kerültek összehasonlításra. Az eredmények alátámasztják az életkorral összefüggő látásromlás negatív hatását az érzelmi és viselkedési állapotra, valamint a cselekvési sugár egyértelmű zsugorodását. Ezeknek a következményeknek, az egyénenkénti eltéréseit legjobban a szubjektív értékelésekkel (az érzelmi következményekkel kapcsolatban) és a látásromlás objektív súlyosságával lehet

magyarázni (a magatartási következményekkel kapcsolatban). Az eredményeket a krónikus betegségek és az öregedés általános keretein belül tárgyalta a szerző.

A következő tanulmányban a szerző, Guthörl (1994) egy földrajzi térben való mozgását vizsgálja az őzpopulációnak. A tanulmányban egy városi erdőben három, nyakörvvel ellátott őz földrajzi térben való mozgását vizsgálták. A kutatás az őzek mozgásának éves és 24 órás akcióradiusát mutatja be.

Az akcióradius kifejezés kriminalisztikai tanulmányban is megjelent. Bernasco 2019-es tanulmányában bűncselekmény megelőzési kutatáshoz kapcsolódóan 843 fő óránkénti cselekvési szokását mutatja be. Megállapította, hogy cselekvési hatósugaruk és hollétük alapján a mobilitási kiszámíthatóságuk alapján előre jelezhető, hogy hol fognak bűncselekményt elkövetni.

A dolgozat teoretikus eredményeinek összefoglalásaként megállapítható, hogy a turisztikai desztinációk vonzásának problematikája leginkább komplex tér-idő dinamikák mentén értelmezhető, ahol az elhelyezkedés (fekvés), a megközelíthetőség, az elérhetőség, a közlekedési hálózatok, valamint az utazók személyes jellemzői egyaránt szerepet játszanak. A szakirodalom szerint az attrakció vonzáskörzetét alapvetően a desztináció elérhetősége, a turisták mozgási mintázata, valamint a kulturális távolság határozza meg. A gravitációs modellek ugyan törekszenek a tér-idő dinamikák mentén a látogatói áramlások térbeli szerkezetének megrajzolására, univerzális mérőszám nem létezik. Fontos megállapítás, hogy a desztináció kiválasztásában az elérhetőség leginkább akkor nyer szerepet, ha az adott helyen/térségben található vonzerők hasonlóak, míg egyedi, erős USP-vel rendelkező attrakciók esetében háttérbe szorul (ez a Fertő tónál az osztrák/magyar oldal közel megegyező kínálata miatt kap majd jelentőséget, különösen az elérhetőség kapcsán a fejekben élő, az osztrák TDMSZ-ek által formált mentális képzetek miatt). A turisták mozgását befolyásoló személyes tényezők – mint például a helyismeret, kulturális preferenciák – tovább árnyalják a desztináció vonzáskörének elméleti keretét. Bár sok kutatás vizsgálta a tér/idő dinamika szerepét, a szakirodalomból hiányzik az „akcióradiusz” fogalmának turizmus-specifikus operacionalizálása.

3. Kutatási célkitűzés, hipotézisek

A disszertáció tekintetében a kutatási probléma körvonalazása és a témakörrel kapcsolatos szakirodalmi kérdések, koncepciók tisztázását követően a következő kutatási célokat és azokkal összefüggő kérdéseket fogalmaztam meg. A kutatási kérdések tekintetében a témához kapcsolódó – általam észlelt – vezetői problémák is hozzáadódnak a valós turisztikai üzleti környezetből. Ezek a kutatási kérdések a kutatási cél és probléma konkretizálását és elérését segítik.

3.1. Kutatási cél

A „turizmusban a vonzerő akcióradiusz” fogalmának bevezetése új tudományos értékű megközelítést/értelmezést ad a turisztikai kereslet és a kínálat eddigi tudományos, földrajzi megközelítésének.

A kutatási téma célkitűzésének elméleti jelentősége, hogy eddig nem vizsgálták Magyarországon az akcióradiusz elméletét a turizmusban. A disszertáció új tudományos értékű megközelítést és értelmezést ad, mert a turista és a vonzerő akcióradiusz fogalmát alkalmazza egy desztináció turisztikai keresletének és a kínálatának eddigi hagyományos, tudományos, földrajzi megközelítéséhez. Az akcióradiusz fogalmi ernyője egy új megközelítési módot alapoz meg, amely a turizmus működésének újszerűbb és több szempontú, mélyebb megértését lehetővé teszi.

A kutatás gyakorlati jelentőségének tartom mindazokat a szempontokat, amelyek lehetővé teszik, hogy a kialakított akcióradiusz modell más turisztikai területek menedzsmentjében is alkalmazható legyen.

A kutatás fő céljaként a következőket határozom meg:

1. Annak szemléltetése, hogyan adaptálható az akcióradiusz elmélet egy turisztikai desztináció kereslet-kínálati megközelítésében;
2. Egy új tudományos megközelítés, az akcióradiusz modell kidolgozása a turizmus rendszerén belül, amely a kulturális távolság és a fizikai távolság kapcsolatát írja le és más térségekre is adaptálható.

Ezekhez kapcsolódó „alkutatási célok” az alábbiak:

- Elsősorban annak vizsgálata, hogy miért nem jelenik meg a Fertő táj egységes turisztikai térként mind Magyarországon, mind Ausztriában;
- Feltárni, hogy az egységes tér hiányában a turisztikai fogyasztásban miért nem releváns az osztrák látogatók szerepe a Fertő tó térségében és milyen okok állnak ennek a hátterében;
- Annak feltérképezése, hogyan viszonyulnak a gyakorlati (piaci) trendekhez, milyen kihívásokkal szembesülnek a stakeholderek a Fertő tó térségben végzett szakmai tevékenységük során;

3.2. Kutatási kérdések

- K1: Milyen tényezők akadályozzák az osztrák látogatóknak a Fertő tó egységes turisztikai térként való használatát, ezzel összefüggésben a kulturális távolság nagysága mitől függ?
- K2: Milyen tényezők – például a határtudat, előítéletek vagy a szándékosan alkalmazott osztrák turizmuspolitikai stratégiák – befolyásolják az osztrák látogatók keresletének elmaradását a hazai turisztikai kínálatban, különösen az Esterházy-kastély esetében?
- K3: Miért nem jönnek létre együttműködő gazdasági és társadalmi folyamatok az osztrák-magyar szereplők között a Fertő tó térségében, és milyen problémákkal szembesülnek a helyi szereplők, valamint képesek-e hosszú távon hatékonyan együttműködni?
- K4: Hogyan adaptálható az akciórádiusz hadtudományi fogalma a turizmus idő és tér kontextusán kívül és milyen további irányokba szélesíthető a fogalom?

A hipotézisek (előfeltevések) a kutatás vezérfonalát jelentik, melyek a kutatás tárgyával kapcsolatos, jellemző, oksági, kapcsolati viszonyt írják le állítás formájában az elvárt kutatási eredményről, melyet a kutatás során igazolni vagy cáfolni szükséges (Bonz 2015:20).

H1: Az osztrák látogatók a Fertő tó egységes turisztikai térként való használatát nem elsősorban fizikai vagy földrajzi tényezők – például elérhetőség vagy távolság – akadályozzák, hanem a kulturális távolság mértéke, amely elsősorban az interkulturális különbségeken alapul.
(K1)

H2: A Fertő tó térségét – amely a Trianon előtti egységes földrajzi térre utal – napjainkban már nem lehet homogénnek tekinteni, mert az egységesség értelmezésének politikai, gazdasági, társadalmi és kulturális akadályai vannak. (K1)

H3: Az osztrák látogatók szerepe a magyar oldalon a térség turisztikai kínálatának jelentőségéhez képest (pl. az Esterházy-kastély látogatottsága) sokkal alacsonyabb, aminek az oka elsősorban az osztrák turizmuspolitika más prioritása. (K2)

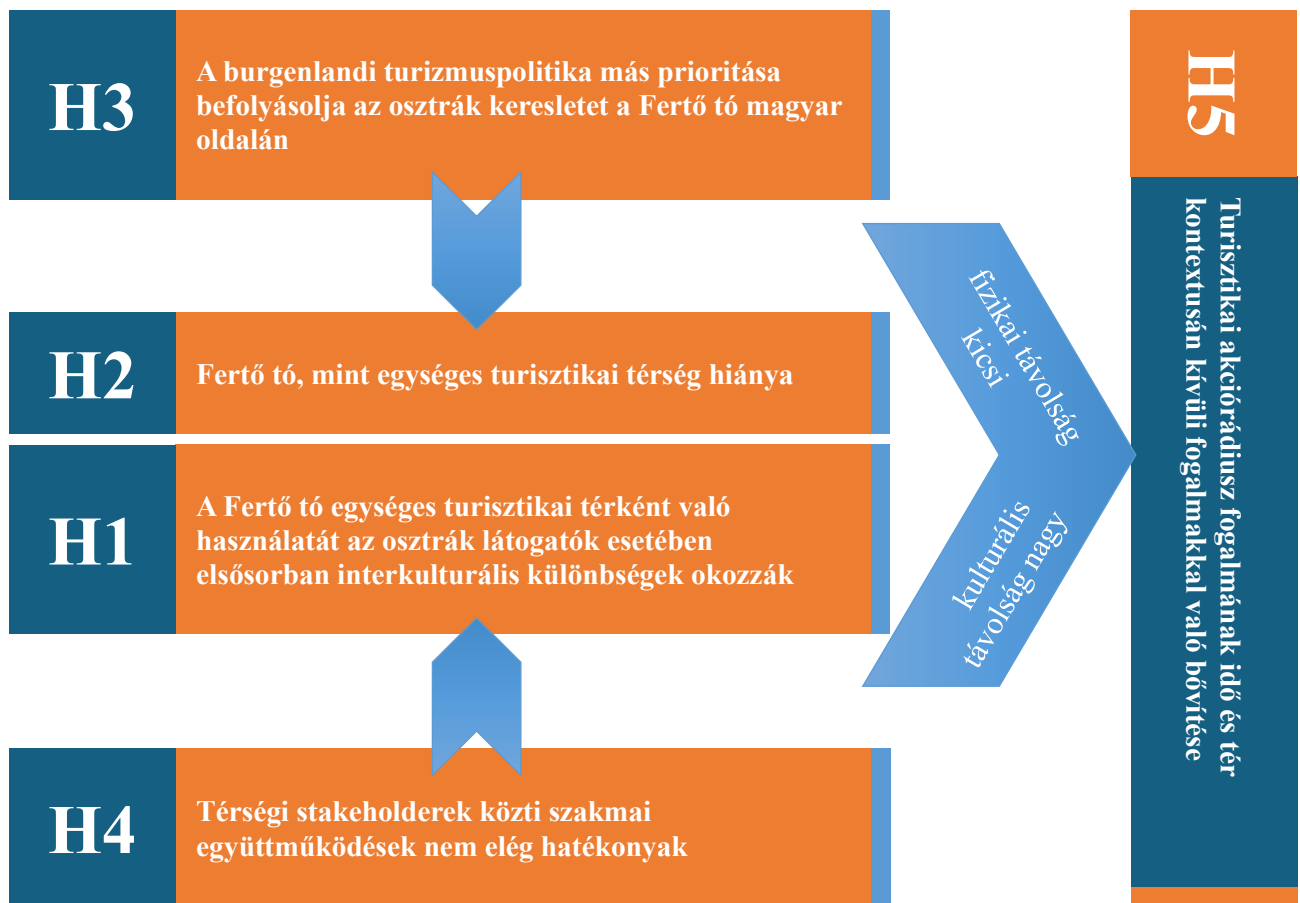
H4: A térségi stakeholderek szakmai tevékenysége és együttműködése nem elég hatékony, mivel az elmúlt évtizedekben nem alakult ki működőképes, rendszeres, közös célokat és bizalmat építő együttműködési hálózat, ami akadályozza a gazdasági és társadalmi folyamatok fejlettségét. (K3)

H5: Az akciórádiusz hadtudományi fogalma a turizmus tér és idő kontextusán kívül új értelmet kap, ha különböző földrajzi és társadalmi tényezők alapján vizsgáljuk, vagyis a fogalom bővíthető olyan irányokkal, mint az infrastruktúra, a digitális elérhetőség, a helyi közösségek hatása vagy a turizmus motivációs tényezői, a push és pull elemek kiegészítése. (K4)

3.3. Kutatási modell

A kutatás elméleti keretmodelljét a 6. ábrán mutatom be.

6. ábra: A kutatás elméleti keretmodellje



Forrás: saját szerkesztés

3.4. Tézisek

Tézis 1: Kulturális távolság és percepció

Az osztrák látogatók számára a Fertő tó egységes turisztikai térként való használatát nem a fizikai távolság vagy elérhetőség akadályozza, hanem a kulturális távolság. Ez a távolság elsősorban a kulturális percepciókban gyökerezik, ami meghatározza az osztrák látogatók elvárt élményeit és a látogatók térhasználati magatartását, helyszínhez való viszonyukat.

Tézis 2: Politikai és társadalmi határok

A Trianon előtti földrajzi egység, amely a Fertő tó körül létezett, napjainkban nem kezelhető koherens turisztikai egységként, melynek oka a politikai, gazdasági, társadalmi és kulturális tényezők különbségében keresendő, amelyek együttesen gátolják a térség turisztikai egységességének újra értelmezését és megvalósítását.

Tézis 3: Látogató kereslet változás a turizmuspolitika hatására

Az osztrák látogatók szerepe a hazai turisztikai kínálat jelentőségéhez képest, különösen az Esterházy-kastély látogatottságában, jelentősen elmarad az elvárttól vagy potenciáltól, és ezt elsősorban a tudatosan alkalmazott osztrák turizmuspolitika határozza meg, mely inkább a belföldi turizmust ösztönzi.

Tézis 4: Stakeholderek együttműködése

A Fertő tó térség szereplőinek szakmai tevékenysége és együttműködése nem elég hatékony, mivel az elmúlt évtizedekben nem alakult ki működőképes, rendszeres közös stratégiai célokra és bizalomra építő együttműködési hálózat, ami akadályozza a térség gazdasági és társadalmi folyamatainak fejlődését. Ennek oka részben az eltérő érdekekben, a kommunikációs csatornák hiányosságaiban, a kölcsönös megértés érdekében rendszeres találkozók szervezésének elmaradásában keresendő. Egy átfogó, hosszútávú stratégiai együttműködés a térségi stakeholderek között nemcsak a turisztikai szektor fejlesztését segítené elő, hanem hozzájárulna a határon átnyúló helyi közösségek gazdasági és társadalmi megerősödéséhez is és a térség versenyképességének növeléséhez.

Tézis 5: Az Akciórádiusz transzdiszciplináris bővítése

Az akciórádiusz fogalmának széleskörű vizsgálata a turizmusban nem csupán az időbeli és térbeli elhelyezkedést jelenti, hanem annak társadalmi, gazdasági és kulturális összefüggéseit is figyelembe veszi. Az akciórádiusz fogalma egy komplex, multidimenzionális kontextusban kap új értelmet, mely figyelembe veszi a turizmus újonnan megjelenő és releváns aspektusait. Ily módon a tér és idő mellett további irányokkal bővíthető, úgy mint 1) *a helyi közösségek kulturális identitása* és a turizmushoz való hozzáállása alakítja a tér használatának lehetőségeit, ideértve a közreműködésüket, együttműködési készségüket és a turizmus iránti fogadókészségüket; 2) *a látogatók motivációját befolyásoló percepciók*, pl. lelkesedés a célterület történelme vagy kulturális élménye miatt a távolságokat is átírják; 3) *a digitális elérhetőség és technológia* figyelembe vétele, mely megváltoztatja a turisták információszerzési és döntéshozatali folyamatait, mely a honlapok, közösségi média és az utazási alkalmazások segítségével könnyen és gyorsan elérhetőek, befolyásolva a turisták akciórádiuszát.

Összefoglalva, az akcióradiusz fogalmát a turizmus tér- és idő dimenzióin túl is értelmezve, különböző földrajzi, infrastrukturális, társadalmi és motivációs tényezők szerint lehet bővíteni, melyeket a push- és pull elemek integrálásával igazán hatékony stratégiai eszközzé lehet alakítani a turizmus fejlesztésében.

4. Alkalmazott kutatási módszerek

A kutatási kérdések összetettsége miatt kevert kutatási módszert alkalmaztam. A kevert kutatás keretében több forrásból kerültek összegyűjtésre az adatok: elsőként szekunder adatokat használtam fel, másodsorban pedig primer forrásokra támaszkodtam. A primer kutatás részeként kérdőíves felmérésre került sor és strukturált interjúk készültek az érintett térségi szereplőkkel. A következő összefoglaló táblázat (1. táblázat) bemutatja, hogy az egyes kutatási kérdések szerinti hipotézisek melyik adatforrásból és melyik kutatási módszerből származnak. Ezt követően röviden bemutatom az egyes kutatási módszerek relevanciáját a disszertáció témája szempontjából.

1. táblázat: Kutatási adatok módszertani forrásának áttekintése

Kutatási kérdés	Hipotézis	Alkalmazott módszer
K1	H1 – H2	interjú, tartalomelemzés
K2	H3	interjú, tartalomelemzés
K3	H4	interjú, kérdőíves felmérés
K4	H5	tartalomelemzés

Forrás: saját szerkesztés

Kutatási összegzés

A következő táblázatban (2. táblázat) bemutatásra kerül a kutatások módszertanának összegzése.

2. táblázat: Az elvégzett vizsgálatok áttekintő bemutatása (módszertan)

	Fertőszéplak lakossági kérdőíves felmérés	Nordburgenland kerékpárturisztikai turisztikai információs tábláinak és honlapjainak tartalomelemzése	A Nordburgenland / Neusiedler See turisztikai régióban található szálláshelyek honlapjainak tartalomelemzése	Strukturált interjú Sopron-Fertő turisztikai térség stakeholdereivel
Kutatási módszer	kvalitatív kutatás	tartalomelemzés	tartalomelemzés	kvalitatív kutatás

	Fertőszéplak lakossági kérdőíves felmérés	Nordburgenland kerékpárturisztikai turisztikai információs tábláinak és honlapjainak tartalom elemzése	A Nordburgenland / Neusiedler See turisztikai régióban található szálláshelyek honlapjainak tartalom elemzése	Strukturált interjú Sopron-Fertő turisztikai térség stakeholdereivel
Vizsgálat célja	A földrajzi tér és a település kapcsolatának feltárása	Az információátadás minősége és tartalmának elemzése	Az osztrák határon túlra mutató ajánlatok (attrakció, szolgáltató) jelenléte a saját honlapon	A térség turisztikai versenyképességéről kialakult vélemény
A vizsgálat időpontja(i)	2016. március-április	2023, 2024	2024. május-június	2016
A vizsgálat célcsoportja	A település 14 év feletti állandó lakossága	Térkép típusú információs táblák www.burgenland.info	Nordburgenland (Ausztria) szállásadói honlapok	Térségi stakeholderek (polgármesterek, vállalkozók, hercegi család, Nemzeti Park vezető, Világörökség vezető)
Vizsgálat helyszíne	Fertőszéplak település	Nordburgenland, B10 kerékpárút térsége és www.burgenland.info	https://www.burgenland.info/uebernachten/suchen#/unterkuenfte Nordburgenland	Sopron-Fertő térség
A vizsgálati minta nagysága	236 fő	kihelyezett táblák 9 típusa	33 település 564 honlap, 163 db részletes kiértékelése	13 fő
Felhasznált módszer	leíró statisztika és kapcsolatvizsgálat	tartalom elemzés	tartalom elemzés	szociológiai mélyinterjú

Forrás: saját szerkesztés

4.1. Szekunder adatok

Szekunder forrásként a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) tájékoztatási adatbázisában fellelhető területi adatok kerültek elemzésre. A vizsgált települések, évek, és indikátorok kiválasztása a következő módon történt. A kutatás tágabb témáját képező 10 település (Fertőboz, Fertőd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszéplak, Hegykő, Hidegség, Nagycenk, Sarród és Sopron településrészeként Balf) közül Balf nem található meg külön e nyilvántartásban, így Sopron került be a vizsgálatokba 10. településként, amelynek településrészét képezi Balf. A koherens településstatisztikai adatok 2000 és 2018 közti időszakról (19 évről) érhetőek el éves bontásban. Közülük a két szélső évre (2000, 2018) vonatkozóan került letöltésre minden elérhető indikátor értéke. Emiatt a letöltést követő lépésként adategyesítés történt. Mindkét évről több mint ezer változó érhető el. A két év adatainak egyesítését követően feltérképezésre került az a mindössze 40 mutató, amely mind a 10 településről elérhető 2000-ben és 2018-ban is. A KSH területi statisztikáiban 16 kategóriába csoportosítják az indikátorokat, melyek esetében a 3. táblázat jelzi, hogy melyikről érhető el a két év adata a 10 településre.

A 3. táblázatban felsoroltak közül 3 kategóriából származó 11 indikátor releváns a kutatás szempontjából:

- a népességben belül 8 indikátor: az állandó népesség száma (fő), és ezen belül a népesség kor megoszlása, az alábbi életkor-kategóriákban: 0-2, 3-5, 6-13, 14, 15-17, 18-59, legalább 60 évesek;
- a népmozgalmon belül 2 indikátor: a belföldi oda- és elvándorlások száma (állandó és ideiglenes vándorlás együtt) (eset);
- a munkanélküliségen kategóriából 1 indikátor: a nyilvántartott álláskeresők száma (fő).

3. táblázat: A KSH-nál elérhető adatok a vizsgált településekről és évekről (2000, 2018)

A KSH területi statisztikáinak kategóriái		Mennyi	Milyen típusú mutató érhető el a vizsgált 10 településre vonatkozóan mindkét évről (2000, 2018)?
1.	Terület, lakónépesség, állandó népesség	17	település területe, és 16-féle mutató a lakónépességről
2.	Népmozgalom	3	halálozások, belföldi oda- és elvándorlások
3.	Önkormányzati költségvetés	-	

A KSH területi statisztikáinak kategóriái		Mennyi	Milyen típusú mutató érhető el a vizsgált 10 településre vonatkozóan mindkét évről (2000, 2018)?
4.	Kereskedelem, vendéglátás, idegenforgalom	-	
5.	Lakásállomány, lakásépítés, -megszűnés	-	
6.	Kommunális ellátás	9	4 ivóvízzel, 3 szennyvíz-hálózattal, 2 villamosenergiával kapcsolatos mérőszám
7.	Egészségügy, szociális ellátás	-	
8.	Oktatás	-	
9.	Kultúra	-	
10.	Intézményi ellátottság	-	
11.	Mezőgazdaság	-	
12.	Gazdasági szervezetek. Nonprofit szektor	3	regisztrált Kft.-k, Bt.-k, és önálló vállalkozók
13.	Posta, távközlés, gépjárműállomány, internet	7	gépjárművekkel kapcsolatban
14.	Munkanélküliség	1	nyilvántartott álláskeresők
15.	Segélyezés	-	
16.	Közúti közlekedési balesetek	-	
Σ:	6 kategóriában	40	indikátor

A továbbiakban a kutatás tárgyát képező indikátorok.

Forrás: saját szerkesztés KSH (2020) alapján

A szekunder adatok esetében a kutatás módszerét a két év adatain (Y) végzett leíró statisztikák összehasonítása képezi, melyek alatt a következők értendők:

- településenként és indikátoronként dinamikus viszonyszámok, ezen belül bázisviszonyszámok ($b = Y_{2018}/Y_{2000}$)

Azt mutatják meg az egyes településekről, hogy az adott indikátor értéke mennyi százalékra változott 2000-ről 2018-ra.

- az adatok átlaga (\bar{Y})
- szórása (σ), illetve relatív szórása (V)

Az adatok szórása azt mutatja meg, hogy az egyes települések adata átlagosan (négyzetes átlaggal számolva) mennyivel tér el a települések (számtani) átlagától. A relatív szórást ugyanezt fejezi ki, csak százalékban mérve.

- mediánja (*Me*)

Azt jelzi, hogy a vizsgált települések felében mennyinél volt kisebb (nagyobb) az adott indikátor értéke.

Az állandó lakosságon belül az egyes korcsoportok aránya a KSH alapadataiból megoszlási viszonyzámként (*rész/egész*) számítható.

Végül, az indikátoronkénti éves átlagos változások kerülnek összehasonlításra a települések esetében. Mivel 19 (n) év adata áll rendelkezésre, ez azt jelenti, hogy 18 (n-1) évi változás vizsgálható. Az abszolút változás az alapadatok mértékegységében fejezi ki azt, hogy évente átlagosan mennyivel változott a megfigyelt adat:

$$\frac{(Y_{2018} - Y_{2000})}{18}$$

A relatív változás ugyanezt mutatja meg, csak egy szorzóként kifejezve azt, hogy évente átlagosan mennyiszeresére változott az adott mutató:

$$\sqrt[18]{\frac{Y_{2018}}{Y_{2000}}}$$

Ezt 100-zal megszorozva megkapható, hogy évente átlagosan mennyi %-ára változott az adott indikátor. Ezt csökkentve 100%-kal, az eredmény azt mutatja, hogy évente átlagosan mennyi %-kal változott az a megfigyelt mutató.

A 7. ábra összefoglalóan szemlélteti a szekunder adatokra épülő kutatási modellt: az adatok forrását, a kutatás tárgyát az évek, a települések és az indikátorok tekintetében, továbbá a kutatási módszert.

7. ábra: Kutatási modell – a szekunder adatok elemzésére

Adatok: KSH (2020) településstatisztika, 2000, 2018

10 település:

- Fertőboz
- Fertőd
- Fertőhomok
- Fertőrákos
- Fertőszéplak
- Hegykő
- Hidegség
- Nagycenk
- Sarród
- Sopron/Balf

10 indikátor:

- állandó népesség száma (fő), ezen belül: 0-2, 3-5, 6-13, 14, 15-17, 18-59, legalább 60 évesek
- belföldi oda- és elvándorlások száma (állandó és ideiglenes vándorlás együtt) (eset)

Elemzésük módszerei: leíró statisztikák összehasonlítása

- bázisviszonyszám ($b = Y_{2018}/Y_{2000}$)
- megoszlási viszonyszám (*rész/egész*)
- éves átlagos változás (abszolút, ill. relatív)
- átlag (\bar{Y})
- szórás (σ)
- relatív szórás (V)
- medián (Me)

Forrás: saját szerkesztés

4.2. Kvalitatív kutatás

4.2.1. Interjú mint módszertan bemutatása

Míg a kvantitatív kutatásoknál a mennyiségi szempontok, a számszerűsíthetőség elve áll a fókuszban, ezzel szemben a kvalitatív kutatás során a jelenségek megértésében rejlik a kutatás lényege, a problémafeltárásban, aminek segítségével a mögöttes okokat, a miért?-et és a hogyan?-t kívánjuk megérteni az adott jelenséggel kapcsolatban (Mitev 2019). A kvalitatív kutatás alkalmas a mélyebben meghúzódó vélemények megértésére, a mögöttes okok, motivációk, attitűdök feltárására. A kvalitatív kutatás alkalmas a mélyebben lévő okok és magyarázatok feltárására, amelyek nem derülnek ki a kvantitatív módszerek alkalmazása során, pl. a kérdőíves kutatásból. Ugyanakkor fontos figyelembe venni, hogy a kvalitatív kutatásnak számos hátránya és korlátja van (Mitev 2019):

- magas az egy főre jutó költsége,
- nem ad számszerűsíthető választ,
- sosem lesz reprezentatív (bár nem is célja, hogy az legyen),
- alapos, értelmező és körültekintő feldolgozást követel, valamint
- az egy megkérdezésre jutó költség viszonylag magas.

Interjú bemutatása

„A kvalitatív interjú egyedülállóan érzékeny és erős módszer arra, hogy megismerjük az alanyok mindennapi világukból merített tapasztalatait és e mindennapi világ megélt jelentéseit. Az interjúk során az alany helyzetét saját szavaival közvetítheti mások számára.” (Kvale 2005:79)

Egy interjú jelentős mértékben hasonlít a hétköznapi párbeszédre, annyiban azonban eltér, hogy meghatározott célja és struktúrája van. Az interjúztató szisztematikusan, röviden és egyszerűen kérdez (Gyulavári et al. 2014; Mitev 2019; Neulinger–Mitev 2014).

A mélyinterjút általában egyénenként bonyolítjuk, a beszélgetésen a megkérdezett és az interjúkészítő, kérdező vesz részt. Az interjúalanyok kiválasztása előre meghatározott módon, kialakított szempontrendszer alapján történik a kutatás céljának megfelelően.

A mélyinterjú átlagos időtartama 30-90 perc, bár vannak kifejezetten hosszú, akár több órás interjúk is (például életút interjúk). A szakértői interjúk is jellemzően hosszabb időt vesznek igénybe (általában 60-90 perc).

Az interjú helyszíne a kutatás jellegétől függően is változhat, ami fontos, hogy nyugodt körülményt biztosítson a helyszínen a beszélgetés, így lehet nyilvános hely, kávézó, a megkérdezett lakása, irodája vagy kvalitatív stúdió (Mitev 2019).

A beszélgetést jellemzően rögzíteni szokás (viszont erre előzetesen engedélyt kell kérni), az elemzésbe viszont az interjú átirata kerül feldolgozásra. A megkérdezés minden esetben egy előre megírt interjúvázlat, ún. vezérfonal alapján történik, döntő részben nyitott kérdésekkel, de megkérdezés menete alkalmazkodik a válaszadóhoz, a spontán reakciókhoz, visszacsatolásokhoz.

A mélyinterjú sajátos típusa a szakértői interjú, amikor egy adott kutatási témánkban gyakorlott/jártas szakértő véleményét szeretnénk feltárni. Szakértői interjúk jellemzően vállalati vezetőkkel, valamely terület szakembereivel, kutatóival, döntéshozóival készülnek. Az interjúalanyok a vizsgált téma elismert szakértői, a kutatási kérdés az ő szakterületüket érinti.

4.2.2. Interjú felépítése és célcsoportja

A strukturált interjúk jelentették az egyik legfontosabb primer adatforrást a kutatás során, amelyek kérdésvázlatát és az interjúalanyok adatait a 10.1 függelék tartalmazza.

Az interjú célcsoportja az érintett térségben élő, aktív szereplők és legjelentősebb stakeholderok voltak.

Alapvető megközelítésünk arra irányult, hogy a legfontosabb turisztikai szereplők mennyire tekintik egységben a kastélyt és a kastélyt körülvevő térséget. Ez a megközelítés nagyon fontos, mivel a jobbra kisebb, egymással legfeljebb laza kapcsolatban lévő térségi turisztikai attrakciók nem tudják kihasználni a térség adottságait. Másoldalról az Esterházy-kastély turisztikai fejlesztése, ami több mint annak egyszerű helyreállítása, sem történhet az őt körülvevő szűkebb és tágabb környezettől elszigetelten.

A vizsgálatot a térségben élő és működő vállalkozókkal, polgármesterekkel és önkormányzati képviselőkkel, idegenforgalmi szakemberekkel folytattuk le. A választott módszer a szociológiai mélyinterjú volt. A meginterjúvolt személyek között szerepelt többek között az Esterházy család családfője, Esterházy Antal herceg és felesége is. Az interjú két alapvető témára koncentrált: (1) Az adott mikro térség erőforrásai és turisztikai helyzete, valamint (2) az újjáépített fertői Esterházy-kastély funkciói, programkínálata, valamint látogatottsága. Az interjúk tehát a következő kérdéskörökre összpontosítottak (4. táblázat).

4. táblázat: Az interjú kérdéskörei

A térség helyzete, idegenforgalma	Az Esterházy-kastély programkínálata, látogatottsága
1. A térség turisztikai versenyképessége	1. A turisztikai kínálat értékelése, a szolgáltatások árai
2. A térség turisztikai vonzereje	2. A főbb célcsoportok, látogató csoportok
3. A térség turisztikai kínálata, szolgáltatásai	3. A kastély marketingkommunikációjának értékelése
4. Szükséges fejlesztések, jövőkép	4. A kastély és a térség

Forrás: saját szerkesztés

A kvalitatív interjúk során a térség legfontosabb, legbefolyásosabb szereplői válaszoltak kérdéseinkre. A válaszok nem mindig tértek ki a vizsgált témakörök mindegyikére, így az elemzés csak a legfontosabb kérdéskörökre koncentrált. A meginterjúvolt szereplők munkájuk, befolyásuk révén jelentős mértékben formálják (és formálták az elmúlt évtizedekben) a turisztikai tevékenységet a térségben. Egyrészt vállalkozásaik révén, másrészt a térség

településeinek fejlesztését meghatározó személyekként, harmadrészt pedig természetvédelmi szakembereként. A térség döntési helyzetben lévő, meghatározó idegenforgalmi szakembereinek tevékenysége, véleménye jelentős mértékben meg tudja könnyíteni, vagy nehezíteni a kastély törekvéseit, kapcsolódását a térséghez, és ami a legfontosabb: a hatékony együttműködést.

4.3. Terepi megfigyelés és dokumentálás

2023. májusban (hagyományos kerékpárral) és 2024 júniusban (e-bike használatával) kerékpáros terepi megfigyelést végeztem az osztrák Burgenland tartományban (Nordburgenland turisztikai térség) annak érdekében, hogy feltárjam a burgenlandi desztináció menedzsment szervezet irányító/tájékoztató táblák által megvalósuló in situ kommunikációját. A megfigyelés során azért választottam a kerékpáros közlekedési módot, mert így ugyanazzal a látásmóddal, helyzettel szembesültem mint az átlagos kerékpárturisztikai látogatók. A különböző kerékpártípusok használatával (hagyományos és e-bike) a térségen jellemző különböző időjárási elemek általi kitettséget is érzékeltem (szélviszonyok, hőmérséklet stb.). Német nyelvtudásom és szakmai ismeretem lehetővé tette, hogy megértsem a táblákon elhelyezett kommunikációs (és rejtett kommunikációs) üzeneteket. A megfigyelés során fényképes dokumentációt készítettem. A megfigyelés szempontjai az alábbiak voltak:

- Milyen mértékben hívják fel a figyelmet arra, hogy ez egy körbekerékpározható tó és a szolgáltatások a tó magyar oldalán is elérhetőek és kielégíthetőek?
- A tájékoztató térképeken van-e torzítás és milyen torzítási módszereket alkalmaznak
- Van-e és ha van milyen rejtette üzenet van az osztrák oldalon való maradásra (mindeközben figyeltem a kerékpárosokat, hogy a táblai információkat figyelemmel kísérik-e (megállnak-e, használják-e az információkat)?

4.4. Kvantitatív kutatás

4.4.1. Kérdőíves felmérés mint módszertan bemutatása

A kérdőíves megkérdezés még mindig az egyik legnépszerűbb kutatási módszertannak tekinthető, részben annak köszönhetően, hogy strukturált, standardizált módon lekérdezhető, számszerűsíthető, grafikusán is igényesen illusztrálható eredményeket ad (Mitev 2019).

Az interjúkhoz képest viszonylag gyorsabban és költséghatékonyabban végezhetőek el a kérdőíves kutatások, és különböző módokon lehet elérni a célközönséget, akár online, telefonon vagy személyes formában. A kérdőíves felmérések egyik legfőbb előnye, viszonylag egyszerű és olcsó, valamint a nagyszámú válaszadótól gyorsan és hatékonyan lehet nagy adatmennyiséget és információt gyűjteni, ami elősegíti a kutatás objektivitását, reprezentativitását és az eredmények általánosíthatóságát, továbbá nagy adatmennyiség miatt lehetővé teszi a többváltozós statisztikai elemzést és az eredmények szélesebb populációra való általánosítását. Ugyanakkor a kérdőíves felmérés eredményessége nagymértékben függ a kérdések szakszerű megfogalmazásától és a válaszok értékelésétől (Rekettye 2016).

A kérdőíves felméréseknek legnagyobb hátránya, hogy nem ad választ a vizsgálati alanyok egyéni jellegzetességeire, a kutatás mélyebb összefüggéseit nem tudja feltárni, mivel csak leíró jellegű - mennyiségi - információt ad. További hátrány a válaszok torzításának lehetősége és a nem őszintén válaszolók magasabb aránya, mivel a felmérések önbevalláson alapuló adatokra támaszkodnak, ami pontatlanságot eredményezhet olyan tényezők miatt, mint például a memória-visszaemlékezési problémák vagy a csoportmegfelelés, társadalmi torzítás.

A kérdőíves felmérés alapja a kérdőív, mely olyan mérőeszköz, amely a megkérdezés céljának és módszerének megfelelően előre meghatározott kérdések sorozatából áll (Gyulavári et al. 2014). Ehhez viszont szükséges, hogy egyértelműen meg tudjuk határozni, hogy mi a kutatás célja, 1-2 mondatban (Scipione 1994). A kérdőívszerkesztés során így tudjuk levezetni a főbb témaköröket, amelyeket a kérdőívnek mindenképpen le kell fednie. Az eredményes és hatékony kérdőív elkészítéséhez, figyelembe kell venni a kérdőívszerkesztés általános folyamata, mely a következő lépések sorozatából áll (Gyulavári et al. 2014; Mitev 2019):

1. a kutatási kérdések megválaszolásához szükséges információ meghatározása,
2. a megkérdezettek körének meghatározása,
3. a megkérdezés módszerének figyelembevétele,
4. a kérdőív logikájának, szerkezeti felépítésének megtervezése,
5. a kérdések megfogalmazása,
6. a próbakérdőív végleges formázása,
7. próbakérdezés,
8. a próbakérdezés eredményei alapján történő módosítás és a végleges kérdőív elkészítése.

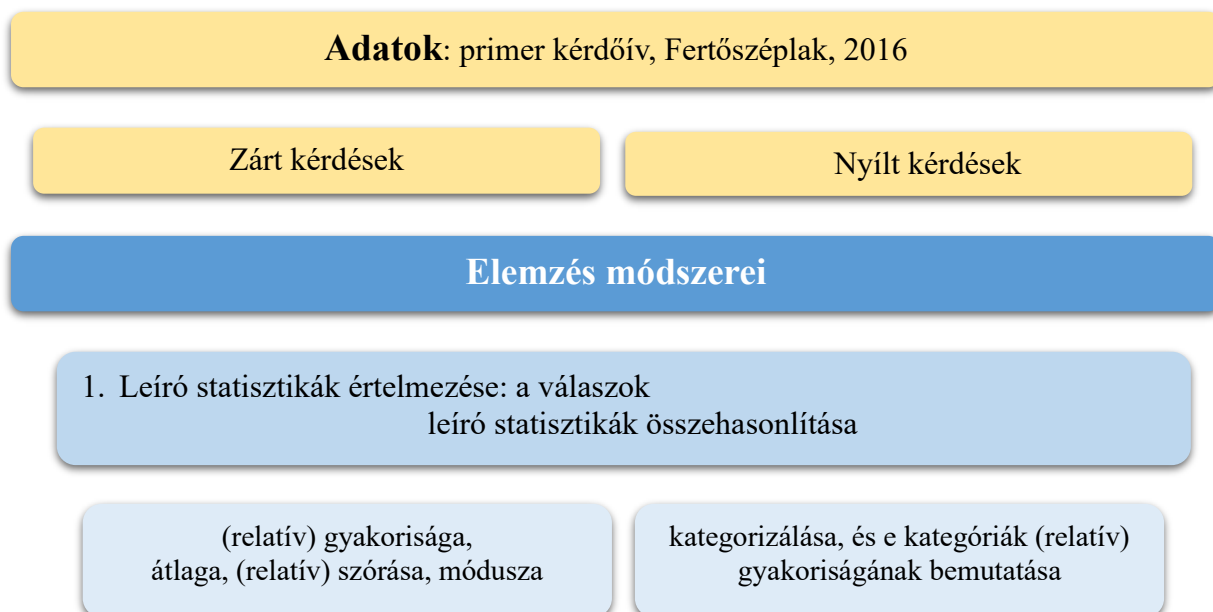
4.4.2. Kérdőíves felmérés időtartama és tartalmi kialakítása

A 10.2 függelékben található kérdőív kitöltésére az említett 10 település közül Fertőszéplak lakosainak volt lehetősége 2016 márciusában (2016. április 06-ig lehetett a válaszaikat leadni). A megkérdezés papír alapú kérdőíven történt, önkéntesen és anonim módon. A kérdőív kérdései a polgármester és a települési Képviselő Testület tagjaival történt egyeztetések alapján kerültek kialakításra.

Az előzetes egyeztetésnek köszönhetően a kérdőív zárt és nyílt kérdéseket is tartalmazott, a demográfiai kérdések mellett az alábbi főbb témakörökben: Fertőszéplak, mint lakóhely-választás (mióta lakik itt, honnan, illetve miért költözött ide, tervezi-e, hogy elköltözik), mennyire elégedettek a települési jellemzőkkel, milyen a kapcsolatuk a helyi turizmussal, mennyire aktív polgára a településnek. E kérdőívből összesen 236 fős értékelhető minta származott. A KSH (2020) adatai szerint 2016-ban Fertőszéplak állandó lakossága 1275 fő volt, vagyis a minta a teljes sokaság közel ötödét tette ki ($236/1275 \approx 0,1851 \rightarrow 18,51\%$).

A kérdőívek eredményeinek elemzése két fő módszerrel (leíró statisztikákkal és kapcsolatvizsgálatokkal) történt (8. ábra).

8. ábra: Kutatási modell – a primer kérdőívből származó adatok elemzésére



2. Kapcsolatvizsgálatok:

- C: Cramer mutató
- R: Pearson-féle korrelációs együttható
- τ : Kendall-féle rangkorrelációs együttható
- η : Éta mutató, és a hozzá tartozó ANOVA-vizsgálat

Forrás: saját szerkesztés

Az egyik fő módszert minden kérdés esetében a leíró statisztikák értelmezése jelenti. Zárt kérdések esetében ez lehet a válaszok (relatív) gyakorisága, átlaga, (relatív) szórása, módusza (a tipikus, azaz a leggyakoribb válasz). Nyílt kérdések esetén pedig a szöveges válaszok kategorizálása, és e kategóriák (relatív) gyakoriságának bemutatása.

A másik fő módszer alatt kapcsolatvizsgálatok értendők, amelyek csak a zárt kérdésekre adott válaszokon végezhetőek el. Több mutató létezik annak megállapítására, hogy milyen erős (esetleg milyen irányú) kapcsolat van a kérdőív két kérdésére adott válaszok között. Ezek közül az alábbi négy jöhet számításba a Fertőszéplakon végzett kérdőív esetében: Cramer mutató (C), Éta (η) mutató, Pearson-féle lineáris korrelációs együttható (R), Kendall-féle rangkorrelációs tau együttható (τ). Az 5. táblázat tömöríti, hogy mely mutatók milyen esetekben alkalmazandók, és milyen határok között vehetnek fel értéket.

5. táblázat: A kapcsolatok erősségét mérő mutatók alkalmazhatósága

A kapcsolat erősségét mérő mutató betű-jele	neve	határai	Alkalmazhatósága: ha a kérdőív vizsgált egyik kérdésére adott válaszokon	
C	Cramer mutató	[0, 1]	semmilyen matematikai művelet nem értelmezhető (asszociációs kapcsolat: nominális mérési szintű, nem mennyiségi változók)	
η	Éta mutató		semmilyen matematikai művelet nem értelmezhető (nominális mérési szintű, nem mennyiségi változó)	értelmes a sorrend képzése (legalább sorrendi skálán mérhető mennyiségi változók)
			(vegyes kapcsolat)	

R	Pearson-féle lineáris korrelációs együttható	$[-1, 1]$	értelmes eredményt ad azok hányadosa (korrelációs kapcsolat: arányskálán mérhető mennyiségi változók)
τ	Kendall-féle rangkorrelációs együttható (tau)		értelmes eredményt legfeljebb azok sorbarendezése ad, de a hányadosuk már nem (rangkorrelációs kapcsolat: ordinális skálán mérhető mennyiségi változók)

Forrás: saját szerkesztés Jánosa (2011) alapján

Attól függ, hogy melyik számítása szükséges, hogy az egyes kérdések milyen mérési skálán mérhetők. E mérési skálák azt mutatják meg, hogy milyen matematikai műveletek elvégzése értelmes az adott kérdésre adott válaszokon: semmilyen, sorbarendezés, osztás. E három lehetőségnek megfelelően nominális (névleges), ordinális (sorrendi), illetve arányskálán mérhető adatokról beszélhetünk.

Mindegyik mutató abszolút értékben 0 és 1 között mozog. Amelyik csak pozitív lehet (C , η), az csak a kapcsolat erősségét mutatja meg, a kapcsolat iránya nem értelmezhető. Amelyik felvehet negatív értéket is, azaz a $[-1, 1]$ intervallumban mozog (R , τ), azoknál a mutató abszolút értékéből lehet következtetni a kapcsolat erősségére, és előjeléből a kapcsolat irányára. A mutató pozitív vagy negatív előjele egyben a kapcsolat pozitív vagy negatív irányát (egyirányban vagy ellentétes irányban történő mozgását) jelenti. Csak ezeknél a magasabb mérési szintű változókon elvégzett kapcsolatvizsgálatok eredményei (R , τ) értelmezhetők minél inkább ..., annál inkább ... típusú mondatokban.

Mindegyik mutatóra (C , η , R , τ) igaz, hogy a kapcsolat erősségét a mutató abszolút értéke határozza meg. A későbbiekben Sajtos – Mitev (2007) besorolása alapján kerül értelmezésre az, hogy meddig minősíthető gyengének a kapcsolat, illetve mettől nevezhető erősnek, bármelyik kapcsolat erősségét mérő mutató abszolút értéke alapján:

- 0: nincs kapcsolat (a kérdőív vizsgált két kérdésére adott válaszok függetlenek egymástól)
- $]0; 0,2[$: gyenge kapcsolat
- $[0,2; 0,7[$: közepesen erős kapcsolat
- $[0,7; 1[$: erős kapcsolat
- 1: determinisztikus kapcsolat (a kérdőív vizsgált két kérdésére adott válaszok között teljes meghatározottság van)

A kapcsolatvizsgálatok eredményei (6. táblázat) 5%-os szignifikancia-szinten (másképp fogalmazva: 95%-os megbízhatósági szinten) kerülnek értelmezésre. Mindegyik kapcsolatvizsgálat az alábbi alap- és ellenhipotézist teszteli. A kérdőívnek a vizsgált két kérdésre adott válaszok

H_0 : függetlenek egymástól (nincs köztük kapcsolat)

H_1 : kapcsolatban vannak egymással

Bármelyik kapcsolat erősségét mérő mutató akkor tekinthető szignifikánsnak, ha a hozzá tartozó úgynevezett p-érték (az elemzésekhez használt SPSS szoftverben: „Sig.” érték) 0,05-nél kisebb. Ekkor a nullhipotézis elutasításra kerül (az alternatív hipotézis került elfogadásra).

A kérdőív zárt kérdésein elvégzett kapcsolatvizsgálatokra vonatkozó kutatási modellt szemlélteti, ahol e zárt kérdések aszerint kerültek csoportosításra, hogy mely kérdésekre adott válaszok tekinthetők független (magyarázó) változóknak, és melyek függőknek (amelyeket leginkább magyarázni kíván a kutatás).

A kapcsolatok erősségét mérő mutatók alapvetően nem képesek megállapítani, hogy a két változó közül melyik az ok, illetve az okozat, azonban kizárásos alapon lehetséges e viszony értelmezése. Például a demográfiai indikátorok közül az emberek nemét vagy életkorát biztosan nem befolyásolhatják a kérdőív egyéb kérdéseire adott válaszok, tehát független változóknak tekinthetők.

A kérdőív minden kérdésére adott válaszok leíró statisztikai ismertetésre kerülnek, azonban a kutatási modelljébe nem került be a kérdőív minden kérdése két okból. Egyfelől abban az esetben, ha a kérdésre kétféle válaszlehetőséget lehetett adni, és az egyik válaszlehetőséget csak nagyon kevesen jelölték. Az ilyen kérdések a kapcsolatvizsgálatok eredményeit nagyon torzítanák. Ezek a kérdések:

- Magyar állampolgár-e vagy sem?
- Állandó vagy ideiglenes a lakcíme Fertőszéplakon?


Másrészt, azok a kérdések kerültek ki a kapcsolatvizsgálatokból, amelyeknek a magyarázni kívánt változókra való hatása nem tekinthető relevánsnak. Ezek:

- Többnyire milyen közlekedési eszközt használ a mindennapok során?
- Amennyiben dolgozik, vagy iskolába jár: általában hány perc alatt jut el oda?
- Milyen információk érdeklik a legjobban Fertőszéplak honlapján?
- Miért költözött Fertőszéplakra?

- Mikor járt utoljára a felsorolt 20 helyen?

Kérdőíves összefüggésvizsgálat módszertana

6. táblázat: Kutatási modell – a primer kérdőív alapján a kapcsolatvizsgálatok elemzésére

Független változók [X]: 19 db		1. 	Függő változók [Y]: 26 db
Demográfia	[X1] Neme? 1: férfi, 2: nő	— C =? →	Mindegyik egy 1-től 5-ig terjedő skálán mérve. [Y1] Mennyire tartja a települést fejlődőnek? 1: gyorsan fejlődő, 2: fejlődő, 3: stagnáló, 4: leépülő, 5: egyéb
	[X2] Törvényes családi állapota? 1: nőtlen/hajadon, 2: házas (élettárs), 3: elvált, 4: özvegy	— C =? →	
	[X3] Életkora?	— τ =? →	
	[X4] Végzettsége? 1: általános iskola, 2: középiskola, 3: szakiskola, szakmunkásképző, 4: főiskola, egyetem	— τ =? →	
Iskola / Munkahely	[X5] Foglalkozása? 1: dolgozik (pl. alkalmazott, vállalkozó, segítő családtag, alkalmi munkás), 2: tanuló, 3: álláskereső, 4: nyugdíjas, 5: háztartásbeli, 6: egyéb (gyes, gyed, rokkant nyugdíjas)	— C =? →	[Y2] Mennyire elégedett a felsorolt 8 települési jellemzővel? 1: elégedetlen, 5: nagyon elégedett
	[X6] Hol dolgozik/jár iskolába? 1: Fertőszéplakon, 2: más hazai településen, 3: Ausztriában	— C =? →	
	[X7] Napi bejáró/ingázó?	1: igen, 2: nem — C =? →	
	[X8] Munkája során kapcsolatba kerül a turizmussal?	— C =? →	
	[X9] Képes min. 1 idegen nyelven megértetnie magát?	— C =? →	
Település választása	[X10] Hány éve él Fertőszéplakon?	— τ =? →	[Y3] Mennyire ért egyet a településen megjelenő turistákkal kapcsolatosan felsorolt 5 állítással? 1: nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért
	[X11] Melyik utcában lakik? 1: Ady E., 2: Arany J., 3: Gyár, 4: Hunyadi, 5: Kossuth, 6: Mátyás király, 7: Nagy L., 8: Petőfi, 9: Rákóczi, 10: Soproni, 11: Széchenyi, 12: Szent I., 13: Szent István, 14: Szent J., 15: Várhely	— C =? →	
	[X12] Születése óta él Fertőszéplakon?	1: igen, 2: nem — C =? →	
	[X13] Elköltözne más településre, ha lenne lehetősége?	— C =? →	
	[X14] Tervezi-e, hogy elköltözik más településre?	— C =? →	
Mennyire aktív?	[X15] Végez-e Fertőszéplakon önkéntes tevékenységet?	— C =? →	[Y4] Mennyire ért egyet azzal, hogy a felsorolt 12 területen a település felkészült a turisták fogadására? 1: nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért
	[X16] Tagja-e civil szervezetnek Fertőszéplakon?	— C =? →	
	[X17] Tagja-e civil szervezetnek máshol?	— C =? →	

<p>[X18] Milyen gyakran nézi a település honlapját? 1: heti többször, 2: heti egyszer, 3: ritkábban, 4: soha</p>	<p>— τ =? →</p>	
<p>[X19] Részt szokott venni Fertőszéplak rendezvényein? 1: igen, gyakran, 2: néha igen, néha nem, 3: nem</p>	<p>— τ =? →</p>	

A cellák színezése a kapcsolatvizsgálathoz használt mutató alapján történt:

τ (Kendall – féle rangkorrelációs együttható) =?

C (Cramer mutató) =?

Forrás: saját szerkesztés

A független és a függő változók közötti kapcsolatokat a későbbiekben, a kutatási eredményeknél mutatom be.

4.5. Tartalomelemzés

4.5.1. Tartalomelemzés mint módszertan bemutatása

A tartalomelemzési módszer jelentősen eltér a korábban bemutatott módszerektől, mert a kutató és a megfigyelési egység (pl. honlap) között nincsen interakció és kommunikáció, szemben az előzőekben bemutatott kérdőíves megkérdezés és interjúkészítés esetében, ahol van visszacsatolási lehetősége a szereplőknek (Puczko–Rátz 2017).

A tartalomelemzés célja írott szövegek és képek részletes vizsgálata, amely során a használt szavak, kifejezések, valamint a vizuális elemek jelentését, szövegkörnyezetét és gyakoriságát elemzik. Ez a módszer gyakorlatilag bármilyen közlés, például honlapok, kiadványok, információs táblák, egyéb feliratok, fotók stb. elemzésére alkalmas. Fontos azonban figyelembe venni azokat a fizikai és pszichológiai körülményeket is, amelyek jellemezték a szöveg lejegyzésének időszakát (Puczko–Rátz 2017). Ezek a tényezők jelentősen befolyásolhatják a közlés értelmezését, ilyen lehet például, a szöveg keletkezésének kontextusa, mint a társadalmi, politikai vagy gazdasági helyzet, formálhatja a kifejtett véleményeket és értékítéleteket. De a kutató személyes tapasztalatai, érzelmi állapota és kulturális háttere is hatással lehet a megfogalmazott tartalomra. Elengedhetetlen ezért, hogy a tartalomelemzés során ne csak a szöveget vizsgáljuk, hanem mélyebb összefüggéseket is figyelembe vegyünk, mivel ezek hozzájárulhatnak a kutatási eredmények megbízhatóságához és hitelességéhez.

A tartalomelemzés első lépése a kutatási kérdések megfogalmazása és az ehhez szükséges információk meghatározása. A tartalomelemzés egy olyan kódolási folyamat, amely során az információkat előre kidolgozott fogalmi keret alapján osztályozzuk. Az anyagok feldolgozása

előtt létre kell hozni a fogalmi keretet, és ennek alapján csoportosítani a vizsgált jelenség megítélésére vonatkozó közléseket. Az elemzés két módja: a közlések manifeszt tartalmának kódolása, amely a szavak vagy szimbólumok gyakoriságát vizsgálja, és a latens tartalom kódolása, amely a szöveg vagy kép mögöttes jelentését is figyelembe veszi (Puczkó–Rátz 2017).

4.5.2. Tartalomelemzés lebonyolítása

A tartalomelemzés hatékony elvégzéséhez az alábbi lépéseket végeztem el. A tartalomelemzés folyamata a következőképpen épült fel:

1. Kutatás céljának megfogalmazása

Elsőként meghatároztam, hogy milyen információt tud adni a honlapelemzés és milyen konkrét kutatási kérdések megválaszolását teszi lehetővé. Ehhez végig gondoltam a honlapokon elérhető információ körét. Azaz a honlapokon milyen alhonlapokon, mely füleken érhető el, hogy a szomszédos országokban (Magyarország, Szlovákia) milyen szabadidős programokat ajánlanak mely helyszíneken (település, attrakció).

2. Információigény meghatározása

Második lépésként összegyűjtöttem a kutatás szempontjából szükséges adatokat és forrásokat. Ezek honlapok a Nordburgenland térség szálláshelyszolgáltatóinak a honlapjai.

3. Fogalmi keret kidolgozása

Az anyagok feldolgozása előtt kialakítottam egy alkalmazandó fogalmi keretet, amely irányt mutatott az elemzéshez. A fogalmi keret segítségével tudtam definiálni a kulcsszavakat, kifejezéseket és vizsgálatait kategóriákat. A honlapokon a következő kulcselemeket kerestem és vizsgáltam: Freizeit (szabadidő), Region&Kultur (Régió és kultúra), Kultur (kultúra), Sehenwertes (látnivalók), Natur (természet), Wein (bor), Sport (sporttevékenységek), Pakete (csomagok), Kooperationen (együttműködő partnerek). A szálláshely saját honlapján lévő információk alapján kerültek kigyűjtésre a Magyarországra és Szlovákiára vonatkozó elemek.

4. Adatok csoportosítása és az információtartalom kiválasztása

A kiválasztott anyagok alapján csoportosítottam az adatokat, információ közléseket a fogalmi keret értelmében.

Jelen esetben az információ esetében nem kellett különbséget tennem a manifeszt és a látens tartalmak között, mivel nem szubjektív visszajelzéseket, hanem objektív adatokat, közléseket

elemeztem. A manifeszt tartalom kódolása specifikus szavak, kifejezések vagy szimbólumok gyakoriságának vizsgálata alapján történt. Ugyanakkor a látens tartalom kódolására utalnak a honlapon feltüntetett, adatok, információközlések mögöttes jelentésének feltárására használt, megjelenített képek kontextusa.

5. Adatgyűjtés és kódolás

A kategóriák és adatok kiválasztása után került sor az elemzésre, adatgyűjtésre és kódolásra, -tól -ig időszakban. Az összegyűjtött adatokat a kódolási keretnek megfelelő kategóriákba soroltam, figyelembe véve a manifeszt és latens tartalmakat.

6. Eredmények áttekintése

Az elemzés után az összegyűjtött és kódolt adatokat elemezve áttekintettem az eredményeket, megvizsgáltam a mintázatokat és összefüggéseket.

7. Következtetések levonása

Ezt követően került sor – a kutatás során nyert eredmények alapján – a kezdeti kutatási kérdések és célok megfogalmazására. Itt kitértem az elemzés korlátaira és következtetéseket vontam le ez alapján.

5. Kutatási terület bemutatása: a Fertő tó

A Fertő tó magyarországi és ausztriai térségek bemutatásának az a célja, hogy lehatárolja és meghatározza a vizsgálat és a kutatás földrajzi terét. Továbbá célkitűzés, hogy a turizmus által identifikált, a turizmus által kijelölt földrajzi térségben a megjelenő idegenforgalmi folyamatokat ismertesse és azok hátterét megvilágítsa. Nemcsak hagyományos értelemben vett elemek kerülnek bemutatásra, hanem oly módon is megközelítésre kerül a térség, amely rávilágít arra és segít megérteni, hogy ebben a térségben milyen elemek játszanak szerepet napjaink turizmusában. A kutatási területet bemutató fejezet három részből áll, amelyből az első rész a klasszikus turisztikai lehatárolást és turisztikai teljesítményt mutatja meg.

A második rész egy történelmi indíttatású áttekintést ad a térség több évszázadon keresztül térszervező erejéről, az Esterházy-családról. Ez a történelmi indíttatású logika kiválóan kapcsolódik a jelen disszertáció multi/interdiszciplináris szellemiségéhez. Az Esterházy-család térszervező ereje napjainkban rávilágít arra, hogy milyen jelentős fejlődéstörténeti elemek hatnak napjaink turizmusára és természetesen a teljes gazdasági társadalmi környezetre a térség

mindkét országában. Mindezen keresztül megérthető a turisztikai teljesítmény és a turisztikai gondolkodásmód, amely jelentősen eltér a határon innen és túl.

A harmadik részben egy Fertő-parti magyarországi település, Fertőszéplak településmarketing vizsgálatához kapcsolódó részletes elemzéséből – mint egy esettanulmány – a magyarországi Fertő tó turisztikai térségének sajátos társadalmi-gazdasági elemei rajzolódnak ki. Ez a településmarketing tanulmány is rávilágít arra, hogy az ország ezen határmenti térsége milyen jelentős különbségeket jelenít meg az ország más térségeihez képest. Továbbá megmutatja, hogy az ebben a térségben élőknek milyen kapcsolódásuk van a turizmushoz, érzékelik-e ennek a jelentőségét, szerepét a mindennapi életterükben.

5.1. Turizmuspolitika a Fertő tóhoz tartozó ausztriai és magyarországi turisztikai térségekben

A kutatási terület turizmus-specifikus bemutatásának célja, hogy lehatárolja és definiálja a vizsgálat pontos földrajzi alapon nyugvó turisztikai területét mind Ausztriában, mind Magyarországon.

5.1.1. Sopron-Fertő turisztikai térség helye és szerepe a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában (NTS 2030., Turizmus 2.0, 2.0 Kiegészítés)

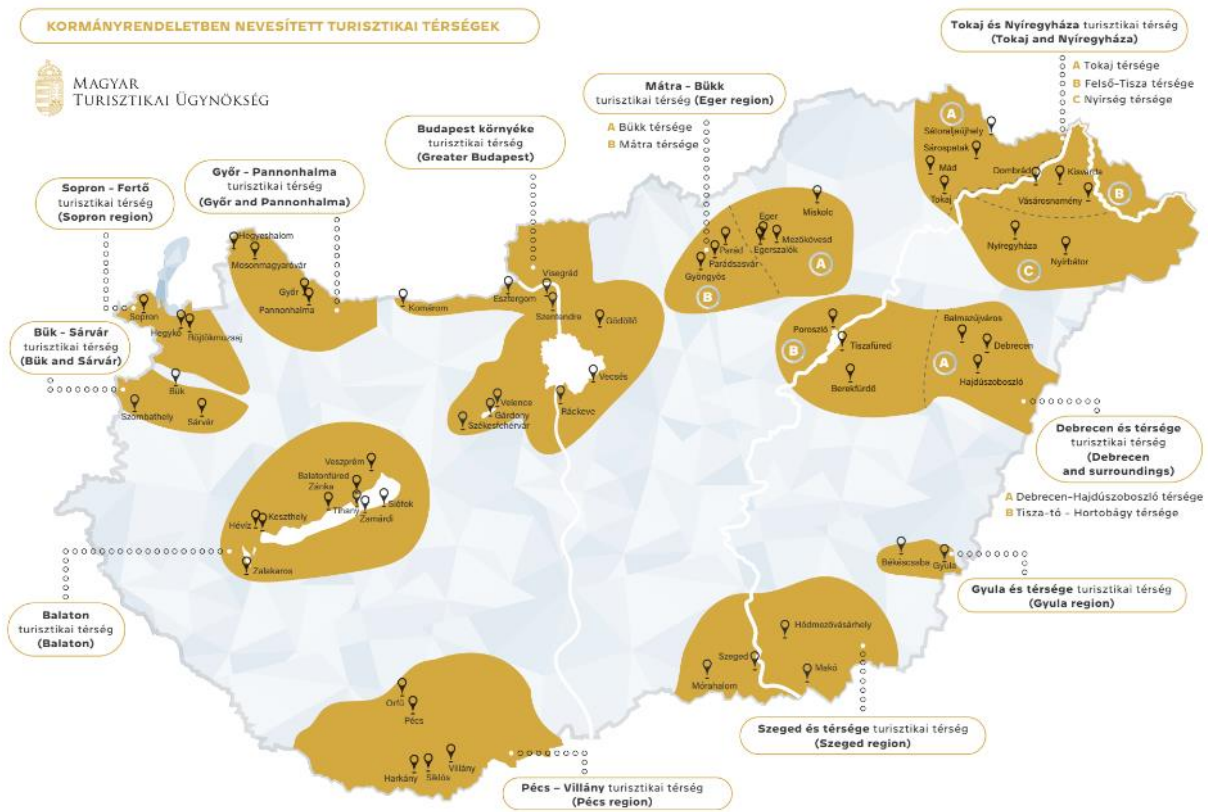
A disszertáció magyarországi kutatási területe lehatárolható a Turizmus 2.0. szerint kijelöltek alapján és a rendelethez tartozó településeken meghatározható turisztikai kínálati elemekkel. A kormány meghatározta a 429/2020. (IX 14.) rendeletében (a továbbiakban Kormányrendelet) a jelenleg is hatályos turisztikai térségeket. Korábbi jogszabályi környezetben is létezett már a Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség, a Turizmus 2.0 (a továbbiakban Stratégia) dokumentumban (MTÜ 2021) a főváros mellett 11 turisztikai térség került nevesítésre. Köztük a Sopron-Fertő turisztikai térség, mely az alábbi települések által lehatárolt területet foglalja magában: Fertőboz, Fertőd (Eszterháza és Süttör településrészek), Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszentmiklós, Fertőszéplak, Fertőújlak, Hegykő, Hidegség, Nagycenk, Rőjtökmuzsaj, Sarród (ideértve Fertőújlak települést is), Simaság, Sopron, Sopronhorpács.

A 2016 óta a paradigmaváltásban gondolkodó és cselekvő turisztikai stratégiai rendszerben a Sopron-Fertő térség már az elsők között kiemelt lehetőséget kapott az egységes desztinációs

szemlélet érvényesítésére. Az NTS 2030⁸-ban megfogalmazott desztinációs logika értelmében az állami turizmusirányításban is a 2016-ig megjelent – meglévő vagy fejlesztés útján előállítható – magyarországi turizmus teljesítménye alapján lehatárolt desztinációk kerültek a középpontba. Ezekre a kijelölt desztinációkra a kínálati elemeket teljessé tevő, szinergikus hatásokat maximálisan kiaknázó, keresztpromóciós lehetőségeket is figyelembe vevő egyedi beavatkozási programot dolgoztak ki. Ennek a szellemiségében az ilyen módon létrejövő, egymástól jól megkülönböztethető, egyedi élménnyel azonosítható desztinációkhoz pedig olyan márkákat, márkaprofilokat építenek fel és menedzselnek, amelyek lehetővé teszik, hogy a vendég korábbi tapasztalat nélkül is képes legyen az utazási döntést meghozni. Mindemellett figyelemreméltó az új struktúra jövőbeni sikeres működéséhez kapcsolódva, hogy két tanulmány is felhívja a figyelmet az aktív TDM-szervezetekben rejlő szakmai potenciálra, ami nem versenytárs, hanem szilárd mankó lehetne az új szerveződések számára (Nagy et al. 2023; Nagy–Aubert 2023). A nevesített turisztikai térségekre kialakított márkaprofilok egyben visszahatnak a turisztikai termékfejlesztésre is: a desztinációk beavatkozási programjának elemeit ugyanis a meglévő kínálati elemek és szezonális adottságok mellett az befolyásolja leginkább, milyen fejlesztések megvalósítása révén teremthető meg a jövőbeni elérni javasolt márkaprofilhoz igazodó élménykínálat (MTÜ (2017): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030:16–17.). Ebben a folyamatban létrejött az „első” Sopron-Fertő nevesített turisztikai térség (a 2020-ban kormányhatározatban levált a Bük-Sárvár turisztikai térség integrálásával (1862/2016. (XII. 27.) Korm. határozat), amely révén kijelenthető, hogy a kutatási mintaterület az új stratégiai gondolkodásban is Magyarország egyik turisztikai fókuszpontjában lévő helyszíne. Az NTS 2030 első lépéseként az új desztinációs logika alapján a „Balaton”, „Sopron-Fertő”, „Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség”, „Dunakanyar”, valamint „Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy, Tisza-tó” kiemelt turisztikai fejlesztési térségek kerültek nevesítésre (9. ábra). Ez a folyamat zárult le a 2020-as Kormányhatározattal és a jelen (2024) turizmuspolitikájának desztinációs lehatárolásával.

9. ábra: Kormányrendeletben nevesített turisztikai térségek

⁸ 2017 októberében Magyarország Kormánya, a magyar turizmus történetében először fogadott el célzottan az ágazat számára készült stratégiát, Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (röviden NTS 20230) néven, mely több mint 10 éves távlatban határozta meg azt a keretrendszert, amelyben az állam és a piac közösen gondolkodik Magyarország turizmusának jövőjéről. Az NTS 2030 paradigmaváltást jelentett a turizmusban és azóta is zsinórmértékül szolgál minden ágazati szereplő és turisztikai fejlesztés számára. 2021-ben elkészült az NTS 2030 felülvizsgálata során azonosított beavatkozási pontokat, újabb ágazati szemléletmódokat, valamint a magyar turizmus versenyképességét növelő lehetőségeket tartalmazó dokumentum Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 néven. A Stratégia – Turizmus 2.0 2023-ban kapott újabb kiegészítést (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 - Turizmus 2.0 2023.01.31-es kiegészítés). Forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia/>

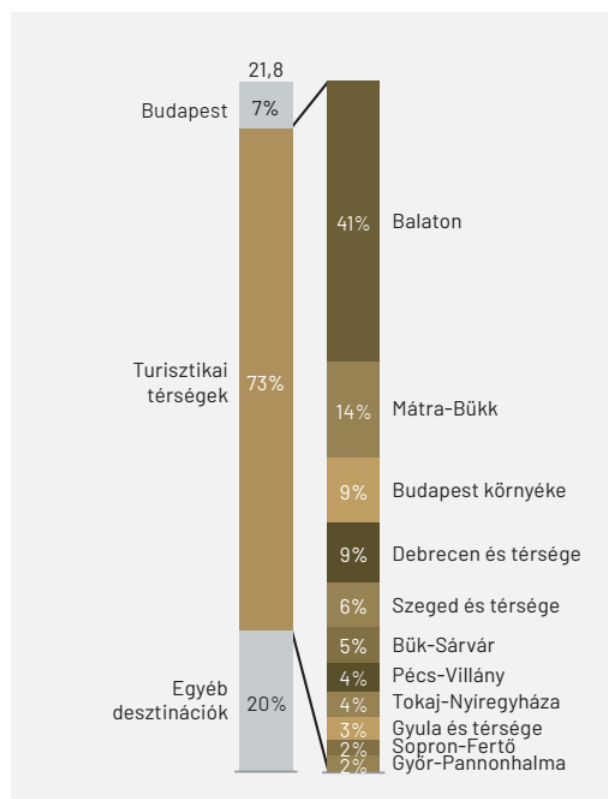


Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség (2021): 11 turisztikai térség

A Sopron-Fertő turisztikai térség területét tekintve az egyik legkisebb területű turisztikai térség Magyarországon (9. ábra). Kutatói oldalról a térség jelentősége abban jelenik meg, hogy adott a potenciál – a nemzetközi oldalról egy egyedülállóan speciális lehetőségként – a két ország turisztikai szinergiáit összekapcsolni. Ezt az összekapcsolódást mindkét ország érintett térségének gazdasági, társadalmi fejlődésének, jólétének egyik lehetséges elemeként lehetne értelmezni. A disszertációban egy olyan térség lehetőségei kerültek elemzésre, ahol a jelenkori turizmus működését vizsgálva számos összetett folyamat felszín mögötti megismerésére került sor, ezáltal értékelve a jelent (elemmezve az eddigi kétoldalú együttműködés történéseit) és kutatva a jövőbeni sikeresség lehetőségeit.

A magyarországi belföldi turisztikai kereslet (2019) vendégéjszaka számának 73%-a a nevesített turisztikai térségekben realizálódik (7%-a Budapesten, 20%-a egyéb desztinációkban) (10. ábra). A nevesített turisztikai térségek összes vendégéjszaka számából 2%-a realizálódott a Sopron-Fertő térségben (2023-ban lecsökkent 1,3%-ra). A Győr-Pannonhalma turisztikai térségnek hasonló nagyságú a turisztikai teljesítménye.

**10. ábra: Belföldi turisztikai kereslet megoszlása Magyarországon
(millió vendégéjszaka, 2019)**



Forrás: Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030 – Turizmus 2.0 (MTÜ 2021:16)

A Stratégiában a turizmuspolitika a Sopron-Fertő nevesített turisztikai térség esetében a „Kultúra határon innen és túl” szlogennel határozta meg azt a termékportfóliót, amely illeszkedik az országos márkapozicionálás új rendszeréhez. A térség márkaprofiljának hangsúlya a következő: „A márkaprofil a családi időtöltés és szórakozás köré épül, a térség kulturális termékkínálatára és a Fertő-part aktív lehetőségeire építve, kiegészítve a határon túlnyúló, komplementer kínálati elemekkel a Burgenland régióban.” (NTS2030 – Turizmus 2.0, MTÜ 2021:88). A márkaprofilban markánsan megfogalmazottak alapján kimutatható, hogy a disszertációban vizsgált kutatási terület önállóan, csak Magyarországon nem tud sikeres lenni a burgenlandi komplementer elemek nélkül. Ez a kiindulópont determinálja, hogy a térség turisztikai kínálat nem tud létezni a kereslet számára a szomszédos burgenlandi területek nélkül. A Stratégiában ezzel összhangban a keresletre vonatkozóan az alábbiak kerültek megfogalmazásra a célszegmensek esetében: „Sopron-Fertő a vidéki desztinációk közt viszonylag magas arányban (a vendégéjszakák 35%-a) vonz külföldi turistákat. A legfőbb, már meglévő küldőpiacok a földrajzi közelségből is adódóan Csehország és Ausztria, valamint Németország. Ugyanakkor fontos megemlíteni, hogy az elmúlt években a Volt Fesztivál jelentős arányban generált külföldi vendégéjszakákat (Szerzői megjegyzés: 2022-ben a VOLT Fesztivál megszűnt, az utódjának tekintett fesztivál már városi jellegű eseménnyé vált, belföldi fellépőkkel belföldi kereslet számára). A térség fő célcsoportjai a kisgyermekes és többgenerációs családok. A megfelelő minőségi fejlesztések után a térség kulturális és aktív turisztikai értékajánlata, kiegészítve a közeli Bük-Sárvár rekreációs lehetőségeivel a meglévő küldőországokon belül további, kulturális és aktív időtöltés iránt érdeklődő szegmenseknek jelenthet vonzerőt.” (NTS2030 – Turizmus 2.0, MTÜ 2021:88)

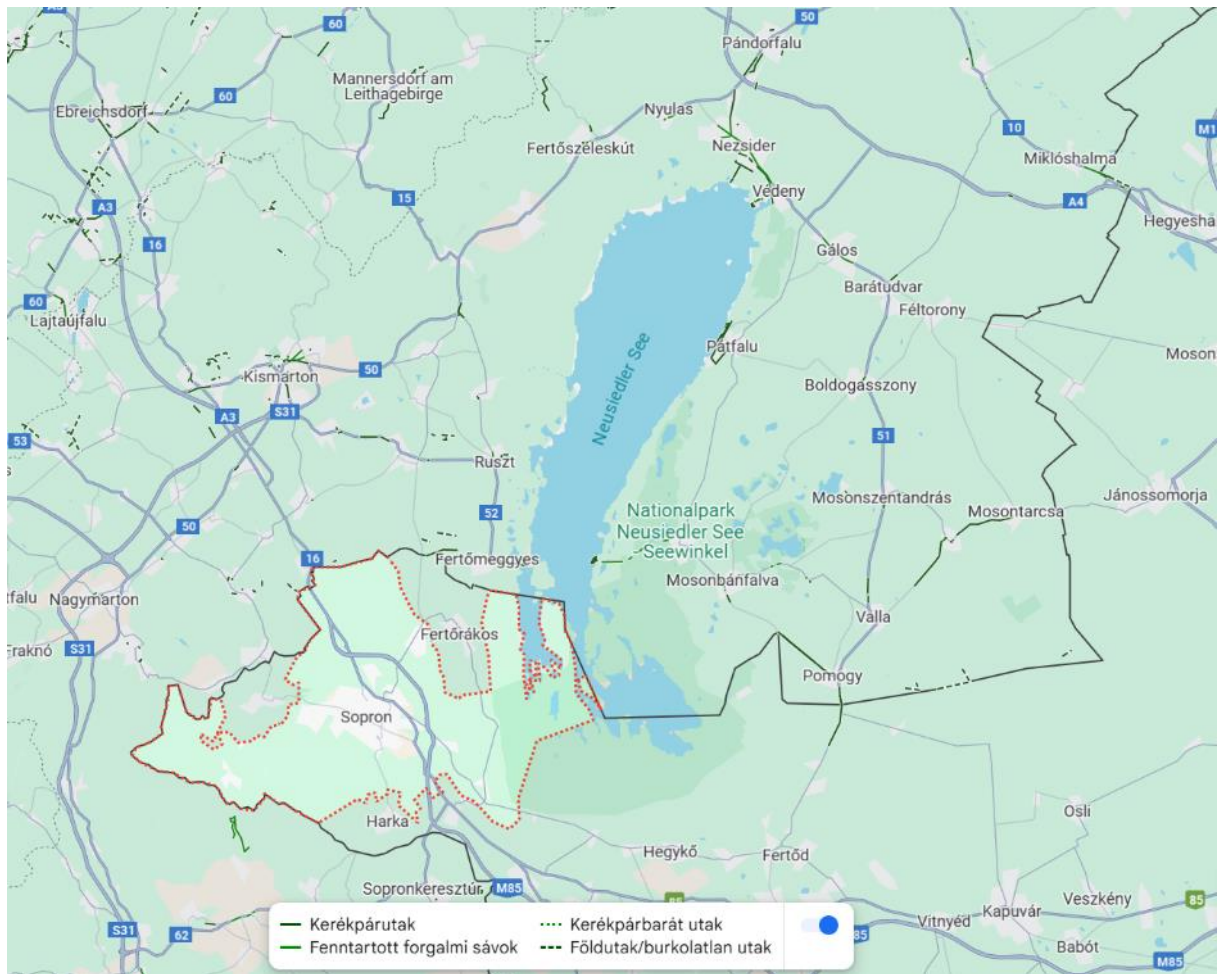
A turisztikai térség számára a jövőképet a Turizmus 2.0 az értékesítési és marketing feladatok során fogalmazza meg, hogy „Rövidtávon a desztináció számára az elsőszámú kitörési pont a desztináció belföldi értékesítése. Ehhez szükséges egy megfelelő desztinációs csomag kialakítása, Sopron belvárosával a fókuszban, kiegészítve a környező aktív és kulturális lehetőségekkel, valamint a szomszédos desztinációban (Bük-Sárvár) található egészségturisztikai értékajánlattal.” (NTS2030 – Turizmus 2.0, MTÜ 2021:88) Azaz a nemzetközi piacokon való megjelenés már nem szerepel a jelen stratégiai célkitűzések közt. Azaz háttérbe szorítja a rendszerváltást követő évtizedek bevásárlóturizmusának (kiegészítve fodrászat, kozmetika, fogorvos, stb.) sikerét. Már nem célkitűzés, hogy a térség a határokon túli osztrák turisztikai kereslet számára megjelenjen, mint vonzó turisztikai desztináció (a Bük-Sárvár szerepe markánsan jelentős elsősorban a cseh egészségturisztikai szegmens

tekintetében). Ettől eltérő megállapítást tett 2017-ben az NTS 2030: „*A Fertő tó hazai szakaszának élményigérete nem fogalmazható meg, ez jobbára keveredik az osztrák oldal által kínált kerékpáros túrákkal, jó hangulatú sétákkal, vízparti élményekkel.*” (NTS 2030, MTÜ 2017:59) Mindezeket kiegészíti a disszertációban megfogalmazott eredmény, hogy rendkívül meghatározó szerepe van a burgenlandi turizmuspolitikának abban hogy a Burgenlandban megjelenő turisztikai kereslet tekintetében mindent támogat, aminek a végeredménye az, hogy ne jelenjenek meg Magyarországon turisztikai céllal az ő látogatóik, az odaérkezők.

A Sopron-Fertő turisztikai régió jövőképét vizsgálva – a Stratégia által megfogalmazottak mellett – a kutatásomat szükséges volt kiegészíteni mindazokkal az elemekkel, amelyek a térséget más megközelítésben is értékelik. Valamint ki kell hangsúlyozni, hogy a Stratégia szerint a Sopron-Fertő turisztikai régió kínálata a burgenlandi kínálattal együtt értelmezhető, azzal együtt szükséges a kereslet-kínálat tekintetében gondolkozni.

A térség és a Fertő tó kapcsolatát a következő térkép szemlélteti (*11. ábra*), mely alapján megállapítható, hogy a tó déli részén Sopron város rendelkezik a magyarországi tóparti térség közel felével területileg. A Fertőrákosi-öböl (ahol jelenleg kiemelt turisztikai fejlesztés folyik) is Sopron városhoz tartozik. A térkép megmutatja, hogy a hétköznapi természetföldrajzi elnevezés, a *fertő* teljes mértékben tetten érhető, nem véletlenül kapta ezt a nevet a tó: az elsekélyesedő vízben a nyílt víztükröt a növény-szigetek részekre tagolják, a tó átlagos vízmélysége az egy métert sem éri el. Az osztrák vízfelület felét, a magyar vízfelület 80%-át nád borítja. A magyar részen mintegy 60 cm, az osztrák részen mintegy 30 cm laza iszap borítja a tó medrét.

11. ábra: Sopron város közigazgatási területe a Fertő tó térségében



Forrás: Google map és szerző szerkesztése, 2025

A térkép alapján megfigyelhető, hogy a magyarországi kerékpárútrendszer a vízfelülettől egy nádasokkal izolált, turisztikailag alacsony vizuális ingerrendszerrel rendelkező terület, ahol a víz, mint turisztikai élmény csak lokálisan és nagyon korlátozottan jelenik meg (Fertőrákos – strand, kikötő, és vízi-turisztikai lehetőség néhány csatorna révén, pl. Hegykői-csatorna, Csárdakapu-csatorna). A kerékpárút magyarországi szakaszán haladva az elsődleges vízbázisú turisztikai attrakció nem jelenik meg. Az osztrák területek jó része ezzel szemben a Balatonnal, vagy a Velencei-tóval összehasonlítható érzetű, megtapasztalható, átélhető vízparti üdülőterület-élmény nyújt. Ausztriában a Fertő tóval foglalkozó turisztikai elemzők elsősorban az osztrák tavak turisztikai versenyképességét vizsgálják, ezek fogadóképességével mérik össze a Fertő tó (osztrák oldal) „teljesítményét”. A nordburgenlandi oldal turisztikai kínálatában komplex, vízbázisú, aktív- és ökoturisztikai termékrendszerrel találkozunk, magas színvonalú szolgáltató tevékenységgel ötvözve.

Mindezek kapcsán felmerül a kérdés, hogy az ausztriai, burgenlandi turizmuspolitika számára a magyar oldalról megjelenő határöntúli együttműködési igény mennyire releváns. A burgenlandi turizmus szereplőinek nem érdeke Magyarországra irányítani az ott megjelenő látogatókat. A hasonló nemzetközi tavi-határmenti együttműködés összetettségére láthatunk példát a Genfi tó térségében is, ahol mind a dinamizáló, mind az akadályozó tényezők egyaránt jelen vannak (Saint-Ouen 2012).

A Sopron-Fertő turisztikai térség turisztikai teljesítményének bemutatása a hagyományos statisztikai adatok értékelésével történik meg. A helyzetértékelés során elsőként a magyarországi adatok kerülnek bemutatásra, majd ezt követi a Sopron-Fertő turisztikai térség bemutatása, továbbá az osztrák-magyar viszonylathoz kapcsolódó legjelentősebb adatok kerülnek ismertetésre. Következő elemként a burgenlandi adatok és a Sopron-Fertő térségi adatok kerülnek összevetésre a nemzeti adatok tükrében. Az összehasonlítás bemutatja a két régió (Sopron-Fertő és Nordburgenland), azon belül is a vizsgálati helyszín turisztikai teljesítményét.

7. táblázat: Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma Magyarországon, 2021-2023

Időszak	Vendégek száma a szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)
2021. év	9 232 311	26 900 734
2022. év	15 131 352	39 949 647
2023. év	16 247 863	41 813 034

Forrás: KSH

8. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák száma a Sopron-Fertő turisztikai térségben, 2021-2023

Időszak	Vendégek száma a szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)
2021. év	138 485	393 521
2022. év	232 561	589 331
2023. év	228 202	550 201

Forrás: KSH

A 7. és 8. táblázat alapján megállapítható, hogy a Sopron-Fertő turisztikai térségbe érkező vendégek a teljes magyarországi vendégérkezések 1,4 %-át és az összes vendégéjszaka számnak az 1,3%-át adták 2023-ban.

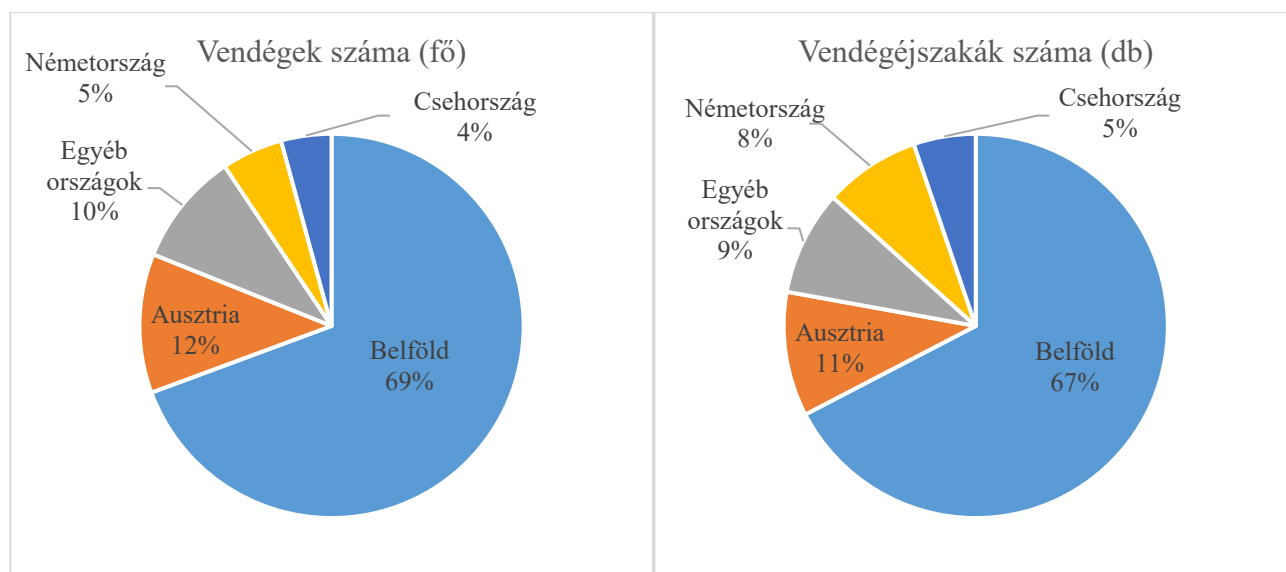
9. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség belföldi és külföldiek vendégeinek száma és vendégéjszaka száma, 2021-2023

Időszak	Külföldi vendégek száma (fő)	Belföldi vendégek száma (fő)	Külföldi vendégéjszakák száma (db)	Belföldi vendégéjszakák száma (db)
2021. év	31 293	107 192	91 254	302 267
2022. év	62 212	170 349	175 951	413 380
2023. év	69 922	158 280	179 515	370 686

Forrás: KSH

A 9. táblázat alapján megállapítható, hogy a Sopron-Fertő turisztikai térségbe érkező vendégek 69,4%-a belföldi, 30,6%-a külföldi volt 2023-ban. A vendégéjszaka számok tekintetében 67,4% belföldi, 32,6% külföldi a megoszlás (12. ábra).

12. ábra: Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma küldő országok szerint a Sopron-Fertő turisztikai térségben, 2023



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A 10. táblázatban látható adatok alapján megállapítható, hogy a Sopron-Fertő térségbe érkező külföldi vendégek 38%-a Ausztriából (26 736 fő), 17%-a Németországból, 14%-a Csehországból érkezett (2023).

10. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség vendégeinek száma és vendégéjszaka száma bel- és külföldiek megoszlásában, 2021-2023

Kiemelt országok és országcsoportok		Vendégek száma a szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)
2021. év	Külföld összesen	31 293	91 254
	Ausztria	11 669	26 602
	Németország	6 103	23 906
	Csehország	4 629	14 493
2022. év	Külföld összesen	62 212	175 951
	Ausztria	22 290	49 766
	Németország	10 968	41 714
	Csehország	9 290	27 528
2023. év	Külföld összesen	69 922	179 515
	Ausztria	26 736	57 660
	Németország	11 763	44 559
	Csehország	9 664	28 767

Forrás: KSH

5.1.2. Burgenland turizmusa

A burgenlandi turizmus – azon belül is a Nordburgenland / Neusiedler See turisztikai térség bemutatása kiegészíti az 5.1.1. fejezetben a Sopron-Fertő turisztikai térségről ismertetett turisztikai alapinformációkat, a két, szomszédos országban található turisztikai régióról átfogó képet kapunk.

Ez a típusú átfogó vizsgálat alátámasztja a disszertáció további szakmai eredményeit. Előzetes összegző megállapításom, hogy a Burgenlandban a 20. század második felétől kibontakozó turizmus egyfajta identifikációs folyamatként is megjelenik a tartományban, nagyban hozzájárulva az egyre erősebben megjelenő Burgenland énképhez és imázshoz. A burgenlandi turizmuspolitika – a jelenlegi három turisztikai alrégiós strukturálással, a tartomány stratégiai folyamataiban és kommunikációs tevékenységében – egy markáns Burgenland márkáépítést és identifikációt folytat. A térségben létrejött turisztikai fogadóterületek, attrakciók (például egészségturisztikai fejlesztések) a helyi lakosság tekintetében is egy magasabb színvonalú szabadidős szolgáltatási kínálatot hoztak létre, amely az itt élők életminőségében jelentős pozitív változásokat hoztak. A 21. században a Burgenland identitásában a turizmusnak elvitathatatlan szerepe lett. Ez a típusú térségi identitás Magyarországon a Sopron-Fertő turisztikai térségben nem figyelhető meg.

Tágabb kitekintésben megállapítható, hogy az osztrák turizmuspolitika alapját az országos „Masterplan T” (2019) dokumentum jelenti. Ausztria turizmus stratégiája 2019-ben jelent meg és a Masterplan T (Úton a Világ Legfenntarthatóbb Turizmus Desztinációjához – Auf Dem Weg zur Nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt) néven jelent meg. A fenntarthatóság témája központi szerepet és prioritást kap a „Masterplan T” tervben és mindhárom dimenzióban – gazdasági, ökológiai és társadalmi – meg kell valósítaniuk. A cél, Ausztria – mint turisztikai helyszín – hosszú távú sikerének biztosítása, fenntartható továbbfejlesztéssel. Az osztrák turizmus elkötelezett az ép környezet, a gazdasági teljesítmény, valamint a vendégek kívánságai és a helyi lakosság szükségletei közötti egyensúly megteremtésének vezérelve mellett.⁹

A „Masterplan T” dokumentumban megfogalmazott alapelvek mentén, az abban szereplő stratégiai célkitűzésekkel összhangban készítette el Burgenland tartomány is a saját turizmus stratégiáját 2022/2023-ban, amely „Burgenland trifft Zukunft” (Turismus-Strategie und Masterplan 2030) néven jelent meg. A Stratégiát a Burgenländische Landtag (Tartományi Parlament) 2023. november 16-án el is fogadta (22–1458).¹⁰

Az osztrák turizmusstratégia egy ágazati Mesterterv (Masterplan T), amely felvázolja az utat, az alapelveket és a gondolatokat, amely mentén haladva az osztrák turizmus sikertörténete a jövőben is tovább folytatódhat. A stratégia készítése során paradigmaváltásként rögzítették, hogy a jövőkép elérése során többé nemcsak a vendég igényeinek kielégítése az egyedüli szempont, hanem ugyanekkora súllyal esik latba az ágazatban dolgozók és a helyi társadalom, lakosság elvárásainak és szükségleteinek kielégítése is. A szemléletváltás során a stratégia újraértékeli és kibővíti a desztináció fogalmát, amelynek a turistafogadás helyszíne helyett a jövőben egyfajta „minőségi élettérre” kell válnia, ahol a turista és a helyi lakos egyaránt jól érzi magát, legyen szó akár vidéki, akár városi környezetről.¹¹

A Masterplan a paradigmaváltással összefüggésben felváltotta a korábbi turizmusstratégia gazdaságcentrikus, látogatószám-, vendégéjszakaszám fókuszú és GDP-szemléletű logikáját. A turizmus szakmapolitikai elemei mellett fókuszba került az az ösztársadalmi, jóléti államban való hétköznapi szemlélet, amely egyébként jelen van az osztrák állam jóléti törekvéseiben is. Ugyanez visszaigazolódik a világ legélhetőbb városainak címei díjkiosztóinál, ahol Bécs a

⁹ Bundesministerium Arbeit und Wirtschaft - <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/nachhaltigkeit.html>

¹⁰

[https://ltmobil.bgld-landtag.at/vorlagen.nsf/0/9283D17DE3931DFAC12589B9004B6317/\\$File/Zahl%2022%20-%201458%20Tourismus-Strategie%20und%20Masterplan%202030%20\(Beschluss%20fertig\).pdf](https://ltmobil.bgld-landtag.at/vorlagen.nsf/0/9283D17DE3931DFAC12589B9004B6317/$File/Zahl%2022%20-%201458%20Tourismus-Strategie%20und%20Masterplan%202030%20(Beschluss%20fertig).pdf)

¹¹ Kovács Balázs: Mesterterv - összeállt az új osztrák turizmusstratégia, forrás: <https://www.gooddeal.at/masterplan/>

Földünk legélhetőbb városainak a ranglistáján a legelőkelőbb helyen szerepel hosszú ideje. „*A turizmus a 21. század vezető ágazata, amely Ausztria jólétének és a magas életminőség meghatározó fundamentuma.*”¹²

A burgenlandi turizmusstratégia („Burgenland trifft Zukunft”) illeszkedik az osztrák nemzeti Masterplan T-hez és abban a kiemelt helyzetben van a tartomány, hogy Burgenland lesz az első ausztriai fenntarthatósági modell-régió, ahol tartományi szinten teljesítik a szolgáltatók a fenntartható turisztikai nemzeti védjegy feltételeit. Ez a lépés minden bizonnyal érzékelhető lesz a burgenlandi szolgáltatók tekintetében a következő években. 2023-ban már 31%-a a vállalkozásoknak biológiailag és ökológiailag fenntartható módon tevékenykedett.

Egy igen sajátos identifikációs elemét külön szükséges kiemelni a burgenlandi turizmusstratégiának és az Esterházy Betriebe AG térszervezésnek, amelynek jelentős szerepe van a földrajzi idő-tér összefüggések esetében. Az Ausztriában is megjelent Pannon térség kifejezés a korábbi évtizedekhez képest új hangsúlyt kapott az új stratégiában és ugyanúgy hangsúlyos az Esterházyak tevékenységében is. Ennek a megjelenítése egy nagyon tudatos, következetes kommunikációs használatot jelent mind az üzleti életben, mind a turizmusban és megfigyelhető Burgenland mindennapjaiban is. A földrajzi oldali megközelítésben figyelemreméltó, hogy a Pannon-medence ÉNY-i sarkában, minimális Pannon-medencei elemekkel rendelkezve mégis azt az érzetet, tudatot jelenítik meg a térségben élőknek és az ide érkező látogatóknak, hogy teljes egészében átélhetik és megélhetik mindazt, ami a Pannon-medence földrajzi értelmezésben jelent (vagyis a Kárpát-medence és annak belső területe, azaz Magyarország). Az egykori Római Birodalom Pannónia Provincia NY-i határterületén is használt kifejezést olyan szakmai intenzitással emelik fel Burgenland identifikációjához, hogy néhány éven belül – véleményem szerint már biztosan kijelenthető – a Pannónia kifejezés a nemzetközi turizmus kommunikációban Ausztriához és azon belül is Burgenlandhoz fog kötődni. Ismét egy olyan elem, amiért nem is kell, nem is érdemes átmenni Magyarországra kirándulóként, turistaként, még ha csak egy ugrásra is van csak. A következőkben néhány példával érzékeltetem azt a tudatos kommunikációs gyakorlatot, amellyel a Pannónia kifejezést integrálják a burgenlandi önazonulásba, márkaépítésbe és imázsba. A Pannónia kifejezés a 2023-ban elfogadott Burgenlandi turizmus stratégiában került kinyilvánításra, mint a stratégia

¹² Forbes: <https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2024/06/26/the-20-best-cities-to-live-in-the-world-ranked-in-a-2024-report/>, Mercer: <https://www.mercer.com/insights/total-rewards/talent-mobility-insights/quality-of-living-city-ranking/>

egyik kulcskifejezése. Ez a kifejezés 11 helyen jelenik meg a 35 oldalas ppt formátumú kiadványban.

Burgenland tartomány pozicionálása és víziója 2030-ig a burgenlandi turizmusstratégiában

A turisztikai stratégia középpontjában Burgenland pozicionálása és jövőképe áll. Ez a vízió irányt mutat és lehetővé teszi a más desztinációktól való megkülönböztetést, illetve a stratégiaileg meghatározott sikertényezőkre épít. Ausztria és az alpesi régió más desztinációitól való megkülönböztetésének fókuszát a „fenntartható életérzés” fogalma és mindenekelőtt a „pannon” jelző mutatja. A „pannon hangulat” és a földrajzi kiterjedés együttesen adja Burgenland különlegességének meghatározó karakterét. A világos struktúrák és a tipikus burgenlandi vendégszeretet jellemzi a „családias” attribútumot. A "családiasság" pedig az átlátható struktúra(k)ból és a tipikus burgenlandi vendégszeretetből adódik. (Turismus-Strategie und Masterplan 2030)

A stratégiájukhoz kapcsolódóan a kommunikációs felületeikre is átemelték a Pannónia kifejezést. Nordburgenland / Neusiedler See hivatalos turisztikai weboldalán is megjelenik, következetesen alkalmazva a stratégiában megfogalmazott koherens kommunikációs elemeket: „Isten hozta a Neusiedler See Régióban. Az egyedülálló pannon táj, a végtelen messzeség, szívélyes vendégszeretet és meghittség/otthonosság jellemzik a Fertő tó régióját, melyek páratlan nyaralási élményeket biztosítanak/kínálnak/nyújtanak.”¹³

Harmadik elemként bemutatásra kerül, hogy a Nordburgenland régióban a szálláshelykínálat alapfilozófiája, meghatározó kommunikációs üzenete a „Pannonisch wohnen” kifejezés, egy alcímmel kiegészítve. „Pannon élet – tipikus burgenlandi szállások, amelyek napsütést hoznak. A Fertő tónál töltött álomnyaralásod egy különleges szálláshelyen kezdődik.” Ez a kifejezés (Pannonisch wohnen) a stratégiájuk SWOT analízisében kiemelt erősségként jelenik meg, mint autentikus vendégéjszaka eltöltés.

Számos további elem, eseményt, amelyben a Pannonia megnevezés megjelenik. Ezek közül kiemelendő az egyik legnagyobb ausztriai zenei fesztivál Nickelsdorf határában. A gigarendezvény több, mint 200 000 látogatót vonz évről évre és a rendezvény helyszínét Pannonia Fields Nickelsdorf helyszín megnevezéssel kommunikálják.

¹³ <https://www.neusiedlersee.com/>

A burgenlandi turizmusstratégia további elemei a térség statisztikai oldalról bemutatásra kerülő teljesítménye után elemezhetőek. A burgenlandi turizmus teljesítményének ismerete további adalék a disszertáció földrajzi tér és távolság elemeihez.

A burgenlandi turizmus statisztikai adataihoz mindenki számára hozzáférhető kiváló és nyilvános dokumentumok állnak rendelkezésre. A tartomány havi szintű statisztikai adatszolgáltatásai (burgenland.at/statistik) mellett éves összefüggéseket bemutató elemzések is segítik a szakemberek munkáit. Ezeket az adatokat elemezve lehetőség nyílik a saját turisztikai eredményeik részletes bemutatására, elemzésére és az összehasonlításra.

A Burgenlandi turizmus legjelentősebb mutatói kerülnek bemutatásra a következőkben azzal a célkitűzéssel, hogy a szomszédos magyarországi turisztikai teljesítménnyel, adatokkal kerüljön összehasonlításra. Ez alapján megfelelő képet kaphatunk az összehasonlításához. A következő fejezetben kerül bemutatásra Burgenland, mint turisztikai fogadóterület és azon belül Nordburgenland / Neusiedler See Region, amely a vizsgálatunk elsődleges földrajzi tere a Sopron-Fertő turisztikai régióval együtt.

A jelen disszertáció szempontjából a Nordburgenland megnevezésű turisztikai térséget helyezük a fókuszpontba. A terület a Sopron-Fertő turisztikai térség É-i határterületétől északra található. A térség korábbi nevén Neusiedler See Régióként is létezett, az újstratégiában (2023) került bevezetésre az új megnevezése, míg turisztikai honlapja továbbra is a korábbi domain néven elérhető (<https://www.neusiedlersee.com/>). Burgenland turisztikai egységeit a 13. ábra mutatja.

13. ábra: Burgenland turisztikai térségei



Forrás: <https://myburgenland.shop/das-burgenland/>

A következő adatok (11. táblázat) Burgenland tartomány turisztikai teljesítményét mutatják, más ausztriai régiók adataival összehasonlításban.

11. táblázat: Látogatószám, vendégéjszaka szám és átlagos tartózkodási idő

Ausztria tartományaiban, 2022-2023

Tartomány/év	Vendégek száma (fő)		Vendégéjszakák száma (db)		Átlagos tartózkodási idő (éj)	
	2022. év	2023. év	2022. év	2023. év	2022. év	2023. év
Burgenland	1 027 132	1 139 345	2 933 997	3 146 013	2,9	2,8
Kärnten	3 077 969	3 215 371	12 846 239	13 179 668	4,2	4,1
Niederösterreich	2 618 789	3 010 384	6 598 348	7 339 821	2,5	2,4
Oberösterreich	2 872 657	3 283 343	7 964 223	8 689 401	2,8	2,6
Salzburg	7 094 969	8 012 446	27 012 474	30 133 487	3,8	3,8
Steiermark	4 122 181	4 402 814	13 014 627	13 727 109	3,2	3,1
Tirol	11 029 088	12 125 266	44 800 225	48 407 048	4,1	4,0
Vorarlberg	2 354 170	2 629 575	8 537 369	9 285 276	3,6	3,5
Wien	5 597 133	7 394 023	13 204 666	17 261 126	2,4	2,3
Ausztria mindösszesen	39 794 088	45 212 567	136 912 168	151 168 949	3,4	3,3

Forrás: Statistik Austria (2024), Beherbergungsstatistik

Az ausztriai turizmusgazdaság legjelentősebb mutatói alapján a 2019. évi vendégéjszaka szám teljesen megközelítette a 2023. évi vendégéjszaka számokat.

A burgenlandi vendégérkezések száma a teljes ausztriai érkezéseknek a 2,51%-a, a vendégéjszaka szám pedig 2,08%-a (2023). Az átlagos burgenlandi vendégéjszaka szám az ausztriai átlagnál alacsonyabb. A burgenlandi turisztikai mutatók adatai ausztriai viszonylatban alacsony értékek mind a látogatók, mind a vendégéjszaka szám tekintetében.

Az ausztriai és magyarországi turizmus összehasonlításának egyik kiemelkedő eleme, hogy önmagában a tiroli vendégéjszaka szám meghaladja a teljes magyarországi vendégéjszaka számot, bár a látogatók száma kevesebb, de a tartózkodási idő lényegesen hosszabb (12. táblázat).

12. táblázat: Tirol és Magyarország vendégeinek és vendégéjszakáinak száma (2022-2023)

	2022			2023		
	Vendégek száma (fő)	Vendégéjszaka szám (éj)	éj/fő	Vendégek száma (fő)	Vendégéjszaka szám (éj)	éj/fő
Tirol	11 029 088	44 800 225	4,06	12 125 266	48 407 048	3,99
Magyarország	15 131 352	39 949 647	2,64	16 247 863	41 813 034	2,57

Forrás: KSH és Statistik Austria (2024)

A komplex értékeléshez fontos bemutatni, hogy az osztrák turizmus kitettsége kiemelkedően jelentős a Németországból érkezők száma miatt, ez a megállapítás Burgenland esetében már nem igaz (13. táblázat).

13. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák szám küldőterületek szerint Ausztriában, 2023

Küldőország	Vendégek száma (fő)	Vendégéjszaka szám (éj)	éj/fő
Mindösszesen	45 212 567	151 168 949	3,3
Belföld	14 302 234	39 907 543	2,8
Külföld	30 910 333	111 261 406	3,6
Németország összesen	14 727 682	57 435 633	3,9
Magyarország összesen	636 991	2 079 993	3,3

Forrás: Statistik Austria (2024)

A 13. táblázatban látható 2023. évi adatok alapján a következők állapíthatók meg. Ausztriában a vendégek 68%-a külföldről érkezik. Hasonló az arány a vendégéjszakák számában is (73%). A Németországból érkezők a teljes ausztriai látogatószám 33%-át jelentik és a vendégéjszakák 38%-át ők adják. Ilyen domináns szerepe nincs a magyarországi beutazó forgalomban a német viszonylatnak. A látogatószám 5%-át és a vendégéjszakák 6%-át jelentik. Összességében a magyarországi látogatók 46%-a érkezik külföldről és a vendégéjszakák 48%-át a külföldiek teszik ki. (Forrás: KSH és Statistik Austria 2024)

Az Ausztriába érkező magyar látogatók az összlátogatók mindössze 1,4 %-át és a teljes vendégéjszaka szám 1,3%-át adják. Burgenlandban a magyar vendégek száma és az általuk eltöltött vendégéjszakák száma mindössze 1,45%. Ez 45 934 vendégéjszakát jelentett 2023-ban. A Nordburgenland térségben 27 600 vendégéjszakát töltöttek a magyar vendégek 2023-

ban, ami 1,6%-a az összes vendégéjszaka számnak. A burgenlandi látogatók 77%-a belföldi, a német látogatók mindössze 13,1%-ot jelentenek.

A Sopron-Fertő térségben 10%-a az osztrák vendégéjszaka szám az összes vendégéjszaka számnak, ami 57 660 vendégéjszakát jelentett 2023-ban (10. táblázat).

A Magyarországra érkező osztrák látogatók az összes látogató 2,5%-át jelentik, a vendégéjszakaszámok tekintetében a teljesítményük 2,3 % (14. táblázat).

14. táblázat: Magyarországi turisztikai szálláshelyek külföldi vendégforgalma küldő országok szerint, 2022-2023

Időszak	Vendégek száma a szálláshelyeken (fő)				Vendégéjszakák száma a szálláshelyeken (db)			
	Kiemelt országok és országcsoportok				Kiemelt országok és országcsoportok			
	Külföld összesen	Ausztria	Német-ország	Cseh-ország	Külföld összesen	Ausztria	Német-ország	Cseh-ország
2022. év	6 117 560	344 455	680 283	440 756	17 403 995	849 740	2 160 548	1 287 960
2023. év	7 427 066	404 071	794 164	488 833	20 229 005	957 570	2 505 959	1 393 353

Forrás: KSH

A burgenlandi turizmust mind látogatószámában, mind vendégéjszaka számában ausztriai viszonylatban szerénynek kell tekinteni, melyet a 11. táblázat adatai támasztanak alá.

A burgenlandi turizmus legfontosabb jellemzői a következők (Turismus-Strategie und Masterplan 2030 és a Burgenland Statistik (15-17. táblázat és 14. ábra) alapján):

- A burgenlandi vendégek 67%-a és a vendégéjszakák 68,8%-a május-október (nyári szezon) közt realizálódik.
- A vendégéjszakák 2/3-a konstansan a nyári szezonban történik.
- Az átlagos tartózkodási idő alig 2,8 nap, míg az osztrák átlag érték 3,3.
- A 2000–2019-es években Burgenland elérte a vendégéjszakák számának 30%-os növekedését, ami jelentős növekedés és Ausztria-szerte is sikerült ilyen mértéket elérni.
- A vendégéjszakák 54%-a a Nordburgenland (Neusiedler am See) térségben jelenik meg.
- Mindössze 10 település, ahol az összes vendégéjszaka 70%-a realizálódik (ezek a települések a burgenlandi egészségturizmus központjai (Bad Tatzmannsdorf, Lutzmannsburg, Stegersbach, Bad Sauerbrunn) és a Fertő tó (Nordburgenland / Neusiedler See) térség települései (18. táblázat).

15. táblázat: Látogatószám és vendégéjszaka szám Burgenland turisztikai térségeiben 2023-ban, az előző évi adatok tükrében

	Vendégek száma (fő)			Vendégéjszakák száma (db)		
	2022	2023	%	2022	2023	%
Burgenland	1 028 181	1 139 528	10,8%	2 935 453	3 146 244	7,2%
Belföld	824 717	882 401	7,0%	2 302 098	2 411 913	4,8%
Külföld	203 464	257 127	26,4%	633 355	734 331	15,9%
Régiók						
Nordburgenland / Neusiedler See	560 021	661 942	18,2%	1 547 283	1 724 664	11,5%
Rosalia Mittelburgenland	25 829	29 298	13,4%	138 465	153 740	11,0%
Mittelburgenland	152 989	148 788	-2,7%	354 443	332 601	-6,2%
Oberwart / Südburgenland	136 757	144 851	5,9%	498 240	555 384	11,5%
Güssing / Südburgenland	98 957	99 744	0,8%	268 606	256 331	-4,6%
Jennersdorf / Südburgenland	53 628	54 905	2,4%	128 416	123 524	-3,8%

Forrás: Burgenland Statistik

16. táblázat: Burgenland vendégéjszaka száma belföldi és külföldi látogatók szerint, 2022-2023

év	Összesen	Belföldi	Külföldi
2022	2 935 453	2 302 098	633 355
2023	3 146 244	2 411 913	734 331

Forrás: Burgenland Statistik

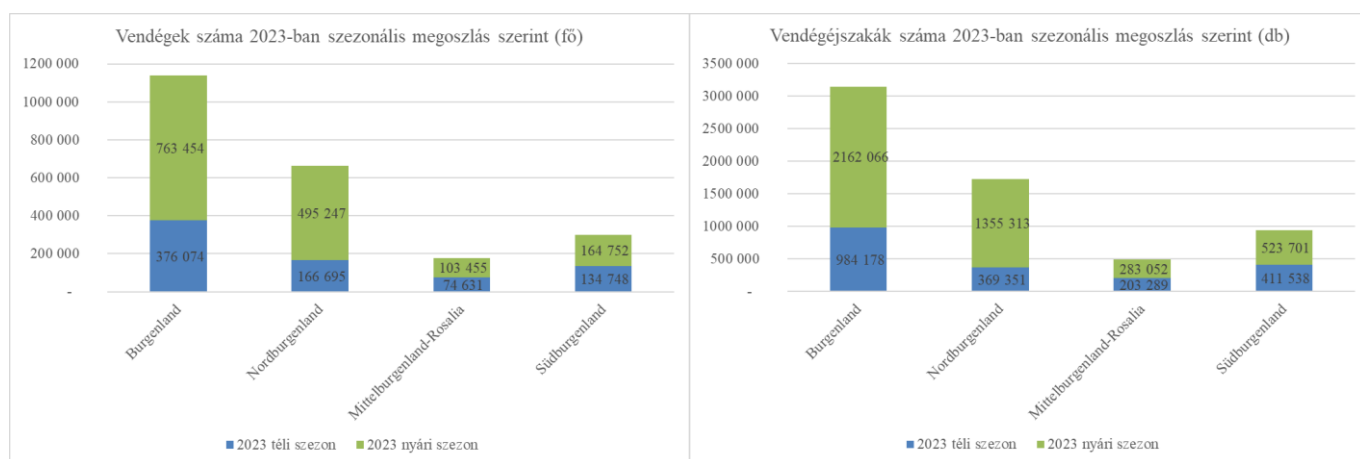
17. táblázat: Éves/nyári látogatószám és vendégéjszaka szám a burgenlandi turisztikai térségekben, 2022-2023

Turisztikai térség	Vendégek száma (fő)			Vendégéjszakák száma (db)		
	2022 egész év	2023 egész év	%	2022 egész év	2023 egész év	%
Burgenland	1 028 181	1 139 528	10,8%	2 935 453	3 146 244	7,2%
Nordburgenland	560 021	661 942	18,2%	1 547 283	1 724 664	11,5%
Mittelburgenland-Rosalia	178 818	178 086	-0,4%	492 908	486 341	-1,3%
Südburgenland	289 342	299 500	3,5%	895 262	935 239	4,5%

Turisztikai térség	2022 nyári szezon (máj-okt)	2023 nyári szezon (máj-okt)	%	2022 nyári szezon (máj-okt)	2023 nyári szezon (máj-okt)	%
Burgenland	700 606	763 454	9,0%	2 034 777	2 162 066	6,3%
Nordburgenland	428 131	495 247	15,7%	1 215 903	1 355 313	11,5%
Mittelburgenland-Rosalia	105 883	103 455	-2,3%	292 638	283 052	-3,3%
Südburgenland	166 592	164 752	-1,1%	526 236	523 701	-0,5%

Forrás: Burgenland Statistik

14. ábra: Vendégek és vendégéjszakák száma a burgenlandi turisztikai térségekben, szezonális megoszlás szerint, 2023



Forrás: Burgenland Statistik

18. táblázat: A TOP 20 burgenlandi település (2023)

	település	régió	látogató-szám (fő)	véj szám (db)	fő turisztikai termék
1	Bad Tatzmannsdorf	Südburgenland	102 021	471 334	egészség-turizmus
2	Podersdorf am See	Nordburgenland	131 323	382 356	Neusiedler See
3	Lutzmannsburg	Mittelburgenland	119 576	273 587	egészség-turizmus
4	Stegersbach	Südburgenland	81 248	210 259	egészség-turizmus
5	Rust	Nordburgenland	60 687	159 813	Neusiedler See
6	Nickelsdorf	Nordburgenland	37 560	141 094	Nova Rock
7	Parndorf	Nordburgenland	87 981	132 982	bevásárló turizmus
8	Frauenkirchen	Nordburgenland	62 209	123 295	vallási turizmus
9	Illmitz	Nordburgenland	36 682	113 764	Neusiedler See
10	Bad Sauerbrunn	Mittelburgenland	8 933	109 591	egészség-turizmus

	település	régió	látogató- szám (fő)	véj szám (db)	fő turisztikai termék
11	Mörbisch am See	Nordburgenland	35 950	97 526	Neusiedler See
12	Jennersdorf	Südburgenland	38 078	82 398	Camping
13	Pamhagen	Nordburgenland	14 349	71 410	Villa Vita
14	Andau	Nordburgenland	39 269	63 350	Pusztasee
15	Sankt Andrä am Zicksee	Nordburgenland	6 473	59 020	szabadidő
16	Neusiedl am See	Nordburgenland	24 564	57 403	Neusiedler See
17	Eisenstadt	Nordburgenland	31 434	56 805	városi turizmus
18	Kittsee	Nordburgenland	2 329	40 027	szabadidő
19	Jois	Nordburgenland	14 436	35 756	Neusiedler See
20	Weiden am Se	Nordburgenland	13 058	30 653	Neusiedler See

Forrás: Statistik Burgenland alapján a szerző saját szerkesztése

- A belföldi turizmus részesedése a vendégéjszakák számából 76,7 %, Ausztriában ez a legmagasabb tartományi arány.
- Kiemelendő, hogy a földrajzilag közeli (térben és időben) Bécsből és Niederösterreich tartományokból érkező vendégek által az összes eltöltött vendégéjszaka aránya 20,4% és 20,5%.
- Folyamatos a rendelkezésre álló férőhelyek növekedése. A 32 654 férőhelyből mintegy 28% kempingekben érhető el. Mintegy 1202 egység található kempingek nélkül, átlagosan 19,5 férőhellyel.

A Nordburgenland-i turisztikai térségben második otthonnal rendelkezők jelentős szerepet játszanak az – elsősorban tóparti – települések életében. Megfigyeléseim alapján kijelenthető, hogy hasonlóan jelentős, mint a balatoni térségben és számos hasonló problémával küzdenek, miközben a térségben megjelenő fogyasztásuk erősíti a térséget. Egy 1978-ban elvégzett és 2016-ban Podersdorfbán megismételt kutatás szerint a térségben második otthonnal rendelkező tulajdonosok (alapvetően bécsiek, 70-75%-os arányban) intenzívebben használják a térséget már nemcsak a nyári időszakban, hanem télen is. A tulajdonosi kör jellemzően öröklés útján változik, nem jellemző az eladás. A tulajdonosok életkora a kutatás két időpontját vizsgálva (1978 és 2016) azt mutatta, hogy a második időpontban készült felméréskor nem volt sokkal magasabb, mint a korábbi kutatás idején. Továbbá jelentős a második otthonból első otthonra való áttérők száma is. A kutatás szerint a második otthonnal rendelkezők többet vásárolnak

napjainkban Podersdorfban, ahol a bevásárlási lehetőségek száma és a választék egyaránt növekedett. Egyértelműen kimutatható a térségben lévő kereskedelmi, vendéglátóipari stb. szolgáltatók oldaláról, hogy napjainkban már lényegesebben többet profitálnak a második otthon tulajdonosaiból, mint korábban. Úgy tűnik, hogy a második otthonnal kapcsolatos gazdasági, társadalmi és turisztikai hatások pozitívak a Neusiedler See térségében. A regionális értékteremtésnek részesei a második otthonnal rendelkezők is (Tourismusregion Neusiedlersee). Ezt a magas jövedelemszinttel rendelkező szegmenst (bécsi, alsó-ausztriai értelmiségi, magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkező lakosok) igyekeznek azonban az országhatáron belül tartani akkor is, amikor napi kirándulókként jelennek meg a Fertő tó osztrák térségében.

Külön elemeztem, hogy a burgenlandi turizmuspolitika hogyan tekint Magyarországra. A magyarországi turizmus stratégiában megfogalmazottak ismertetésre kerültek az 5.1.1. fejezetben. A Turismus-Strategie und Masterplan 2030 dokumentumban megállapítható, hogy mindössze két helyen említik meg Magyarországot.

- a) „Das Burgenland lebt pannonische Gast freundschaft.” (Burgenland a pannon vendégbarátság helyszíne.)

A kulturális sokszínűség formálja évszázadok óta a burgenlandiak mentalitását és toleranciáját. A helyi lakosok etnikai összetétele: német, horvát, **magyar** és roma – mindez egy színes és nyitott lakosságot eredményez, ahol a vendégszeretet a legfontosabb értékeknek számít – a vendégszeretet az, ahogy azt az ország formálja és meghatározza.

- b) A preferált küldőterületeknél a 3. prioritási csoportban jelenik meg: **Magyarország** – vendégéjszakaszám 2019: 1,6 %.

Ez a két elem is megmutatja, hogy miközben Burgenland leghosszabb É-D-i határa Magyarországhoz kapcsolódik, a tartomány nem kíván kapcsolódni a szomszédos magyarországi területekhez. Azaz, szemben a magyarországi turizmus stratégiával, számukra nem cél a Magyarországhoz való bármiféle kötődés, együttműködés vagy partnerség kiépítése.

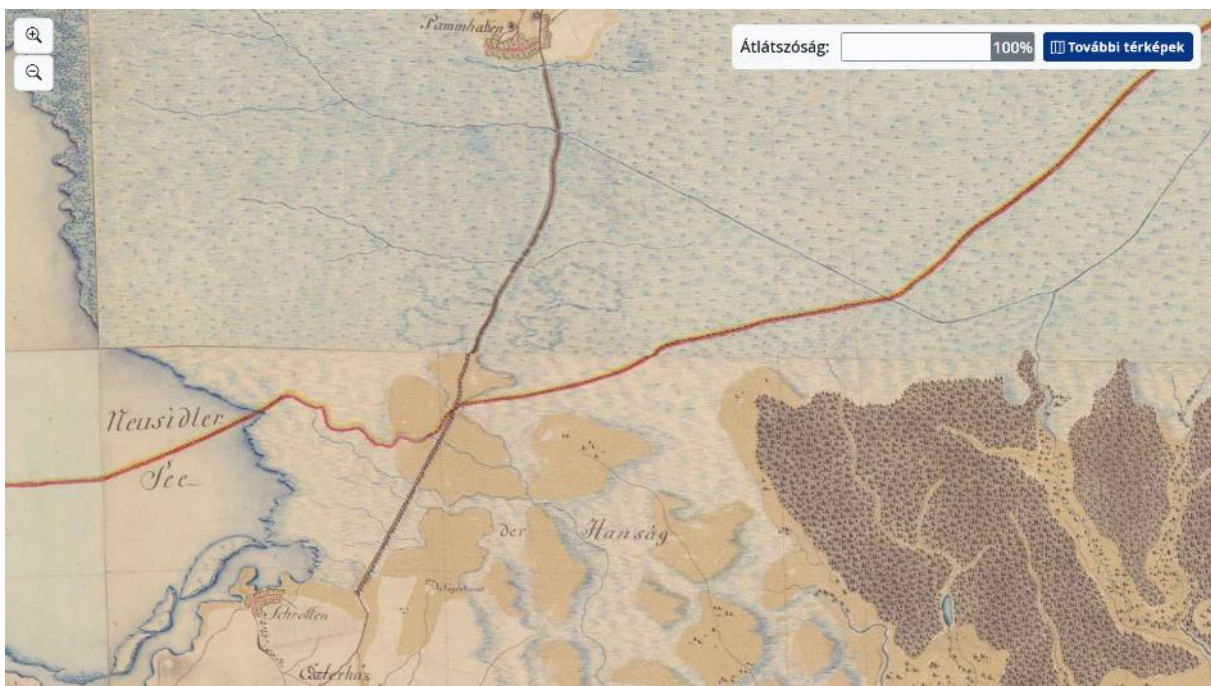
A két ország stratégiáinak elemzésekor további formai különbségeket is meg lehet figyelni. Az osztrák Masterplan T mindössze 40 oldalas, az NTS 2003 156 oldalas dokumentum. A Turizmus 2.0 kiadvány 452 oldal hosszúságú, míg a Turismus-Strategie und Masterplan 2030 36 oldal, ami szinte ppt formátumban, vizuális elemekkel gazdagítva került kiadásra. Látható, hogy a két ország stratégiai gondolkodása még a dokumentációs rendszerekben is jelentős különbségeket mutat.

5.2. Az Esterházy család térszervező szerepe Ausztriában és Magyarországon

5.2.1. Az Esterházy család térszervező ereje Ausztriában

A disszertáció bevezetőjében már bemutatásra került, hogy a modernkori turizmus egyik szimbolikus mérföldkövének tekintjük, amikor 2015. őszén elkészült a Fertő tó körüli kerékpárút utolsó szakasza, egységben fonva össze az így már kerékpárral is teljesen körbejárható térséget. Azonban az első körbejárhatósághoz kapcsolódó történelmi lépés II. Esterházy Fényes Miklóshoz (1714-1790) kapcsolódik, aki 1781-ben egy ún. cölöpúttal vágta át Eszterháza és Pomogy (Pammhagen) közt az ingoványt (15. ábra).

15. ábra: Fényes Miklós cölöpútja Eszterház és Pammhagen (Pammhagen) között (1782-85)



Forrás: Magyarország (1782–1785) – Első Katonai Felmérés (Arcanum Adatbázis Kft. 2014)

Mária Terézia is többször vendégeskedett a főnemesi Esterházy családnál, de elsősorban a Pozsonyból könnyen elérhető köpcsényi (Kittsee) kastélyban tartott pihenőt pozsonyi utazásaival összefüggésben. Eszterháza viszont messzebb volt, ráadásul a mocsarak szegélyezte Fertő tó nagyobb kerülőre is készítette a császárvárosból jövő utazót (Varga 2001).

Az akcióradiusz és a vizsgálat helyszínének földrajzi tere az Esterházy család által évszázadokon keresztül birtokolt, irányított erőterben is értelmezhető. Ezen főnemesi, feudális

attitűd oldali megközelítést ritkán használják a turizmuskutatók egy-egy földrajzi-turisztikai tér vizsgálatakor. Az egykoron a királyi Magyarországhoz tartozó térség egy adott történelmi pillanatban (Trianoni békediktátum) két állam elkülönült részévé válva jelentősen eltérő gazdaságtörténelmi, történelmi utat járt be és jár be napjainkban is. A folyamat a térség turizmusára is markáns hatást gyakorolt, gyakorol és fog gyakorolni a jövőben is.

Az Esterházy család gazdasági és politikai hatalmával évszázadokon keresztül a térség politikai, gazdasági térszervező ereje volt az egykori Sopron és Moson vármegyékben. Ezt a térszervező erőt nem csak hatalmi céljaik elérésére használták, hanem az adott térség gazdasági, társadalmi, kulturális, művészeti, építészeti életére is példamutató hatást gyakoroltak nemcsak lokális, hanem nemzetközi szinten is. Ezt jól példázzák többek között Fényes Miklós ambiciózus kultúrateremtő lépései Haydn vendégül látásától a barokk kertművészetig. Az időhorizonton napjainkig eljutva az osztrák Esterházy Privatstiftungen (Esterhazy Betriebe AG 2023-tól) nemcsak Burgenland gazdasági életnek meghatározó szereplője, hanem Burgenland kulturális, művészeti és közösségi életének egyik kiemelt mecénatúrás aktora is. Az AG valamennyi tevékenységével a tartomány turizmusának elkötelezett és proaktív térszervezője. Ennek a szerepnek a vizsgálata, illetve a tudományos kutatói összefüggéseknek a vizsgálata a turizmus irányában egy újszerű kutatói vizsgálati megközelítés. Rendkívül speciális a helyzete ennek a főnemesi családnak a múltban és a jelenben is. Az Esterházyak jelenlegi geopolitikai kettészakítottsága jól szimbolizálja azt a történelmi utat, amely a mai napig hatást gyakorol a Fertő tó térségére a trianoni rendezésnek, majd a II. Világháború utáni magyarországi államosításának következtében. Az egykori egységes főúri „birodalom” szétszakítottsága – a vasfüggönynek is köszönhetően – természetföldrajzi, társadalomföldrajzi tér/egység vonatkozásában is alapvetően a magyarországi térségre gyakorolt és gyakorol negatív hatást. Ez a kettészakítottság egy teljesen eltérő életciklust hozott létre a határ mindkét oldalán, ezáltal teljesen eltérő fejlődést figyelhetünk meg. Kijelenthető, hogy az Esterházyak a múltban és a jelenben is meghatározó szereppel bírnak a térségben, azonban ennek a meghatározó szerepnek teljesen más a jelentősége a határ két oldalán.

Az Esterházyak mai ausztriai jelentőségéről világos képet mutatnak a 2014-ben elhunyt Ottrubay Melindáról (férjezett nevén galántai Esterházy Melinda hercegné) az osztrák sajtóban megjelentek, ahol is azt írják, az Esterházy család az ország legrégebbi és leggazdagabb családjai közé tartozik, akik hozzájárultak Ausztria történelmének formálásához, Esterházy Melinda hercegné pedig Ausztria legnagyobb magánbirtokosa volt halála előtt. Vagyonát 17

milliárd schillingre (1,2 milliárd euróra) becsülték, mellyel Ausztria egyik leggazdagabb nője volt.¹⁴

A család jelentősége a vagyoni elemeken túl sokkal jelentősebb mind Ausztria, mind azon belül a burgenlandi térségben. Melinda hercegné és Pál herceg maradandót alkottak nemcsak vagyonukkal, hanem a szemléletükkel is a saját közvetlen környezetükben és a Pannon térség kulturális és természeti örökségének megőrzésében is (Futschek–Wolf 2017).

16. ábra: Süttör – Eszterház, 1782-1785



Forrás: Magyarország (1782–1785) – Első Katonai Felmérés (Arcanum Adatbázis Kft. 2014)

Mielőtt rátérnék az Esterházyak napjainkban tetten érhető hatásának bemutatására, egy rövid történelmi áttekintés során ismertetem, hogy az Esterházy család több évszázados történelmi öröksége és jelenléte (16. ábra) miként szövi át a térséget és milyen turisztikai potenciált képvisel. A történelmi múltba visszatekintve látható, hogy az Esterházy birodalom az 1800-as években érte el a legnagyobb területét, az akkori Magyarország területéből 5.500 km² területet birtokoltak. Viszonyításképp, a mai Burgenland területe 3.965 km², a Balaton területe mintegy 600 km².

A történelem viharaiiban az Esterházy földbirtokok a főnemesek közti békés és háborús eseményekben területileg változtak, azonban a legnagyobb hatást a Trianoni Békeszerződés és

¹⁴ Kurier (2019): Die Esterhazys: Machtkämpfe und Intrigen über Jahrhunderte. <https://kurier.at/chronik/oesterreich/die-esterhazys-machtkampfe-und-intrigen-ueber-jahrhunderte/400386686>

a II. világháborút követő magyarországi teljeskörű államosítások gyakorolták rá. Külön kiemelendő, hogy az Esterházyak központja Kismartonban (Eisenstadt) található, a mai fertődi, eszterházi kastély egy nyári rezidencia volt szinte a teljes történelmük során. Ezt a történelmi tényt közérthetően – napjainkban akár turisztikai imázsként is elmagyarázva – Joseph Haydn is láttatta és láttatni fogja még évszázadokon keresztül a nevezetes Búcsúszimfónia révén. A mű keletkezésének ideje: 1772. A "Búcsú" melléknév története a következő: Esterházy herceg egy ízben szokatlanul hosszú "hangversenyévadra" kötelezte zenekarának muzsikusait, mivel ő maga szívesen és sokáig tartózkodott Eszterházán. A zenészek – akik családjuktól távol nem sok örömet leltek a magyarországi rezidencián – Haydnt kérték meg, járjon közbe ügyükben a hercegnél. A "közbenjárás" céljára Haydn legalkalmasabbnak a fisz-moll szimfóniát vélte, amelynek befejező tételébe a szó szoros értelmében belekomponálta a zenészek egyenkénti távozását. Végül csak két hegedűs maradt a helyszínen - feltehetően maga Haydn és Tomasini. Amikor ők is távozni készültek, Esterházy Miklós ráébredt a szimfónia "mondanivalójára"...¹⁵

Kismarton a történelem sodrófolyosójában eljutott egy napjainkban is meghatározó térségi szerephez a 20. század 2. évtizedében, amikor is – hosszas egyeztetések után – 1925 április 30-tól Eisenstadt (Kismarton) lett Burgenland tartományi székhelye. Ezzel elfogadásra került az a korábban elképzelhetetlen helyzet, hogy a klerikális, magyar-szimpatizáns Esterházy-fészekből legyen a tartományi kormány székhelye (Sitz der Landesregierung). A „tartományi főváros” (Landeshauptstadt) megnevezést továbbra is kerülték, jelezve azt, hogy továbbra is Sopronnak tartják fent. Mindenesetre a burgenlandi vezetés ekkor mondott le gyakorlatilag Sopronról (Jankó et al. 2017). Eisenstadt a tartományi székhely alkotmányos rangját csak 1981-ben kapta meg. A város az Esterházy székhely szerepköre mellett a tartomány első számú városává vált, annak közigazgatási és politikai, társadalmi előnyeivel, mely szerepkör tovább erősödött a II. világháború utáni (orosz megszállás, vasfüggöny időszak) politikai helyzetben is.

Az országhatárok átrendeződését követően az Esterházy vagyonelemek két, egymástól markánsan eltérő fejlődési útvonalat jártak be és járnak be napjainkban is. A 21. század elejének Ausztriájában az Esterhazy Betriebe AG (Esterházy Privatstiftungen) a több évszázadon keresztül főnemesi szervezőerőnek a modernkori letéteményese, mely felvirágoztatja az egykoron az Esterházy családfők által létrehozott és irányított birodalmat. Az utolsó klasszikus értelemben vett Esterházy családfő V. Esterházy Pál herceg (1901–1989) már 19 évesen átvette a majorságot, és ezzel együtt felelt az árukért, ingatlanokért és egyéb kötelezettségeikért.

¹⁵ Fidelio Napi Zene – Haydn: Búcsúszimfónia (2015). <https://fidelio.hu/klasszikus/fidelio-napi-zene-haydn-bucsuszimfonia-22918.html>

Végrendeletében feleségét, Ottrubay Melindát (1920–2014) nevezte meg egyetemes örökösnek (gyermekük nem volt). A hercegné férje kívánságának felelősségteljesen tett eleget. A fejedelmi Esterházy család történelmi birtokának osztrák magánalapítványok részére történő átadásának célja pedig az volt, hogy a birtokot a jövőben megőrizzék Ausztria, Burgenland és a Pannon régió számára. A feladat megvalósításában Ottrubay Istvánra, unokaöccsére jutott a legfontosabb szerep. Az alapokat Esterházy Melinda hercegnő úgy hozta létre, hogy a modern vezetési struktúrák egészséges és fenntartható növekedést tegyenek lehetővé a cég minden területén. Az ebből származó bevétel a történelmi épületek megőrzését és fejlesztését szolgálja. Az alapító további kívánsága volt, hogy a fejedelmi gyűjtemények és kulturális javak széles körben hozzáférhetőek legyenek.¹⁶

Ausztriában ma is egy egységes „birodalmi” szövetet jelentenek Burgenlandban az Esterházy birtokok. Az Esterházy Betriebe AG Ausztria legnagyobb magán földbirtokosa. A területük Burgenlandban több, mint 400 km², amely tartomány területének mintegy 1/9-e. A területük fele erdőség – Ausztria egyik legnagyobb magán erdőgazdasága található itt (a 40.000 hektár erdőségük fele Burgenlandon kívül található). Hatalmas vízfelülettel rendelkeznek, a Fertő tó 315 km² területéből 109 km² terület az Esterházyak birtokában van. Ez a terület a Fertő tó ausztriai területének több, mint a fele. Mintegy 5.600 hektáron növénytermesztéssel foglalkoznak. Biogazdaságuk Ausztria legnagyobb és legelismertebb biogazdasága. Az 1758-tól működő borászatuk 90 hektáros területen gazdálkodik. Tevékenységük része, hogy 10 burgenlandi fűtőerőmű üzemeltetésében is közreműködnek és további számos egyéb klasszikus üzleti tevékenységben vesznek részt kavicsbánya kitermelésen át a szállodaüzemeltetésig. 2020-ban az Esterhazy Immobilien tizenegy szabadidős létesítményt kezelt több mint 5.000 bérlővel (a Fertő tó történelmi településein számos ingatlannal rendelkeznek).

Burgenland határain túli (ősi nemesi földterületeiken túl) jelentős üzleti érdekeltségekkel is rendelkeznek (például Romániában 10.000 Ha erdőterülettel stb.). Az üzleti jelentéseik alapján egy jól szervezett, profitorientált gazdasági rendszert működtetnek. Gazdasági tevékenységük nagyon jelentős lába a sokszínű burgenlandi turizmust érintő tevékenységük. A turisztikai tevékenységük jól láthatóvá teszi őket az üzleti, társadalmi életben egyaránt. A Margitbányai Kőfejtő nyári előadásaitól a Breiterbrunn-i strandterület megújításán keresztül Burgenland legjelentősebb és legsokszínűbb turisztikai portfóliójával rendelkeznek.¹⁷

¹⁶ <https://esterhazy.at/ueber-uns/die-stiftungen>

¹⁷ <https://www.tripadvisor.at/Attractions-g190411-Activities-Burgenland.html>

Az Esterházy Betriebe AG egy gazdasági szervezet, amely hat strukturális egységre tagozódik. Valamennyi szervezet az egységes „Esterházy birodalom” építőköve, az önálló, specifikus tevékenységeik együttesen egy jól szervezett „birodalom” részei:

1. Tourismus, Kultur & Veranstaltungen (Turizmus, Kultúra & Rendezvények)
<https://esterhazy.at/>
2. PANNATURA (erdőgazdálkodás, mezőgazdaság és természetvédelmi agendák)
<https://pannatura.at/>
3. Weingut (borászat) <https://esterhazywein.at/>
4. Esterháza Immobilien (ingatlankezelés) <https://www.esterhazyimmobilien.at/>
5. Hospitality <https://esterhazy.at/hospitality>
6. Landwirtschaft (mezőgazdasági tevékenység) <https://pannatura.at/landwirtschaft/>

Az ausztriai Esterházy Betriebe AG az Esterházy család örökösének tekinti magát miután V. Pál (1989) halálával meg is szűnt a történelmi családfői rendszer. Az egykori feudális földbirtokokból kiinduló vagyonelemek és az évszázadok alatt létrehozott sokrétű portfólió mind-mind a Esterházy Betriebe AG rendszerének a részei. (Az Esterházy Betriebe AG által identifikált vagyonműködtetés jelenleg is számos módon – oldalági örökösök, államközi per, családtagok közti viták stb. révén – támadás alatt van, de a tény nem lehet elvitatni, hogy az ausztriai elemek irányítását az Esterhazy Betriebe AG végzi.) A vállalat 2023. évi konszolidált árbevétele 77,6 millió EUR (több, mint 30 milliárd HUF). Az Esterházyak négy évszázada az egyik legfontosabb gazdasági erőt jelentik és fontos inspirációs forrásként jelennek meg, különösen a pannon térségben.¹⁸

A térség tekintetében kihangsúlyozandó és bemutatandó, hogy a jelenlegi Magyarországon az egykori Esterházy gazdasági, politikai térszervező ereje már nem létezik, ezzel szemben az osztrák Esterházy Betriebe AG a burgenlandi turisztikai kínálat egyik markánsan meghatározó szereplője. Kommunikációs üzenetük: „Kunst, Kultur und Wirtschaft vereint”, azaz „Művészet, kultúra és gazdaság együtt”.¹⁹

Az Esterházy Betriebe AG Burgenland turizmusát markánsan és proaktívan meghatározó, vezető szervezete. Folyamatos fejlesztésekkel, magas színvonalú szolgáltatási színvonalukkal a tartomány legkiemelkedőbb turisztikai szereplője. Évente mintegy 500.000 látogatója van az általuk fenntartott turisztikai helyszíneknek. A burgenlandi turisztikai térszervezésen túl a bécsi

¹⁸ <https://pannatura.at/geschichte/>

¹⁹ <https://esterhazy.at/>

turizmushoz is kapcsolódnak a ViennaCityCard helyszínékként (a kismartoni kastély Bécstől földrajzilag a legtávolabbi elem a rendszerben). Az általuk működtetett kínálati elemek Burgenland turizmusának meghatározó szereplői, meghatározó turisztikai attrakciókkal és turisztikai elemekkel. Számos várak, történelmi emlékek, kincstárak az egykori feudális hatalmi erőt jelképezik és a modernkori turizmus rendkívül impozáns, látványos helyszínei. A burgenlandi turizmus turisztikai vonzerőinek kihagyhatatlan attrakcióigazdái és szolgáltatói. Kismartoni kastélyuk a főúri pompa csodálatos helyszíne a 650 főt befogadó Haydn-teremmel a középpontban. A Szentmargitbányai Kőfejtő Európa egyik legszebb szabadtéri Fesztivál Arénája. Az Esterházy Betriebe AG jelentős ingatlanvagyonot kezel és végez műemléki felújításokat is történelmi küldetésük szerint. 2022-ben – saját beruházással – meghatározó hotelipari szereplővé váltak, amikor is megvalósították Kismartonban a Hotel Galantha 4* Superior szállodaprojektjüket. További kiemelkedő térségi projektjüként 2024-ben adták át a megújított Fertő-tavi üdülőközpontjukat Breitenbrunn (Fertőszéleskút) település határában. A térségben meghatározó, ingyenesen használható strandi terület mellett mintegy 700 kishajós kikötő áll a vízisportok szerelmeseinek rendelkezésére. A strand és a kikötő az érzékeny UNESCO világörökségi és Natura 2000 természetvédelmi területen, a nádas szélén található, és a fenntarthatóság jegyében működteti az Esterhazy Betriebe AG. (Összevetve, a Fertőrákosi projekt eredeti terveiben 813 kikötőhely szerepel.) Széleskörű gasztronómiai szolgáltatásuk saját borászatukra, biogazdálkodásukra támaszkodik. Mindemellett egy jelentős rendezvényszervező céget is működtetnek PanEvent GMBH néven (<https://www.panevent.at/>).

Összegezve kijelenthető, hogy az Esterhazy Betriebe AG Európa – és Ausztria – egyik legkomplexebb turisztikai kereslet-kínálat rendszerét működteti sikerrel egy integrált gazdasági vertikum részeként, annak széleskörű szinergiáival. A térszervezésüknek sajátos kommunikációs eleme, a Burgenlandi Turizmus stratégiában is megjelenő Pannónia megnevezés burgenlandi kisajátítása nemcsak az Esterházy Betriebe AG, hanem a Burgenlandi Turizmus Szervezet részéről is identifikációs középpontba helyezett. Ennek részletesebb bemutatása a Burgenland tartomány turizmusa fejezetnél (5.1.2) került bemutatásra.

5.2.2. Az Esterházy család térszervező ereje Magyarországon

Az Esterhazy Betriebe AG szervezet még egy szakmai tevékenységét szükséges megemlíteni, amely alapján látható, hogy az Esterházyak magyarországi szerepvállalásra is törekszenek az Esterházy Magyarország Alapítvány keretében. Küldetésüket a következőkkel fejezik ki: „Alapítványunkkal azon dolgozunk, hogy sokszínű programokkal, a tradíció és a kortárs

formák ütköztetésével, minél progresszívebb módon tartjuk fenn és ismertessük meg az Esterházy család örökségét, miközben új kulturális és társadalmi értéket hozunk létre - legyen az egy kreatív történelmi verseny, kortárs performansz, könyvbemutató, kiállítás vagy koncert. Hidat szeretnénk építeni, amely izgalmas kalandokon keresztül köti össze a történelmi múltat a jelennel és a jövőbe vezet.”²⁰

A kulturális, képzőművészeti és oktatási projektjeik révén kimondatlanul is azt a célt tűzték ki, hogy a mai magyarországi, országhatáron túl tovább élő Esterházy „birodalom” képes legyen arra, hogy a jelenlegi magyarországi területeket is bekapcsolja az Esterházy örökség legitim hordozójaként. És ráirányítja a figyelmet Magyarországon is a több évszázados főnemesi család örökségére, amely nemcsak egy múltba révedő emlék, hanem aktív szereplője a társadalmi, kulturális folyamatoknak mindkét országban. Ennek egyik példájaként, mecenatúrájuk révén 2025-ben ők biztosítják a 45. Budapesti Tavaszi Fesztivál nyitókoncertjét.²¹

Az osztrák-magyar határ K-i oldalán a tudatos II. világháború utáni magyarországi kommunista/szocialista rendszer ideológiája azt az értékrendet, amelyet ez a főúri család is képviselt vagyoni és erkölcsi értelemben is porrá zúzta. Ennek az erodálását folyamatosan, szinte visszafordíthatatlanul tovább mélyíti, hogy a rendszerváltást követően mind a mai napig nem kapta meg egyrészt az őket megillető társadalmi elismerését az egykori főnemesség öröksége (ez nemcsak az Esterházyakra, hanem a többi főnemesi családra is érvényes), másrészt az egykori épületek, kertek megújítására vonatkozó lépések – a rendkívül leromlott állapotoknak is köszönhetően – lassan kerülnek sorra. Továbbá nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az állami finanszírozás keretében való működés miatt még a sok évtizedes üzemeltetési kontinuitás is hiányzik. 2013-ban az Európában is egyedülálló egykori Marionettszínház ICOMOS díjas megújítása sem feledtetheti, hogy évtizedeken keresztül tápraktárként, majd szinte összedőlve várta a 21. századi felújítást.

Az Esterházyak szellemi öröksége, egykor volt nagysága a magyarországi térségben élők számára a generációk előrehaladtával el fog halványulni. A család egykori társadalmi-, gazdasági és térszervező ereje a történelem homályába fog veszni. A fennmaradt egykori nagyságát a fertődi Esterházy-kastély, mint műemlékegyüttes tudja csak fizikai szinten reprezentálni. Azonban a fertődiek évtizedeken keresztül zárványként élték és élik meg továbbra is az Esterházy-kastély és a kapcsolódó egységek (Lovarda, Rózsakert stb.) jelenlétét

²⁰ <https://www.esterhazyalapitvany.hu/hu>

²¹ <https://www.esterhazyalapitvany.hu/hu/muveszet/esterhazy-art-echo>

a városban (lásd 6.3. fejezet). Nem kapcsolódtak az elmúlt évtizedekben olyan szervesen a hétköznapiak az Esterházy-örökséghez, ahogyan az az elmúlt évszázadokban történt. A köveknek és a kastélyparknak, a teljes egésznek a szellemi kisugárzása, kulturális öröksége megkopik, elhalványul. Az Esterházyak magyarországi identitásának lerombolásában az egyik utolsó elem a családnév elvétele volt a kastélyt határoló településnév megváltoztatásában. Az 1765 óta létező Eszterháza településnevet 1950-ben átnevezték Fertődre és egyesítették a kastélytól keletre található Süttör (1313 óta ismert) településsel. Azonban napjainkban továbbra is kevesen vannak identitásukat Fertődieknek tekintők. Az itt élők Süttöriek vagy Eszterházaiak ma is (ahogy a fővárosiak példának okáért pestiek vagy budaiak), azonban a településrészek identitását nagy mértékben erodálja a belső migrációban rendkívül jelentős betelepülési folyamat a térségbe. Az egykor mesterségesen létrehozott, majd 1995-ben városi rangot szerzett települést úgy osztja ketté évszázadok óta természetes módon a kastély és a kastélypark, mint Pestet és Budát a hömpölygő Duna.

Összességében kijelenthető, hogy az Esterházyak politikai és kulturális perspektívája általában messze túlért szülőházjuk nyugati határain és jóllehet eminensen magyarok voltak, de a 17. századtól kezdve már hagyományosan európai identitással is bírtak (Berényi 2014:14). Ezt az európai vonatkozást Magyarországról tekintve napjainkban sajnálatos módon még kevésbé értik meg. Ennek a főnemesi családnak az öröksége – a történetmúlt mesélésén túl – megtestesül annak szellemi és fizikai örökségében is. Mindez a határ osztrák oldalán egy komplex, tartományi szinten a turizmust is meghatározó elem, a határ magyarországi oldalán csak zárványokban jelenik meg. Ausztriában erőt mutatóan a burgenlandi térséget egészében és mikroszintig vitalizáló gazdasági és szellemi erőteret képvisel. Magyarországon egy régmúlt idők emlékeit reprezentáló lassan megújuló műemlékegyüttes.

5.3. Fertőszéplak település elhelyezkedése a földrajzi térben

A disszertáció során vizsgált földrajzi térben végzett megfigyelések és kutatások egyik kutatási célkitűzése, hogy minél több aspektusból megismerjük a térség azon elemeit, amelyek közelebb visznek az osztrák-magyar határmentiség megértéséhez. Ehhez kapcsolódott a Fertőtáj Világörökség területén Fertőszéplak település sokrétű vizsgálata egy hosszabb, a tanácsadói tevékenységgel összefüggő személyes együttműködés keretében, amelynek számos eleme közül a legjelentősebb a település részére készített Településmarketing tanulmány volt, amelynek tudományos eredményei a jelen disszertáció részét képezik. Az

együttműködés fókuszpontjába tudatosan az itt élők életminőségével kapcsolatos előrelépés lehetőségei kerültek.

A település a Sopron-Fertő turisztikai térség egyik békés, nyugalmat árasztó települése, amely egy előre tervező, hosszútávú településvezetői gondolkodásban elsődlegesen – az osztrák turizmus stratégiai szemlélettel azonosulva – a helyi lakosság életminőségére, annak jó színvonalú, előremutató elemeire fókuszál. Eközben a Fertő tavi kerékpárút mentén elhelyezkedő település minimális turisztikai szerepkörrel rendelkezik a mindennapokban.

Fertőszéplak település földrajzi elhelyezkedésének bemutatása a Fertő tavi osztrák-magyar földrajzi térhez kapcsolódik. Jól látható a 17. madártávlatú ábrán, hogy milyen rendkívüli adottságokkal rendelkezik a Fertő tó tágabb térsége.

17. ábra: Fertőszéplak elhelyezkedése a Fertő-táj – Világörökség térségében



Forrás: <http://oroksegnapok.gov.hu/>

A településmarketing tanulmány azokat a területi egységeket határozta meg, amelyek bemutatásával a jelen disszertációban világossá lehet tenni, hogy milyen sokrétű azoknak a földrajzi térben lévő egységeknek, szervezeteknek, lehatárolásoknak a száma, ahová a település lakosai tartoznak. Bemutatásra került, milyen összetett földrajzi és társadalmi környezetben

található a település, milyen sokszínű, változatos térben élnek az itt lakók. Jelentősen eltérő elemek jelennek meg a földrajzi térben az ország más – nemcsak határmenti – térségeihez képest, így megállapítható, hogy egy nagyon változatos, összetett környezetet találnak az ideköltözők, az új otthonukat keresők. Ennek a változatos környezetnek a kommunikálása alkalmas a település belső és külső kommunikációjában is pozitív értékeket megjeleníteni. Továbbá azt a célt is segíti ez a mellékletben lévő strukturálás, hogy az adott helyszín életteréből kiindulva vizsgálhassuk a települést – bemutatva hogyan tágul a földrajzi tér az ő szemszögükből.

A klasszikus településmarketing tekintetében a „városverseny” sikerének a kulcsa a település lakosságának a képzettsége, iskolázottsága, a fenntartható fejlődésre, innovációra való képessége. A kutatás arra kívánt ismételt hangsúlyozottan rámutatni, hogy maga a település és a térség (Fertőpart, Világörökségi települések) a két ország határán nagyon jelentősen különbözik a magyarországi gazdasági és társadalmi folyamatoktól, ezért az elemzéseknek mindig kellő alapossággal és óvatos tisztelettel kell részletes megközelítést tennie.

Fertőszéplakon, a Fertőpart térségében élőknek ez a településmarketing tanulmány úgy is felfogható, hogy egy áttekintő zárókö, egy megállópont a rendszerváltást követő 25 év után. Hiszen számukra a vasfüggöny mögötti történelmi időszak olyan fizikai izolációt hozott, amely az ország más térségében élőknel nem jelent meg, akik így nem is értik ennek a jelentőségét. A vasfüggöny mögötti időkben maguk az itt élők is egy teljesen másik rendszerben, egyedi térérzékelésben éltek meg a hétköznapjaikat. A ma oly természetes schengeni határátlépésekkel szemben egy lezárt határzónában éltek. Fertőszéplak település részese annak a Fertő térségi üdülőterületnek, amelynek kétarcúságát sem szabad figyelmen kívül hagyni. Többször fontos kiemelni, hogy a Fertő tavi osztrák területek jó része a Balatonnal, akár a Velencei-tóval összehasonlítható érzetű, megtapasztalható, átélhető „feeling” vízparti üdülőterülettel rendelkezik. Ezek az osztrák területek elsősorban az osztrák tavak turisztikai fogadóképességével vetik össze magukat, ezeket a régiókat tekintik versenytársaknak. Vízbázisú és aktív turisztikai, valamint ökoturisztikai, komplex turisztikai termékrendszerrel találkozunk – magas színvonalú szolgáltató tevékenységekkel ötvözve – a burgenlandi oldalon. A Fertő tó magyarországi területe ettől teljesen más arcát mutatja. A kerékpárút magyarországi szakaszán haladva az elsődleges vízbázisú turisztikai attrakció nem jelenik meg. A kerékpárturizmusnak, mint a térségben viszont jelenlévő turisztikai keresletnek komoly potenciálja van a térségben és Fertőszéplakon egyaránt.

A rendszerváltással (1989-1990), az Európai Unió tagsággal (2004) és a Schengeni Egyezmény (2007) bevezetésével – európai példákat is megfigyelve – egy nagyon egyedi történelmi változást jelentő eseménysort éltek meg a térségben. Megállapítható, hogy a jelen állapot az egykori Sopron és Moson Vármegyék Trianoni Békeszerződés előtti állapotához valamilyen módon közelebb került, de ebből elsősorban a határ átjárhatóságának a lehetősége valósult meg. A szomszédos burgenlandi területekkel való együttműködés alapvetően az ausztriai munkavállalás lehetőségéről és az abból fakadó bizonyos gazdasági előnyökről szól. Azaz a helyi lakosság vagyoni helyzete, jóléti élete az ausztriai fizetések révén magasabb életszínvonalat biztosít, továbbá a lakónépesség folyamatosan gyarapszik a beköltözőkkel. Mindkét folyamat jelentősen eltér az általános magyarországi trendektől. Egy ilyen vizsgálat világosan bemutatja, hogy Magyarország területén nagyon jelentős térségi eltérések vannak. Egy példa erre, hogy a hétköznapiakban már 2013-ban teljesen elfogadott volt a kettős pénzrendszer (HUF és EUR) a térségben. Másik példaként idézem a település polgármesterét, aki szerint „náluk nincsenek szegény emberek”.

A településmarketing tanulmány másik célkitűzése az volt – a jelen disszertációban vizsgáltakhoz mélyebben kapcsolódva –, hogy a település hogyan kapcsolódhat be a belföldi és nemzetközi turizmusba egy erősödő szerepkörrel, van-e ennek realitása? Ennek elsődleges lehetséges alapeleme, hogy a településen átkerékpározók megállítása megtörténhet-e, azaz az aktív kerékpár-turisztikai szolgáltatásfejlesztés eredménye megjelenik-e a térség turisztikai kínálatában. Ennek a célnak az elérése érdekében két projekt valósult meg a Soproni Egyetem oktatóival és hallgatóival együttműködve, a kezdeményezésemre és koordinálásommal (2016-ban és 2017-ben).

- Kerékpárturisztikai megálló-fogadóhelyszín megtervezése a Széchenyi-kastély előtti útbevágásban, a kerékpárút mentén. A hallgatók koncepcióterveket készítettek kurzusfeladatként, amelyek bemutatásra kerültek a lakosságnak és a képviselőtestületnek is.
- Kerékpárturisztikai szálláshelyfejlesztés a Templomdomb térségében. A hallgatók feladata volt egy okos kerékpárszálloda koncepciójának az elkészítése (minimális személyzettel). Az elkészült kurzusfeladat nagy tetszést aratott a településen. Forrás hiányában eddig nem került megvalósításra.

További tanácsadói tevékenységem célja volt, hogy a térségbe (Fertő-táj - Világörökség) bármely turisztikai céllal, motivációval (örökségturizmus, ökoturizmus, egészségturizmus) érkező hazai és nemzetközi látogatók számára láthatóbbá tegyük a települést. Ennek első

elemeként a Szécsényi Ferenc Általános Iskola udvarára egy komplex időjárás állomás került az időkép.hu-val való együttműködés keretében. Az állomás és a modern meteorológiai ismeretek a gyerekek számára beépültek a felsőtagozatos oktatásba és a Mindenszentek Templommal szemben pedig egy kamera került kihelyezésre, mely a település központját mutatja.²²

A település ikonikus szimbóluma a templomdombon található kastély (18. ábra), ahol a múzeumalapító Széchenyi Ferenc született és az mellette álló római katolikus Mindenszentek-templom. A templom az Esterházy-kastélyegyüttes szimbolikarendszerében a térség egyik szakrális végpontja. Az Esterházy-kastély főbejárata felől nézve, a szentmiklósi, illetve a széplaki templom irányai derékszöveget képeznek. A középső, a szentmiklósi allé, észak-déli irányú. Az Esterházy-kastély reneszánsz kori magjának helye ezért sajátos jelentőségű (Mócsényi 1998).

18. ábra: Eszterháza tájrendszere



A lényeges elemek a térképen piros számokkal jelzettek.

- 1 az Esterházy-kastély
- 2 Monbizsu (Monbijoux, Lesvár)
- 3 a szentmiklósi gótikus templomtorony
- 4 a széplaki templom-domb
- 5 a göbösi ménés
- 6 a csapodi templom

Forrás: Mócsényi (1998), <http://www.anemona.hu/eszterhaza/frame1.htm>

²² https://www.idokep.hu/webkamera/onkormanyzat_fertoszeplak

A településmarketing tanulmány összegezte mindazokat az elemeket, amelyeket egy tudatosan előre tekintő 1200 lakosú településnek a múltjából a jelenen át a jövőképehez elvezetnek. A tanulmány egyik célkitűzése az volt, hogy bemutassa a helyi lakosságnak, hogy az a térség, ahol a mindennapjaikat élik egyben egy turisztikai fogadóterület is. A térségbe – és természetesen Fertőszéplakra is – a látogatók (kirándulók, turisták, átutazók) szabadidejük eltöltésének pozitív várakozásával érkeznek és szeretnék feltöltődve távozni. Így a jelen fejezet az itt élő lakosság földrajzi terét mutatta be. A településmarketing tanulmányhoz kapcsolódó kutatás (6.5. fejezet) pedig a népességföldrajzi elemekről ad meg szélesebb információkat, a helyi lakosok térhasználatáról, ezáltal is illeszkedve a disszertáció földrajzi tér és távolság problémaköréhez.

6. Kutatási eredmények

6.1. Az akciórádiusz elmélet

A disszertációban célkitűzésem, hogy az akciórádiusz hadtudományi elméletéből kiindulva létrehozam a turizmus akciórádiusz-elméletét és bevezessem a turizmustudományba. A kutatásom eredményeként a hadtörténet-tudományi és turizmus-tudományi metszéspontban a disszertáció a földrajzi térhez kapcsolódóan bevezeti a turizmus elméletébe a desztináció/attrakció akciórádiusza és a turista (látogató, kiránduló) akciórádiusza fogalmakat is. A fogalom bemutatja és láttatja, hogy a modernkori turizmus egy olyan összetett terület, ahol a különböző tudományterületek elméleti munkái és az üzleti élet elemei igenis képesek a tudományos igényességű kutatói attitűd elemeivel a turizmus fejlődését tudományos elméletek és tudományos kreativitások révén előre vinni.

A fogalomalkotással együtt azt is igazoltam a disszertációmban, hogy a turisztikai mobilitást leginkább jellemző, leíró idő és távolság faktor (figyelembe véve a motivációt is) mellett az akciórádiusz integráló fogalmi ernyője alá tartozó, más tényezőket is figyelembe kell venni, ahogyan a hadviselésben is. Itt is vannak puha, láthatatlan faktorok (a tudományos megközelítés előtti vizsgálatok nélkül csak érzések, feltételezések), amelyek befolyásolják a mozgást, a megtett távolságot. Ezek összefügghetnek a határtudattal, előítéletekkel, ellenérdekelt felek (szolgáltatók, térségért felelős szervezet) „mesterkedéseivel”. Ezt a gondolkört kell fejleszteni egy modellben. Az akciórádiusz fogalmi ernyője egy új megközelítési módot alapoz meg, amely a turizmus működésének újszerűbb és mélyebb megértését teszi lehetővé. Ennek a jelenségnek a megértése a turizmusgazdaságban pedig támogatást adhat a kielezett piaci versenyben.

A modellalkotás, fogalomhasználat bevezetése tekintetében – a bevezetőben is megfogalmazottak alapján – a turizmusipar sikerének egyik kulcsa az integrált és transzdiszciplináris gondolkodásmódban rejlik. Csak és kizárólag ennek a szemléletnek megfelelő gondolkodásnak az alkalmazása révén jelent meg a disszertációban az idő és a tér összefüggéseiben egy olyan hadtudományi gondolat, amely újszerű megközelítést hoz napjaink turizmusának kutatásában. Ez a hadtudományi akciórádiusz elmélet ösztönzött arra a gondolatkísérletre – ami ebben a disszertációban kerül bemutatásra –, hogy miként lehet egy hadtudományi elméletet turisztikai kontextusba helyezni és egyúttal egy új turisztikai fogalmi rendszert, modellt alkotni ennek a gondolatiságnak az útmutatásával. Mégpedig egy olyan

újszerű értelmezéssel megtöltve, amelynek végeredménye egy turisztikai adaptáció. A hadtörténeti fogalom finomhangolt, átgondolt bevezetése a tudományos újdonságát is megmutatja a relevanciája mellett.

A fogalomalkotási folyamat során a megalkotott fogalom integrált gondolkodási keret részeként, a hadtudomány, a földrajz és a turizmus diszciplináinak logikai összefüggéseit figyelembe véve kerül kifejezésre, ezáltal alapozva meg az akciórádiusz elmélet turisztikai fogalomrendszerének strukturált bemutatását.

Indításként a fogalomalkotás felé vezető úton a történészi gondolkodást vezetem át a földrajzi gondolkodás elválaszthatatlansága irányába. Itt a téma egyik legjelentősebb összefüggéseit kimondó tudományos megközelítés visz át bennünket a történelem és a földrajz összekapcsolódásának láncszemeihez. „Azt mondják, hogy a történelem az élet tanítómestere. Véleményem szerint a földrajz még inkább az, mert nem a múlt eseményeivel, hanem a jelen állapotok helyes megismertetésével tanítja az embert az életre. De legszebb tanítómester lesz az a történelem és az a földrajz, amely együttesen, közös munkával igyekszik földeríteni a kettő között levő szigorú, eltéphetetlen és kikerülhetetlen kapcsolatot ...” (Cholnoky 1935:62)

Az akciórádiusz turizmusban használt fogalmi modelljének kialakítási folyamatában jelentős szerepe volt annak is, hogy vendégszerkesztőként közreműködtem a Földrajzi Közlemények 2020-ban megjelent turisztikai tematikus különszámának²³ az elkészítésében. A hosszú évek óta először megjelent turizmus különszámában közreműködő/publikáló neves szerzőgárda felkérésére az motivált, hogy három évtizedes oktatói-kutatói és üzleti pályafutásom egyik legfontosabb tapasztalatát igazoljuk: a turizmusipar sikerének kulcsa az integrált és transzdiszciplináris gondolkodásmódban rejlik. Ebben a tematikus számban megkértem korábbi közös együttgondolkodásunk alapján Kulcsár László professzort, hogy a földrajz, a társadalomtudományok és a turizmus tekintetében mutassa be az integrált gondolkodást, azaz láttassuk, hogy a turizmus mennyire nyitott és egyben befogadó különböző tudományterületek irányában. A szociológus gondolatai szintén megerősítették a felvetésem időszerűségét és jelentőségét. A jelen fejezetben szereplő modellalkotás is ezt tükrözi. Tükrözi, hogy a turizmus az egyik legnyitottabb területe a Földünkön lévő emberi tevékenységek által vezérelt folyamatoknak és a turizmusban megjelenő jelenségek az élet minden területéről beleintegrálódnak végül a kereslet-kínálat rendszerébe. Ez a rendkívül széles rendszer újra és újra megjeleníti, hogy a turizmus vizsgálatakor transzdiszciplináris megközelítésben

²³ 2020. 144. évf.olyam 1.szám – Turizmus: az üzlet és a teória mezsgyéjén

kimeríthetetlen a vizsgálatoknak a sora és kimeríthetetlen a modelleknek a száma a sikeres vizsgálatok érdekében. Hiszen magát a turizmust, mint jelenséget, mint üzleti folyamatot modellezük le és ezeknek a modelleknek a segítségével tudjuk újra és újra különböző oldalról megvizsgálni. Ezeknek a vizsgálatoknak és a modelleknek velejárója természetesen, hogy sok esetben akár ösztönös üzleti tevékenységeknek, akár még a nem érthető folyamatoknak is a mélyebb megvilágítása megtörténhet. A disszertáció a földrajz, a társadalomtudomány és a turizmus tudományos mélységeibe helyezi azt, hogy a turizmus miként kapcsolódik össze tudományos igényességgel más tudományterületekkel. A turizmus – megítélésem szerint a legkomplexebben vizsgálható – amennyiben azt transzdiszciplináris módon tesszük és a modellalkotás is ezt tükrözi.

Nem volt mindig magától értetődő a földrajztudomány, a társadalomtudomány és a gazdaságtudomány, azon belül a turizmus kapcsolata. Ennek oka elsősorban az volt, hogy a turizmus, mint önálló szektor elég sokáig nem jelent meg a gazdaságban. Ezt a körülményt gátolták a politikai és háborús feszültségek, bizonytalanságok és csak néhány esetben alakultak ki olyan stabil térségek, amelyek hozzájárultak a turizmus elterjedéséhez. A másik ok a földrajztudomány korábbi szemléletmódjában keresendő. A korábbi „mainstream” álláspont nem kedvezett a kialakulófélben lévő „segédtudományokkal” való kooperációnak. Ez a helyzet, ha lassan is, de megváltozott. A változás először abban nyilvánult meg, hogy a földrajztudomány szorosabb kapcsolatba került a hadtudományokkal, a gazdaságtudományokkal, majd a társadalomtudományokkal (Kulcsár 2020).

Kiemelhető továbbá, hogy a turizmustudományt pillanatnyilag jellemző transzdiszciplinaritás azt jelenti, hogy a turizmus oktatásával és kutatásával foglalkozó szakembereknek mintegy 20 tudományág vonatkozó ismeretanyagát kell (kellene) hasznosítani munkájuk eredményessége érdekében (Michalkó 2016). Vannak olyan területek, amelyek évtizedek óta foglalkoznak az utazásokkal összefüggésben álló kérdésekkel és találkozhatunk olyanokkal is, amelyek csak az utóbbi években fedezték fel a maguk számára a turizmust, mint megfigyelés alá vonandó, a szakmai diskurzusuk tárgyát képező problémát. És vannak még bevonandóak. A közgazdászok, a néprajzosok, a szociológusok vagy éppen a geográfusok könyvtárnyi irodalmat publikáltak a turizmusról, míg a nyelvészek, az irodalomtudósok vagy a jogtudósok kevésbé kényeztették el a téma iránt érdeklődőket (Michalkó–Rátz 2003). A turizmus multidiszciplinaritásának lényege abban rejlik, hogy az egyes tudományágak művelői – legtöbbször belterjes módon – a többi tudományág kutatási eredményéről mit sem sejtve vagy azokat figyelmen kívül hagyva törekszenek az ismeretek bővítésére (Michalkó 2008).

Kiemelendő a jelen logikai összefüggésben, hogy a földrajzi, a társadalomtudományi és egyéb tudományos ismeretek összekapcsolódása komoly hozzájárulást jelent a turizmussal kapcsolatos tudományos ismeretek fejlődéséhez, de egyben a turisztikai fejlesztési törekvések számára is.

Amikor a turizmust jellemző fogalmakat az akciórádiusz fogalmi ernyője alá beemeljük és a fogalmat használjuk, akkor az idő és tér összefüggésének vizsgálata mellett minimum még további két-három (push-pull) tényezőt/elemet/hatást gyakorló elemet, elempárt szükséges vizsgálnunk. Ez a módszertan kötelező eleme annak, hogy az akciórádiusz fogalom bevezetésével és tudományos közkinccsé tételével minden kutató és használó számára rávilágítson és egyértelműsítse a multidiszciplináris gondolkodást.

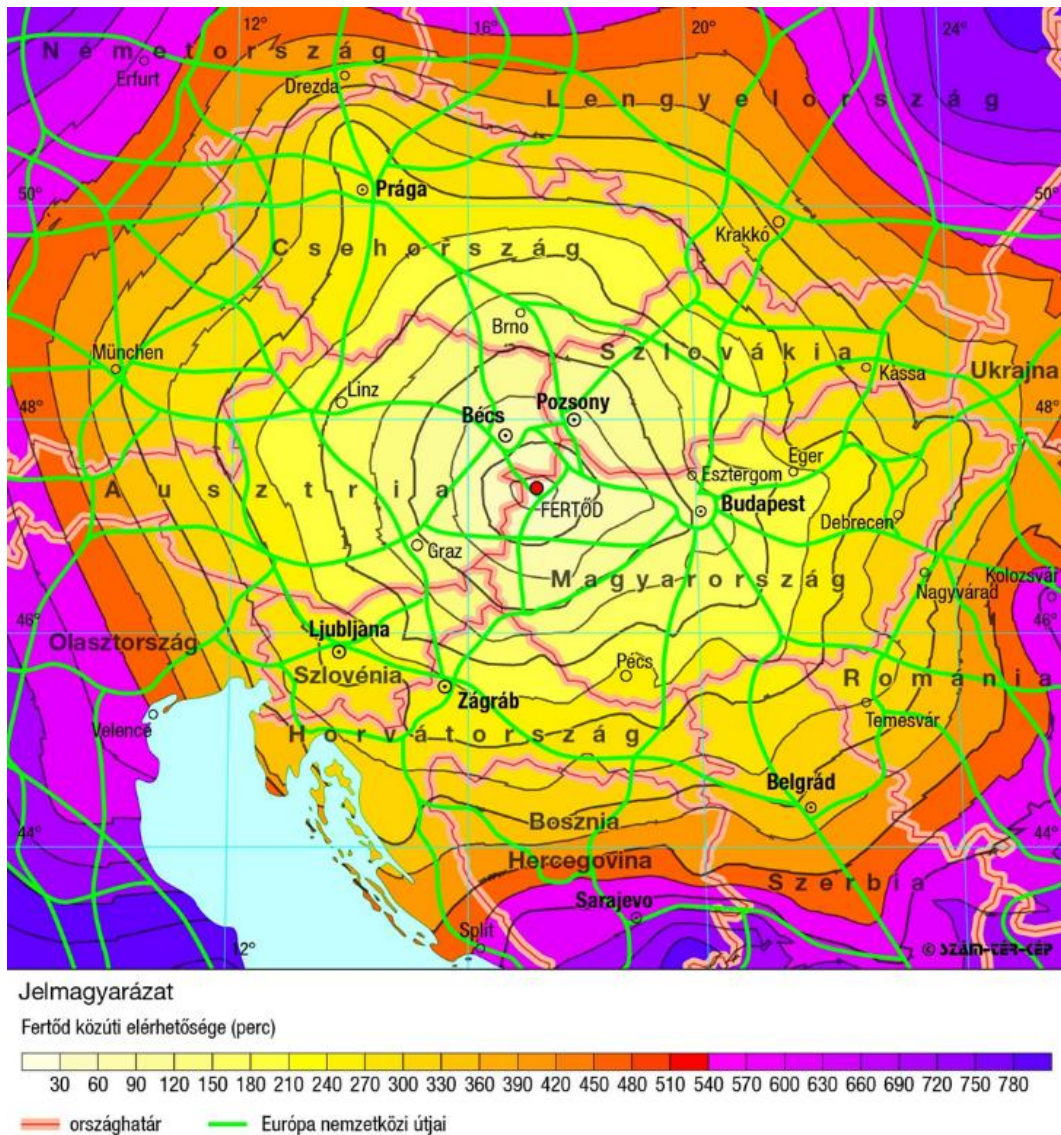
Az akciórádiusz modell a következőkben kerül bemutatásra, amely alkalmazása az akciórádiusz ernyőhasználatának alapfeltétele, elengedhetetlen és kiinduló lépcsője mind a kereslet mind a kínálat tekintetében.

6.1.1. Akciórádiusz modell idő-távolság eleme

Az akciórádiusz modell részeként az idő-távolság modell jelentősége abban rejlik, hogy egy adott turisztikai objektum valós elérhetőségét vagy egy látogató által egy meghatározott kiindulópontból (jellemzően az otthona), általa elérhető földrajzi térben megjeleníthető időhöz kapcsolódó távolságot vizsgáljuk. Ennek a klasszikus idő-földrajzi távolságnak a megjelenítése szükséges a kiindulóponthoz minden turisztikai mozgásnak.

A *19. ábrán* az izovonal rendszer azt mutatja be, hogy a fertői Esterházy kastély milyen időtávolságra helyezkedik el közúti közlekedési eszközt használók számára (személygépkocsi, amely az útvonaltervezéskor képes olyan paraméterekkel rendelkezni, mint a maximális megengedett sebesség elérése és használata). Az izovonalrendszer egy ún. forgalommentes időszakban került megalkotásra. Mintegy 100 település került kijelölésre majd vizsgálatra Magyarországon és az országhatáron kívül is.

19. ábra: A fertői Esterházy kastély izovonal rendszere



Forrás: a szerző saját szerkesztése

A forgalmi helyzetek a napszakokhoz kapcsolódóan módosítják ezt az idealizált állapotot, azonban számos olyan észrevételt meg kell fogalmazni ezen ábra vizsgálata révén, amelyek nem kerültek volna a kutató látókörébe ezen elmélet nélkül. A fenti példa rámutat arra, hogy az Esterházy-kastély belföldi és nemzetközi elérhetőségében például a belföldi turizmusban Debrecen és térségéből érkezők időráfordításának volumenéhez hasonlóan a következő nagyvárosok vannak azonos időtávolságra vagy azon belül, Fertődtől: Belgrád, Zágráb, Ljubljana, München, Prága, Krakkó (Pozsony, Bécs). A további vizsgálatok tekintetében kimutatható, hogy a prágai turisták esetében nem az idő-távolság tényező jelenti az Esterházy-kastély meglátogatásának a támogató vagy gátló tényezőjét, hanem további feltárandó okok. Ha csak az időt és az adott időpontban kijelölt távolságot vennék figyelembe, akkor Prága

(400 km / 3 ó 59 p) és Debrecen (452 km / 4 ó 11 p) ugyanazzal az idő-tér potenciállal rendelkezik Fertőd esetében.

A modell rámutat arra is, hogy a Fertő tó térségének turisztikai kapcsolódásában, együttműködésében (a látogatószámok) alapján további tényezőket (push és pull) szükséges vizsgálni, hogy kiderüljenek az okok, vagy legalábbis minél közelebb kerüljünk annak a megértéséhez.

A földrajzi idő és távolság, a tér esetében további vizsgálatokat lehet folytatni, mint kutatási irányt, amikor egy-egy repülőtér esetében elemezzük a légitársaságok menetrendjeihez kapcsolódó járatindítások és járatmegszüntetések hatásai. Példaként a Liszt Ferenc repülőtérrel elérhető desztinációk tucatjai normál esetben sosem indukáltak volna ilyen keresletnövekedést, hiszen más közlekedési eszközzel például egy Bari esetében sem jelent volna meg ilyen utasszám. Ezek a járatindítások magukban hordozzák az alacsony utazási költségeket, amelyek automatizmusként hatnak már napjaink turizmusára. Azaz kimondható, hogy bármely desztinációba nyitott járat turisztikai keresletet fog aktivizálni még ha sosem hallottak a turisták korábban arról az úticélról (az egy másodlagos vizsgálat, hogy milyen az életciklusgörbéje ennek a járatnak).

Az akciórádiusz modell következő elemei - az idő és a távolság vizsgálatát követően - azok a multi és interdiszciplináris eszközök, amelyek közül több is bemutatásra került a disszertációban. Ezek a bemutatott példaelemek:

- a kulturális távolságot bemutató kutatás és eredmény;
- az osztrák turizmus üzleti érdekeit bemutató valóságtorzítási elemek a Fertő tavi kerékpárosútvonal tájékoztató táblái és további vizuális elemeknek a használata;
- a Nordburgenland-i szálláshelykínálat vizsgálata abban a tekintetben, hogy az utazást megelőzően a kiválasztott szálláshely milyen további programelemeket ajánl a szálláshelyet kiválasztónak, lefoglalónak. A szálláshely hogyan járul hozzá a honlapjára feltöltött információk esetében, hogy az őt körülvevő földrajzi térben az idő és a távolságfaktor ellenére nem ajánl a közeli földrajzi térben – de már Magyarországhoz tartozó – programokat, attrakciókat ismét csak saját térségi üzleti érdekeik alapján.

Ezek és ilyen további push és pull eszközök egészítik ki az idő-távolság elemet az akciórádiusz modellben.

Összegzésként elmondható, hogy a földrajzi idő és tér (távolság) és a távolság érdekében megtett idő kapcsolatában számos tényezőt kell vizsgálni, amikor a valós helyzetet szeretnénk megismerni. Elfogadható, hogy a turisztikai mobilitás egyik legjellemzőbb tényezője az idő.

Azt igazoltam a disszertációmban, hogy a turisztikai mobilitást leginkább jellemző/leíró idő/távolság faktor (figyelembe véve a motivációt is) mellett az akciórádiusz fogalmi ernyője alá tartozó, más tényezőket is figyelembe kell venni, ahogyan a hadviselésben is, itt is vannak puha, láthatatlan faktorok is, amelyek befolyásolják a mozgást, a távolságot. Ennek igazolására számos elem került vizsgálatra és eredményeinek ismertetésére.

A disszertációban bemutatott kulturális távolság többek között markánsan rámutat arra, hogy az örökségturizmusban milyen jelentős szerepe van az iskolai végzettségnek a kereslet kínálatban.

A Burgenland és Magyarország határterületnek a Fertő tó térségében bemutatott elemzései viszont arra világítottak rá, hogy milyen rendkívül fontos tényezők játszanak szerepet abban, hogy egy határmenti térségben – a természetvédelem és az örökségvédelem területén még nemzetközi egyezményekben is rögzített együttműködések ellenére – speciális (push/pull) tényezők szerepelnek a kereslet-kínálat rendszerében. Azaz bemutatásra került, hogy a földrajzi időt és a távolságot, valamint a határmentiséget is milyen eszközökkel lehet befolyásolni. A fizikai értelemben is megszűnt határ ellenére látható, hogy a burgenlandi turizmuspolitika üzleti érdekből ellenérdekelt abban, hogy a szomszédos Magyarországra átjöjjenek az ott szabadidejüket töltő látogatók. Kijelenthető, hogy a gazdasági érdek érvényesítése mentén minden eszközt – még ha etikailag és szakmailag kifogásolhatóak is – alkalmazni lehet a saját üzleti érdekek érdekében és alkalmaznak is.

6.2. A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata

A kulturális távolság során az került vizsgálatra, hogy milyen kapcsolatban van a földrajzi és a kulturális távolság egy örökségturisztikai objektum, a fertői Esterházy-kastély látogatói körében. A korábbiakban leírtak szerint a távolság nem egyszerűen fizikai mértékkel (hosszmérték vagy időmérték) mérhető, hanem ugyanolyan fontos annak percepciója, azok kognitív jellegzetességei, hiszen míg valaki számára egy távolság közeli, addig ugyanaz másoknak távolinak minősül. Van, aki kulturális, életmódbeli, értékrendszerbeli jellegzetességéből adódóan egy kulturális örökséget képviselő desztinációt magától távolinak érez akkor is, ha az az elérhetőség szempontjából közel van, és természetesen a fordítottja is

megfigyelhető. Másképpen megfogalmazva mivel a fizikai távolság adott és nem változtatható (most hagyjuk figyelmen kívül azt, hogy a technika fejlődésével az elérhetőség persze változhat, de a változás nem gyakori), a kulturális távolság viszont társadalmi tényezőkhöz kötött, így adódik a kérdés: milyen kapcsolatban van egymással a földrajzi és a kulturális távolság? Egy adott örökségturisztikai intézmény által megjelenített értékek, ismeretek vonzása mekkora földrajzi távolságot hidal át olyan emberek körében, akik hasonló értékekkel rendelkeznek? Felvethető a kérdés másik oldala is: a kulturális távolság, mint „taszító” tényező hogyan „növeli meg” a távolságot, amely az elérhetőség szempontjából kicsi, fizikailag nagyon közel van?

A korábbi vizsgálat alapvetően arra irányult, hogy feltárja az örökségturizmus területén értelmezhető távolságfogalom földrajzi és kulturális megfogalmazásának összefüggését (Vizi et al. 2019). Az Esterházy-kastély, amelyet az örökségturizmus vizsgálati helyszínéként értelmeztünk, Magyarország nyugati végében, a Fertő tótól délkeletre, Fertőd városában, Eszterháza és Süttör településrészek között található. A kastélyt nemcsak az Esterházy hercegi család története, tevékenysége teszi híressé, hanem kivételes fekvése, nagysága, építészete és művészi berendezése. Európa harmadik legnagyobb barokk-rokoko kastélya (Versailles és Schönbrunn mögött) kivételes művészi és egyben politikai vonzást is gyakorolt fénykorában, Mária Terézia (1740–1780) uralkodása idején. A jelenlegi országhatár menti perifériális elhelyezkedése alkalmas annak vizsgálatára, hogy a kulturális szint által befolyásolt távolságfogalom hogyan függ össze a földrajzi távolsággal, másképpen fogalmazva, hogy a kulturális szint milyen fizikai távolságot képes áthidalni és milyen távolságot már nem.

Az alkalmazott elméleti modell lényegét tekintve négy típust tartalmaz, amelyet két változó mentén került kialakításra. Az egyik változó a földrajzi távolság, közúton mérve, menetidőben (perc), a másik változó pedig a kulturális távolságot méri, amelyet a diplomások arányával lehet szemléltetni (19. táblázat).

19. táblázat: A földrajzi és a kulturális távolság modellje

Földrajzi távolság, elérhetőség	Kulturális távolság	
	Közeli (az átlagnál magasabb a diplomások aránya)	Távoli (az átlagnál alacsonyabb a diplomások aránya)
Közeli (az átlagnál rövidebb idő)	<i>Kulturálisan erősen motivált látogató, a látogatás plusz erőfeszítést nem igényel</i>	<i>Kulturálisan nem motivált, közeli, esetleges látogató</i>
Távoli (az átlagnál hosszabb idő)	<i>Kulturálisan erősen motivált, a földrajzi távolságot „átlépő” látogató</i>	<i>Kulturálisan nem motivált, távoli, ritka látogató</i>

Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertői Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:27)

A közeli–közeli típusnál nem kell különösebb erőfeszítés ahhoz, hogy a földrajzi távolságot áthidalják, mivel a távolság nem lényeges. A közeli–távoli típusnál ilyen erőfeszítésre szintén nincs szükség, de a kulturális motiváltság is hiányzik. A távoli–távoli típus témánk szempontjából csekély jelentőségű, a kastélylátogatás valószínűen ritka és esetleges, és ha el is jut a kastélyig egy ilyen típusú látogató, mert például a társasutazásában annak megtekintése szerepel, akkor többnyire megállapodik a kastély melletti étteremben, kocsmában, vagy csak a kastély parkjában tesz egy sétát. *Az igazán érdekes típus a földrajzi elérhetőség szempontjából távolinak, a kulturális távolság szempontjából pedig közelinek tekinthető típus. Itt van jelentősége annak, hogy a két típus különvált és a kulturális közelség áthidalja a földrajzi távolságot.*

Az Esterházy-kastélyt 2016-ban összesen 77 435 látogató kereste fel. A látogatók (beleértve az egyéni és csoportos látogatókat is) közül 65 554 fő, azaz a látogatók 84,65%-a adta meg a postai irányítószámát, közülük 54 157 fő volt egyéni látogató (42 334 belföldi és 11 823 külföldi). A látogatói jegyrendszer tekintetében a családós belépőjegyet igénybe vevők száma is rögzítésre került a postai irányítószám megadásakor, tehát a látogatószám nem a belépőjegyszámot jelenti. A regisztrált külföldi látogatók 38 országból érkeztek és az összes regisztrált látogatónak 21%-át jelentették. A külföldi látogatók közül a legtöbben Ausztriából (20,5%) és Németországból (20,1%) érkeztek. Jelentősebb volt még a szlovák (16,5%), a cseh (9,7%) és az olasz (5,2%) látogatók aránya.

A vizsgálat adatbázisa a kastélyt 2016-ban felkereső 42 334 egyéni magyar látogató postai irányítószáma volt. A budapesti egyéni látogatók (9755 fő) nem kerültek bevonásra a

vizsgálatba, mivel egyrészt torzította volna az arányokat, másrészt az egyes kerületeknél a távolság dimenziója úgyszemint lett volna értelmezhető. Az irányítószám segítségével azonosításra kerültek a járások, mint kiindulópontok meghatározva, hogy egy-egy járásból hányan keresték fel a kastélyt. A járási szintű aggregációt módszertanilag két körülmény tette szükségessé. Az egyik az volt, hogy a települések egy részénél csak néhány látogató volt regisztrálva (796 település esetében a látogatók száma nem érte el a tíz főt), továbbá a vizsgálatba bevont látogatók összesen 1269 településről származtak, így komolyabb statisztikai elemzés nehezebb lett volna. A másik ok pedig az volt, hogy a látogatóknál nem rögzítették az iskolai végzettséget, így az adott járás iskolai végzettség szerinti megoszlását vettük figyelembe. Tisztában vagyunk azzal, hogy önmagában az a körülmény, hogy egy járásban sok a magas iskolai végzettségű lakos, nem jelenti azt, hogy biztos, hogy azok látogattak el az Esterházy-kastélyba. Ha a Babbie (1995) által megfogalmazott ökológiai tévkövetkeztetés esete forogna fent, akkor extrém esetben az is feltételezhető lenne, hogy bár a járás átlagos iskolai végzettségi szintje magas, a látogatók mégis az alacsony végzettségűek csoportjából kerültek ki; de azért valószínűsíthető, hogy az adott járásban lévő magas iskolázottságúak aránya jól előrejelzi a látogatottság szintjét.

Az egyes járások esetében a járásközpont és a kastély távolsága került meghatározásra. Kétféle távolság került kiszámolásra a Google térkép segítségével: (1) a járásközpont és a kastély távolságát a legrövidebb úton, kilométerben és (2) a járásközpont és a kastély közötti távolságot időben, forgalom nélkül (perc). Ez utóbbit került megtartásra, mivel más változókkal szignifikánsabb összefüggést lehet kapni, mint a kilométerben mért távolság esetében.

Az elemzésben a következő alapváltozók szerepeltek:

- a járások (174) területi elhelyezkedése;
- a járásközpont és a kastély közötti közúti távolság, percben (forgalom figyelembe vétele nélkül);
- az adott járásból érkező látogatók száma a járás 7 évesnél idősebb népességéhez viszonyítva, tízezer főre számolva;
- az adott járásban a 7 éves és idősebb népességben a diplomások aránya (az életkori megszorítás azt tette lehetővé, hogy mérsékeljük az eltérő termékenységű népesség témánk szempontjából torzító hatását);
- és az egy főre jutó jövedelem a járásban (2016).

A kutatás módszertani – és a jövőben végzendő kutatások továbbfejlesztési – lehetőségeit illetően bővebb és alaposabban megszerkesztett adatfelvételt van szükségünk, hogy egy újabb

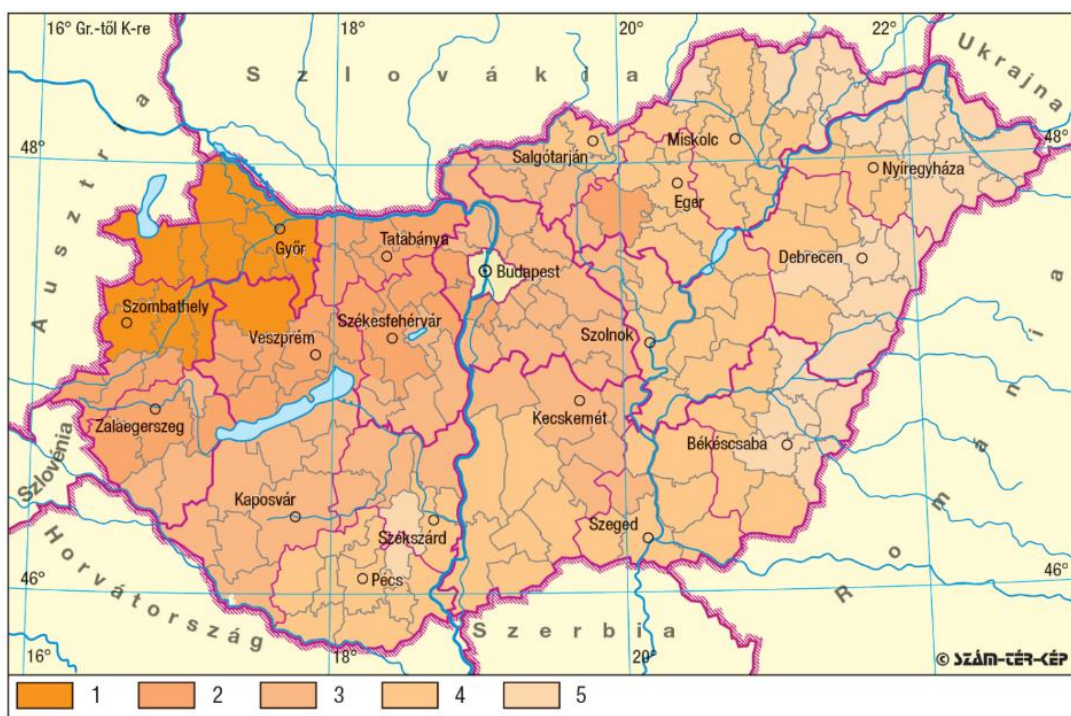
vizsgálatban az itt felvetett kérdéseket újra elemzésre kerüljenek, s más desztinációknál is alkalmazhatók legyenek a megbízhatóbb mérési módszerek. Továbbá Wynen (2013) alapján – aki arra is rámutatott, hogy az egynapos utazások tervezésénél az emberek kockázatcsökkentő tényezőket keresnek, amelyek ellensúlyozzák a kulturális motivációjú céllal kapcsolatos utazás esetleges csalódásait, vagy egyszerűen csak az ott töltött időt – joggal feltételezhető, hogy esetünkben is jelen lehet ilyen kockázatkerülő magatartás, amelyet többek között úgy valósíthatnak meg az utazók, hogy nem egyetlen kulturális desztináció a céljuk, hanem más igényeik (vásárlás, pihenés, egészségügyi szolgáltatások stb.) kielégítését is számba veszik. Ezt a megközelítést azonban jelenleg adatok hiányában még nem lehet vizsgálni.

Összességében azt mondhatjuk, hogy ígéretes kutatási megközelítés került felvetésre, amely ugyan további pontosításra szorul, de meggyőződésem, hogy a következőkben ismertetésre kerülő eredmények kellően indokolják ezt a véleményt.

6.2.1. A kulturális távolság kapcsolatának vizsgálata, vagyis valójában milyen messze van a Fertődi Esterházy-kastély?

Az elemzésben elsőként az kerül bemutatásra, hogy a földrajzi távolság (a kastély elérhetősége közúton percben kifejezve) milyen térképi ábrázolást jelenít meg. Ez a térkép (20. ábra) nem tartalmaz adatot a látogatottságról, csak azt érzékelteti, hogy potenciálisan mennyi időbe kerülne az ott lakóknak az Esterházy-kastélyhoz közúton eljutni.

20. ábra: Az Esterházy-kastély földrajzi elérhetősége

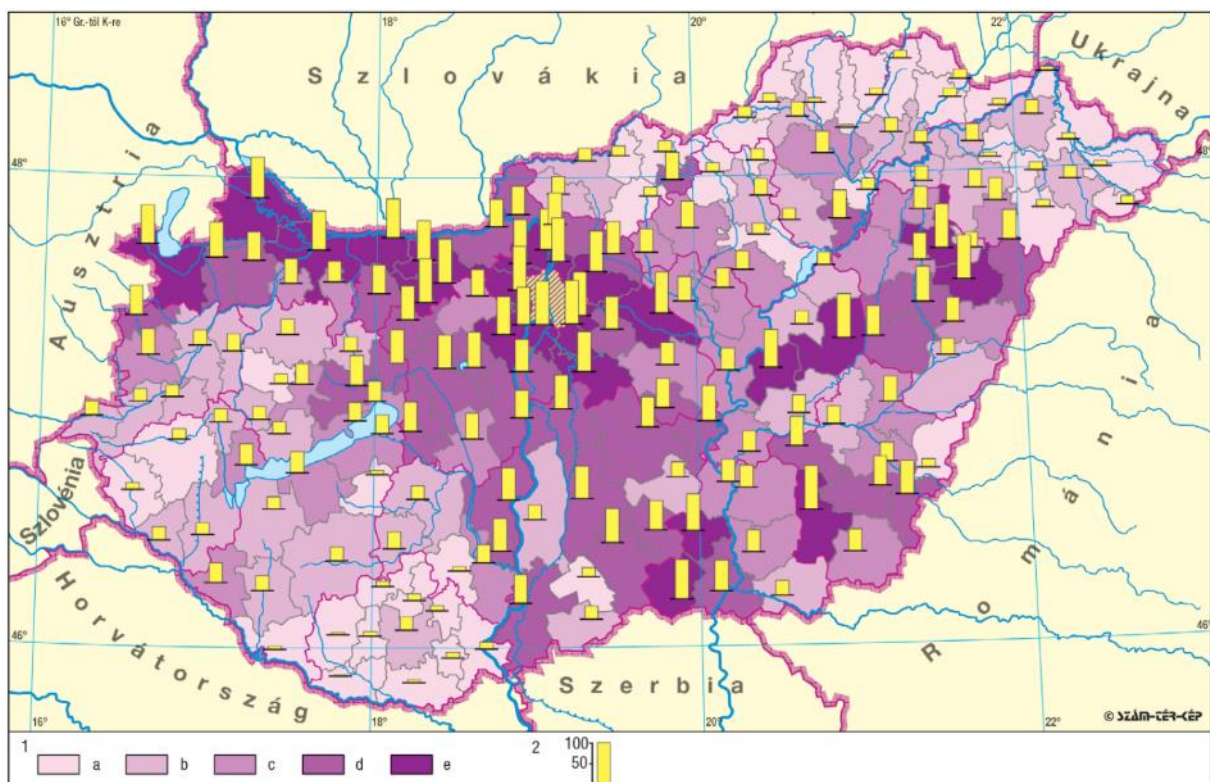


Jelmagyarázat: 1 – nagyon távoli járások; négy óránál több elérhetőségi idő; 2 – távoli járások; három és négy óra közötti elérhetőségi idő; 3 – közepes távolságú járások; két és három óra közötti elérhetőségi idő; 4 – közeli járások; egy és két óra közötti elérhetőségi idő; 5 – nagyon közeli járások; legfeljebb egy óra elérhetőségi idő;

Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertődi Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:29) (szerk. Bottlik Zs.)

A térkép (21. ábra) alapján látható, hogy az elérhetőség nem egyszerűen a sokszor emlegetett nyugat–kelet fejlődési irányt jelöli (Kulcsár et al. 2017), mivel – ha leszámítjuk Budapest kiváló közlekedési lehetőségeit – a kastély körül mintegy félkörben helyezkednek el az egyes kategóriák. Ez alapján nemcsak az Északkeleti régió, hanem a Délnyugati régió is hátrányosabb helyzetben van a kastély elérhetősége szempontjából. Az egyszerű elérhetőségi különbségek nem tartalmaznak különösebb meglepetést. A Fertő elérhetősége a romániai és az ukrain határtól, vagy a Dráva partjától elég távolinak tűnik. A kérdés az, hogy a földrajzi távolság összefüggésben van-e, és ha igen, milyen mértékben a kastély látogatottságával. Ha a 21. ábra térképét szemügyre vesszük, az látható, hogy a látogatók 10 000 (hétéves és idősebb) főre számított gyakorisága összefügg ugyan a földrajzi elérhetőséggel, de ez az összefüggés nem egyértelmű.

21. ábra: Az Esterházy-kastély látogatóinak földrajzi elérhetősége és gyakorisága

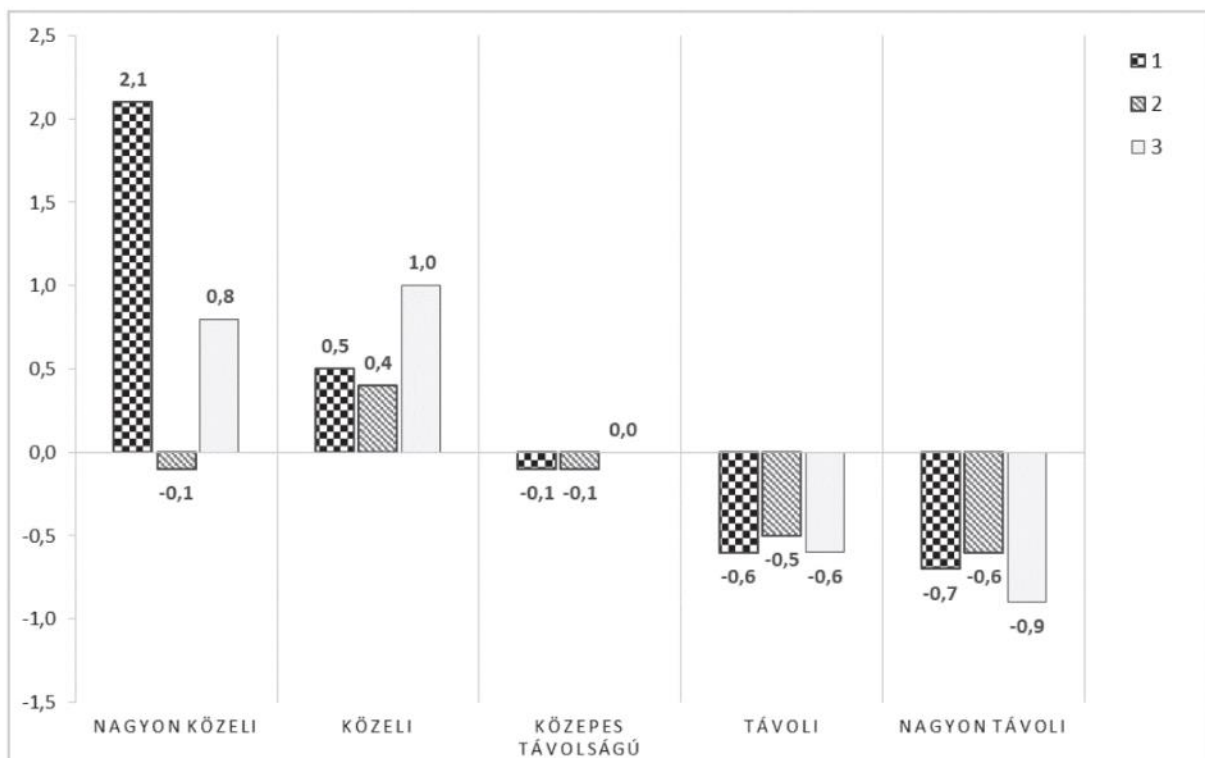


Jelmagyarázat: 1 – elérhetőség: a – nagyon távoli járások; négy óránál több elérhetőségi idő; b – távoli járások; három és négy óra közötti elérhetőségi idő; c – közepes távolságú járások; két és három óra közötti elérhetőségi idő; d – közeli járások; egy és két óra közötti elérhetőségi idő; e – nagyon közeli járások; legfeljebb egy óra elérhetőségi idő; 2 – gyakoriság: az oszlopok magassága a látogatók 10 000 hétéves és idősebb népességre jutó számát jelzi

Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertői Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:30) (szerk. Bottlik Zs.)

Vannak olyan járások, amelyek földrajzilag a távolabbi kategóriába esnek, mégis a kastély látogatottsága ennek ellenére magasabb a körükben. Ezt az eredményt több tényező is okozhatja: egyrészt lehetséges, hogy a néhány távolabbi járásban intenzívebb turisztikai mozgás indult meg a Sopron felé vezető úton (Sopron – Ausztria), s közbülső megállóként megnézték az Esterházy-kastélyt, vagy a Fertő vidékére irányuló turizmus egyik ajánlott időtöltése lehetett a kastély megtekintése. Másrészt az is lehetséges, hogy a magasabb kulturális motivációjú turisták kifejezetten a kastélyt és más kulturális örökség turisztikai attrakcióit keresték. A fentiek közül bármelyik magyarázat vagy azok kombinációja is lehetséges. Mindenesetre a 21. ábra jelzései felvetik a földrajzi és a kulturális távolság kapcsolatának kérdését. Az elemzés következő lépése ennek megfelelően az lehet, hogy vizsgálatra kerül az elérhetőség és a társadalmi-demográfiai jellemzők kapcsolata.

22. ábra: Az elérhetőség mentén tipizált járások társadalmi-gazdasági profiljának néhány jellemzője (standardizált értékek)



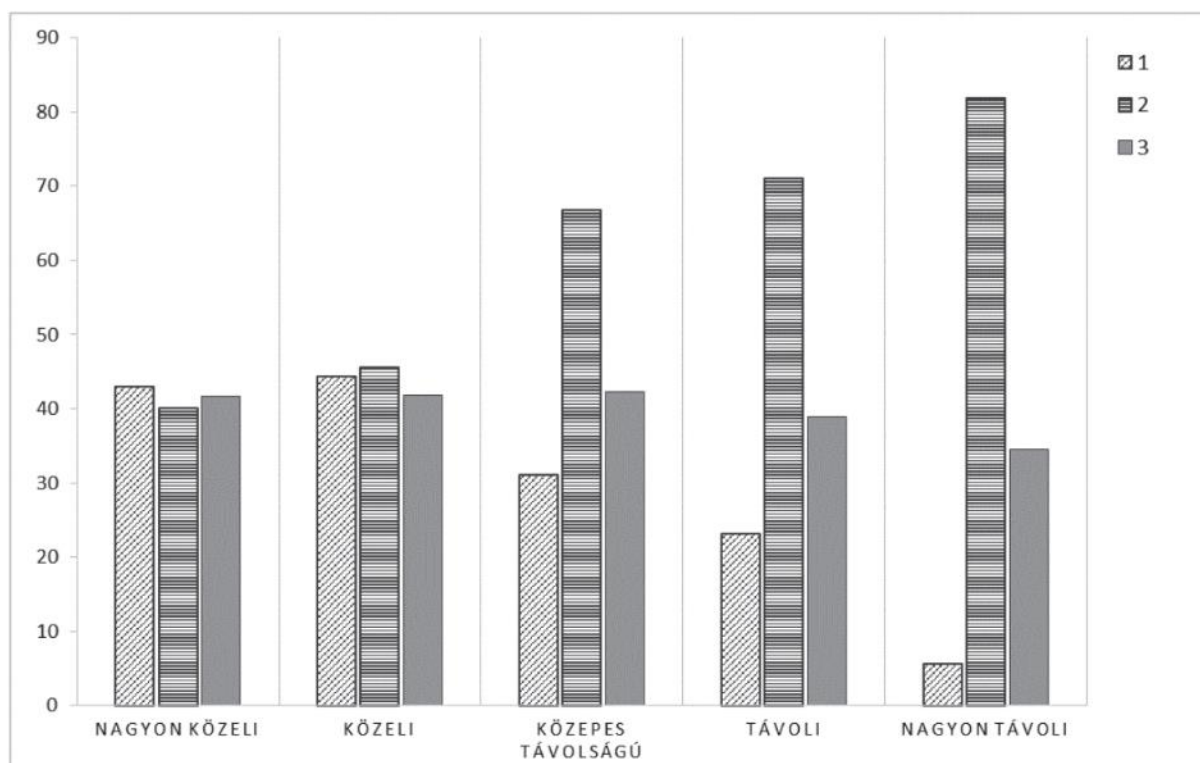
Jelmagyarázat: 1 – Látogatók száma 10 000 hétévesnél idősebb lakosra; 2 – Diplomások száma 10 000 hétévesnél idősebb lakosra; 3 – Egy főre jutó jövedelem, 2016

Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertődi Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:31)

A földrajzi és a kulturális távolság nem független az adott távolságtípusok társadalmi-gazdasági jellemzőinek sajátosságaitól. A 22. ábrán három változó alakulása látható az elérhetőség csoportjai mentén; az összehasonlíthatóság kedvéért mindhárom változó standardizált értékei kerültek összevetésre. Az ábrán látható, hogy a társadalmi-gazdasági változók az elérhetőség romlásával különböző mértékben ugyan, de egyre negatívabb adatokat mutat. A látogatók gyakorisága határozottan csökken az elérhetőségi idő növekedésével. Az életszínvonal 1 főre jutó jövedelemmel jelzett mutatójának romlása is szembetűnő, minél távolabb kerülünk a nyugati határszéltől, illetőleg Budapesttől. A diplomások aránya viszont sokkal kiegyenlítettebb képet mutat: a közepes távolságban lévő járásoktól mutat csökkenő tendenciát, de nem olyan mértékben, mint a jövedelem vagy a látogatottság.

A kiinduló kérdésfeltevést – a két típusú távolság viszonyát – vizsgálva Lee (1966) migrációs elmélete kerül alkalmazásra, miszerint a migráció esetében alapvetően fontos az úgynevezett közbülső akadályok leküzdése, amelyek a taszító (push) és a vonzó (pull) tényezők között mutatkoznak. Ezt a meglátást központi jelentőségűnek és kis változtatással alkalmazhatóak. A kiinduló pont és a cél egyértelmű, a vándorlást pedig a látogatással lehet helyettesíteni. A vonzó tényezőt az Esterházy-kastély által megjelenített örökségturisztikai érték jelenti, a taszító – ebben az esetben inkább „késztető” – faktort pedig a kulturális motiváció, kulturális szint, amelyet, mint említettük korábban, a diplomások arányával került mérésre. A téma esetében a távolság a közbülső akadály, s mivel annak járásonkénti mértéke az egyes elérhetőségi típusokban állandónak tekinthető, a közbülső akadály átlépéséhez a kulturális távolság „mértéke” nyújthat segítséget. Másképpen fogalmazva azt vizsgálom, hogy a kulturális távolság támogatásával milyen arányban tudják átlépni a közbülső akadályokat a különböző földrajzi távolságban élők. Az feltételezhető, hogy ez az arány az egyes távolságoktól függően változik, s az is feltételezhető, hogy minél közelebb van a turisztikai célpont fizikailag a lakóhelyhez, annál kisebb lesz a kulturális távolság szerepe.

23. ábra: A földrajzi távolságot „átlépő” kastélylátogatók aránya (3 – összesen) 1– az átlagnál magasabb és 2 – az átlagnál alacsonyabb kulturális színvonalú (diplomás) népeiséggel bíró járások esetében a földrajzi távolság csoportosítása szerint



Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertői Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:31)

A 23. ábra adatai alátámasztják ezt a feltételezést, mivel látható, hogy a közepes és távolabbi térségekben a látogatók azon járások esetében gyakoribbak, amelyekben az átlagnál magasabb a diplomások aránya. Az is látható az ábrában, hogy a nagyon közeli és a közeli járásokat illetően a kulturális távolság nem befolyásolta a látogatottság mértékét, mivel esetükben lényegében azonos a látogatók aránya, akár alacsony a kulturális szint (azaz a diplomások aránya átlag alatti), akár magas (a diplomások aránya átlag feletti). Más szóval ez azt jelenti, hogy ilyen közeli földrajzi távolságban a kastélytól kisebb kulturális távolsággal rendelkezők (a magas iskolai végzettségűek) szinte azonos arányban találhatók a látogatók között, mint a kevésbé iskolázott másik csoport.

Ez a helyzet azonban megváltozik a földrajzi távolság növekedésével. A látogatók egyre nagyobb arányban kerülnek ki azokból a járásokból, amelyek közepes mértékű, vagy annál nagyobb földrajzi (elérhetőségi) távolságban vannak ugyan a kastélytól, de a kulturális távolságuk (a magasabb diplomával rendelkezők aránya) lényegesen kisebb. Az eltérés minden esetben szignifikáns, közepes távolságú járásoknál 0,050, távoli járásoknál 0,001 és a nagyon

távoli járásoknál 0,000. Ez azt jelenti, hogy – Lee kategóriájával élve – a fizikai (elérhetőségi) távolság növekedésével a kulturális távolság jelentősége nő. Minél inkább távol van földrajzilag egy járás a kastélytól, annál nagyobb a szerepe a kulturális szintnek, amely „áthidalhatja” a földrajzi távolságot és emelheti a látogatottság arányát a közepes távolságú, a távoli és nagyon távoli járások esetében.

Kimondható tehát, hogy ugyan a földrajzi távolság növekedésével csökken a kastélyt látogatók aránya, de ha a kulturális távolság ellentétesen mozog a földrajzi távolsággal, akkor a kulturális távolság szignifikáns mértékben befolyásolja a látogatottságot.

Ez az összefüggés összevetésre került az egy főre jutó jövedelem változójával, mely alapján elmondható, hogy a jövedelem eloszlása majdnem minden elérhetőségi típus esetében gyengítette a látogatottság és a diplomások aránya között meglévő összefüggést. A kulturális távolság látogatást ösztönző hatása csak a közepes távolságú járások esetében maradt majdnem szignifikáns, de a korreláció értéke valamelyest csökkent ott is: a korreláció, illetve a szignifikanciaérték a jövedelem hatásának kiszűrése előtt 0,444 – 0,002, a jövedelem hatásának kiszűrése után pedig 0,393 – 0,090. A jövedelemszint tehát komoly befolyást gyakorol a látogatottságra, és nemcsak a kulturális szinten keresztül, hanem a távolsághoz kapcsolódó költségtényezőkön keresztül is. Ennek az összetett befolyásoló tényezőnek alaposabb feltárása szintén az elkövetkező vizsgálatok feladata. A nagyon közeli és közeli kategóriában, ahogy az várható is volt, a parciális korreláció számítása sem hozott szignifikáns eredményeket, tehát a jövedelem szintje sem gyakorolt hatást a látogatottságra.

Megfontolandó viszont az az eredmény, hogy a nagyon távoli elérhetőségi típusnál a jövedelemszint standardizálása a korábbi erős szignifikáns pozitív összefüggést a kulturális távolság és a látogatottság között szinte teljesen eltüntette. Feltételezhető, hogy e két tényező együttesen viszont szignifikánsan jelzi előre a kastély látogatottságát a *nagyon távoli járások* esetében. Az adatok igazolják is ezt az összefüggést, mivel a jövedelemszint és a kulturális távolság együttesen jelentősen hat a látogatottsági szintre: a regressziószámítás eredményei alapján a korrelációs együttható 0,715, a szignifikanciaszint pedig 0,000 (20. táblázat).

20. táblázat: A kulturális távolság és az egy főre jutó jövedelem (2016) együttes hatása a látogatottságra a lineáris regresszió számítása alapján

Földrajzi távolság (közúton való elérhetőség) típusai	Korrelációs együttható	R ² értéke (%)	R ² korrigált értéke (%)	A szignifikancia szintje	A járáások száma
Nagyon közeli	0,671	45,1	32,9	0,067	12
Közeli	0,189	3,6	-3,8	0,623	29
Közepes	0,474	22,5	18,7	0,005	44
Távoli	0,281	7,9	4,6	0,097	60
Nagyon távoli	0,715	51,1	47,3	0,000	29
Együttesen	0,441	19,4	18,5	0,000	174

Forrás: A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertődi Esterházy-kastély? (Vizi et al. 2019:32)

A nagyon távoli járáások esetében a jövedelem tehát a kulturális távolsággal együtt jelentősen befolyásolja a látogatottság alakulását. Ebben valószínűleg a közlekedési költségek is szerepet játszanak. *A nagyon közeli és közeli járáásoknál* a kulturális távolságnak és a jövedelemnek nem mutatható ki szignifikáns kapcsolata a látogatottsággal. Ezekben a járáásokban a regresszióelemzés tanulságai szerint a jövedelem magas negatív, a kulturális távolság magas pozitív együtthatói egyszerre vannak jelen. *A közepes távolságú és a távoli járáások* esetében a kulturális távolság regressziós együtthatója igen magas értéket kapott, a jövedelemé viszont alacsony és negatív értékkel szerepelt. Látható tehát, hogy a kulturális távolság ennél a két típusnál erőteljesebb, ugyanakkor a közepes távolság típusnál az eredmény szignifikánsnak bizonyul: a korrelációs együttható 0,474, a szignifikanciaszint pedig 0,005.

6.3. A fertődi Esterházy kastély térségi szereplőinek elemzése

6.3.1. Térségi szereplők elemzése

Az elemzés célkitűzése az, hogy megmutassa, hogy egy jelentős kulturális, művészeti és turisztikai adottságokkal reprezentáló kastély, az Esterházy-kastély, Magyarország nyugati határán, a Fertő tó mellett, hogyan kapcsolódik össze a térségében található idegenforgalmi, kulturális kezdeményezésekkel, programokkal. Az Esterházy-kastély Európa 3. legnagyobb

barokk-rokokó kastély-együttese Versailles és Schönbrunn mögött. A kastély, mint a magyar épített örökség része, a 21. század eleji folyamatos felújítása, megújulása előtt is rendelkezett bizonyos kulturális, turisztikai élettal, esetenként számottevő turisztikai látogatottsággal (gyógyfürdő, kerékpárturizmus, borturizmus), de egy olyan jelentős attrakció, mint az Esterházy-kastély, belépése a helyreállítás és a régi fénykorát idéző programjainak bevezetése után, alapjaiban megváltoztatta a térség turisztikai helyzetét. A helyzet megváltozása a korábnál jobban láthatóvá tette az érintett települések közötti turisztikai egyenlőtlenségeket és az egyenlőtlen fejletlenségből eredő problémákat. Világossá vált, hogy a jövőről, a fejlődésről szóló gondolkodás során a települések, az önkormányzatok, de még a turisztikai vállalkozások esetében sem kerülhető meg az Esterházy-kastély komplex, integrált tevékenysége, programjai. A tanulmány a térség meghatározó szereplőivel készített interjúk elemzésével tárja fel az új helyzethez való alkalmazkodás pozitív és negatív vonásait.

A Kastélyegyüttes felújítása és funkcióba való helyezése folyamatosan újabb és újabb projektek révén előremutatóan halad, de a kulturális és turisztikai központ jellege ma már vitathatatlan. A komplex felújítás mögött húzódó koncepciótervek nem egyszerűen egy múzeum helyreállítását célozzák, hanem olyan funkciók érvényesülését támogatják, amelyek az Esterházy-kastélyt a szűkebb és tágabb térség kulturális, turisztikai, tudományos központtá tudja majd emelni.

Egy térség lakosságának társadalmi, kulturális összetétele meghatározza a térségben lévő idegenforgalmi intézményekhez fűződő viszonyt, s így annak a marketing tevékenységnek is a hatékonyságát, amelyek ezeket az intézményeket jellemzik. A kulturális turizmushoz kapcsolódó marketing a térség adottságaitól függően irányul az örökség turizmusra, az örökség turizmus intézményeire. Gazdasági jelentőségét tekintve a kulturális örökség körébe tartozó épületegyüttesek, mint például egy kastély együttes, vagy egy történeti, kulturális értéket képviselő kilátó, vitátlanul a területi tőke részét alkotják. Helyzetük, fejlesztésük a térség állapotát, versenyképességét jellemző indikátor. Velük kapcsolatos tudás a térségre jellemző tudástőke alkotó eleme, amelynek szoros kapcsolata van a térségre jellemző társadalmi tőkével. Oppio et al. (2015) hozzátézik, hogy a kulturális tőke kapcsolata a gazdasági növekedéssel és a térségben élő emberek jóllétével szintén egyértelműen pozitív.

Caserta and Russo (2002) megkülönböztet elsődleges turisztikai termékeket és másodlagos turisztikai terméket. Az elsődleges turisztikai termék maga a kulturális örökséget képviselő intézmény (Esterházy-kastély), a másodlagos turisztikai termék az adott térségben fellelhető attrakció. Témánk szempontjából azonban ez az összefüggés viszonylagos jellegű. A kastély

lehet elsődleges és másodlagos turisztikai termék jellegű is, éppúgy, mint a térség többi turisztikai terméke.

Egy történelmi műemlék helyreállítása tehát nem kizárólag restaurátori, építészeti kérdés. A rekonstrukció folyamatát nem szabad csak az érintett épületek és szűkebb környezetük helyreállításaként értelmezni. Az épített örökség egy-egy tárgya, mint ahogy Winkler megjegyzi (2002) nem szakítható el történelmi, térségi szerepétől. A helyreállítás folyamata tehát magában foglalja az újjáéleszthető funkciók megteremtését is, valamint az újjáéleszthető funkciók történelmi, az identitást erősítő szerepét.

Ez a többirányú viszony jelzi, hogy a kastély együttes turisztikai tevékenysége nem szakítható el a térség turisztikai tevékenységétől. A gyakorlatban azonban nem ilyen egyszerű a helyzet. A térség turisztikai szereplőinek fel kell ismerni, hogy érdekük az együttműködés. A térség turisztikai attrakcióinak - együttműködése jelentős szinergikus hatásokat eredményezhet, amely kedvezően befolyásolja a szereplők helyzetét.

Az együttműködés két különböző turisztikai program között nem lehetetlen. Ennek a kapcsolatnak jó példája a térségben a gyógyfürdő turizmus kapcsolata és az idősebb generáció növekvő aktivitása az örökség turizmus területén. Hansen és Zipsane (2014) szintén a kulturális örökség helyszínek és az idősebb generáció erősödő kapcsolatára hívta fel a figyelmet. Korábban a fiatal generációk részvételére fordítottak különösen nagy figyelmet, mint pl. az iskolai programok (pl. tanulmányi kirándulások) keretében, mostanában viszont egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek az idősebbek kulturális örökséggel kapcsolatos turisztikai aktivitására. Ez a példa jól mutatja azt az előnyt, amely a Kastély és a térség együttműködéséből származik. A gyógyfürdő és a kastély, mint idegenforgalmi attrakció, szerencsésen kiegészíthetik egymást, ha az illetékes szereplők kooperációja megfelelő.

További szempontként figyelembe kell venni az általános, valamint a turisztikai szolgáltatásokkal összefüggő infrastrukturális állapotot. A térség településeinek helyzete komoly egyenlőtlenségeket mutat ebből a szempontból, s ezen túlmenően a Kastély egyes programjainak vonzerejét csökkentik az infrastrukturális hiányosságok. Többször szóba került, hogy a Kastély magas kultúrával kapcsolatos programjainak látogatottságát (pl. a Haydn zenei programok) akadályozza, hogy a térségben nincs megfelelő minőségű és számú kereskedelmi szálláshely.

Az alapvető megközelítés arra irányult, hogy a legfontosabb turisztikai szereplők mennyire tekintik egységben a kastélyt és a kastélyt körülvevő térséget. Ez a megközelítés nagyon fontos,

mivel a jobbra kisebb, egymással legfeljebb laza kapcsolatban lévő térségi turisztikai attrakciók nem tudják kihasználni a térség adottságait. Másoldalról az Esterházy-kastély turisztikai fejlesztése, ami több mint annak egyszerű helyreállítása, sem történhet az őt körülvevő szűkebb és tágabb környezettől elszigetelten.

A vizsgálat a térségben élő és működő vállalkozókkal, polgármesterekkel és önkormányzati képviselőkkel, idegenforgalmi szakemberekkel került lefolytatásra. A meginterjúvott személyek között szerepelt többek között az Esterházy család családfője, Esterházy Antal herceg és felesége is²⁴. Az interjú két alapvető témára koncentrált: (1) Az adott mikro térség erőforrásai és turisztikai helyzete, valamint (2) az újjáépített fertői Esterházy-kastély funkciói, programkínálata, valamint látogatottsága. A meginterjúvott szereplők munkájuk, befolyásuk révén jelentős mértékben formálják (és formálták az elmúlt évtizedekben) a turisztikai tevékenységet a térségben. Egyrészt vállalkozásaik révén, másrészt a térség településeinek fejlesztését meghatározó személyekként, harmadrészt pedig természetvédelmi szakembereként. A térség döntési helyzetben lévő, meghatározó idegenforgalmi szakembereinek tevékenysége, véleménye jelentős mértékben meg tudja könnyíteni, vagy nehezíteni a kastély törekvéseit, kapcsolódását a térséghez, és ami a legfontosabb: a hatékony együttműködést.

6.3.2. A térség turisztikai stakeholdereinek véleménye a térség versenyképességéről

A térség turisztikai versenyképességéről kialakult vélemények döntő fontosságú alkotóeleme az, hogy a turisztikai programok, azok infrastrukturális alapjai milyen mértékben koordináltak, s továbbá, hogy a térség turisztikai marketing tevékenysége milyen mértékben fragmentált. Ha minden attrakció csak a saját szűk környezetére koncentrálna, vagyis a turisztikai programok koordinálása alacsony fokú, a versenyképesség nem lesz megfelelő. Különösen igaz ez, olyan térségben, ahol egy kiemelkedő turisztikai attrakció dominálja a térséget.

Az interjúkból kiderül, hogy a helybéli, a turizmusban közvetlenül érintett szereplők eltérő módon látják a térség versenyképességének helyzetét. Ausztria közelségét inkább hátránnyként élik meg, mint előnyként. Azt azonban nem látják, nem ismerik fel, hogy ez a hátrányosabb helyzet még erősebben tartaná szükségesnek az együttműködést. Az Esterházy-kastély vezető szerepét elismerik és ennek megfelelően várakozással tekintenek rá. Félő, hogy erre való tekintettel kissé felmentve érzik magukat a szükséges cselekvések alól. Ez alól a hegykői vezetés szinte csak az egyedüli kivétel. (10.5. melléklet)

²⁴ Az interjúk a következő személyekkel készültek: 5 polgármester és önkormányzati képviselő; 3 idegenforgalmi vállalkozó; 6 turisztikai civil szervezet vezetője; herceg Esterházy Antal és felesége.

Az interjúk szövege a 10.5. mellékletben szerepel. Bárminemű beazonosítás elkerülés érdekében az interjúszövegek véletlenszerűen kerültek beválogatásra.

Megállapítható, hogy a térség turisztikai tevékenységében befolyásos szereplők egy része a legjelentősebb problémát az összefogás, az együttműködés hiányában látja hosszú évek óta. Elismerik, hogy a történelmi sajátosságok révén sikerült megóvni a térség természeti értékeit, de azt látni kell, hogy azok a szereplők, akik hagyományosabb felfogásban vállalkozás-orientáltak, a Nemzeti Park szerepében, a Világörökség szerepében inkább akadályozó tényezőt látnak, mint előnyt. Ausztria közelsége részben előnyt, részben hátrányt jelent. Előny a térség vonzerejét tekintve, főként a távolabbi vidékek lakosai számára, és hátrány a térség versenyképessége szempontjából, amelyek közül kiemelhetők az alacsony minőségű turisztikai infrastruktúra és a hiányos szolgáltatások. Az osztrák piac irányában eddig megtörtént marketingtevékenység nem hozott eredményt.

6.3.3. A térség turisztikai stakeholdereinek véleménye a fertődi Esterházy-kastélyegyüttes vonzerejéről

A szereplők mindegyike elismerően szólt a Kastély újjraélesztéséről, európai jelentőségéről, jelenlegi vezetőinek törekvéseiről. Azt azonban kiemelték, hogy a Kastély és a település (Fertőd) kisugárzása, fejlettsége, képviselt hangulata között jelentős különbség van a település hátrányára, kárára. A fejlettségbeli eltérések, az infrastrukturális problémák nehezítik a Kastély exkluzív programjaira látogató vendégek ott tartását a programok után, a multiplikatív turisztikai hatások érvényesülése érdekében.

Kisebbségi nehézségeket említettek a megkérdezettek a kastély részéről az idegenvezetés, a kiszolgálás területén. Javaslatokat tettek a vendégek megnyerésére, a korhű ruhák alkalmazására vendégvárás és az idegenvezetés területén. Gyengébbnek találták még a marketing kommunikációt, a tájékoztatási gyakorlatot. (10.6. melléklet)

Az Esterházy-kastély esetében kiemelték azt, hogy az új vezetők tevékenysége révén megszűnt „zárvány” jellege. Egyedülálló kulturális, művészeti, idegenforgalmi látványosságként értékelik. Az infrastruktúra hiányosságai magának a kastélynak és a kastély környezetének is jelentős problémát okoznak. A kastélyt körbe vevő kisváros – amely inkább rurális jellemzőkkel rendelkezik – fejlettsége jelentős mértékben elmarad a kívánatostól.

A megkérdezett térségi szereplők továbbá megemlézték a hiányosságok között a programokhoz fűződő korhű megjelenések hiányosságait, az idegenvezetés nem kellő ötletgazdagságát. Ezek a kritikák a véleményezőik szerint rontják a programok minőségét,

összhangját. A programok azonban ettől eltekintve felidéznek a kastélyban a 18-19. század kiemelkedően gazdag európai színvonalú, gazdag kulturális életének hangulatát. Javaslatokat tettek a vendégek megnyerésére, a korhű ruhák alkalmazására a vendégvárás és az idegenvezetés területén.

Összefoglalva megállapítható, hogy a térség turisztikai tevékenységében a stakeholder szereplők egy része a legjelentősebb problémát az összefogás, az együttműködés hiányában látja hosszú évek óta. Elismerik, hogy a történeti sajátosságok révén sikerült megővni a természet értékeit, de azt látni kell, hogy azok a szereplők, akik hagyományosabb felfogásban vállalkozás-orientáltak, a Nemzeti Park szerepében, a Világörökség szerepében inkább hátrányt, akadályozó tényezőt látnak, mint előnyt. Ausztria közelsége részben előnyt, részben hátrányt jelent, azaz az osztrák piac irányába eddig megtörtént marketing tevékenység nem hozott eredményt. Előny a térség vonzerejét tekintve, főként a távolabbi vidékek lakosai számára, részben hátrányt, mert versenyképesség tekintetében több szempontból hátrányban van a térség. Ezek közül kiemelkedik az alacsony minőségű turisztikai infrastruktúra, a hiányos szolgáltatások.

A térség befolyásos szereplői maguk is úgy látják, hogy egy komplexebb térségi marketing aktivitás saját turisztikai tevékenységük számára is kiemelt fontossággal bír. Ez a vélemény jó alap lehet arra, hogy a térség turisztikai tevékenységét és annak marketing tevékenységét átgondoltan kapcsolják össze a jövőben. Ez az együttműködés azonban nem fogja a problémákat megoldani, csak akkor, ha jelentős vállalkozói tőkét sikerül bevonni a települések, elsősorban Fertőd fejlesztésébe.

6.4. A turisztikai szolgáltatások és a turisztikai tér érzékelésének valóságtorzítása

A Nordburgenland-i turisztikai vendégfogadás tekintetében felmerül a kérdés, hogy a jelentős turisztikai vendégéjszakaszámhoz kapcsolódva – elsősorban május-októberi turisztikai idényben (ausztriai időszaki lehatárolás nyári féléve) – játszhat-e szerepet a Fertő tó magyarországi oldala, mint kínálati kirándulói célterület? Az odaérkező látogatók esetében lehet-e, van-e jelentősége a magyarországi attrakcióknak?

Jelen részben az került vizsgálatra, hogy a Fertő tó, mint egységes, határokon átnyúlóan együttműködő turisztikai desztináció értelmezhető-e egy turisztikai térként. Két turisztikai elem, egy szálláshelyszolgáltatási weboldal elemzés és a Fertő-tavi kerékpárturizmus osztrák

oldali információk elemeinek alapján is megvilágításra kerül, hogy Ausztria alapvetően egyoldalúan – üzleti érdekei szempontjából – érdekelt az együttműködésben.

A turizmus egy teljes mértékben profitorientált gazdasági tevékenység, hiszen minden közismert szakmai elemében azok a mutatók a legrelevánsabbak, amelyek mögött az üzleti tevékenység profitorientáltan tud működni a befektetők, tulajdonosok, a helyi társadalom érdekében. A GDP-hez való hozzájárulás, a helyi adók, hogy csak a legalapvetőbbekre fókuszáljunk a teljes multiplikatív rendszerre való kitekintés nélkül. És kifejezetten hangsúlyozni kell az osztrák turizmuspolitika esetében a helyi lakosság életminőségével kapcsolatos prioritásokat. (lásd 5.1.2. fejezet). Ha feltesszük a kérdést, hogy egy jól működő turisztikai térségnek érdekében áll-e egy másik térségbe, egy ilyen határterületen egy másik országba a saját vendégeiket „átküldeni”, akkor a válasz egyértelműen úgy fogalmazható meg: csak és kizárólag akkor, ha az „átküldésnek” pozitív multiplikatív hatásai vannak a „küldő térségre” vonatkozóan. Ebben a viszonylatban csak így érdemes a kérdést feltenni, ezen gondolatosság mentén kell a vizsgálati eredményeket értékelni. Ehhez kapcsolódóan megjegyzendő, hogy a Sopron-Fertő térség esetében éppen az osztrák oldal élményígéretével (lásd 5.1.1. fejezet) lehet olyan kommunikációt folytatni, amely a Sopron-Fertő térségbe képes létszámában jelentősebb vendégkört hozni. Konkrét üzleti vállalkozás tekintetében erre példa is mutatható: a Hotel Sopron nyitóoldalán rendszeresen osztrák turisztikai attrakcióval hirdetik a térséget és pozícionálják önmagukat.

Két témakörben került vizsgálatra a valóságtorzítás, mint az üzleti érdek érdekérvényesítésének eszköze kérdéskör a Nordburgenland-i turisztikai térség esetében.

Az első kutatói kérdés, hogy kommunikációjukban az osztrák szálláshelyszolgáltatók felhívják-e a figyelmet a szomszédos országra? Erre a kérdésre a szálláshelyi kommunikációjuk vizsgálatával lehet választ adni. A nem szálláshelyi kommunikáció tekintetében álljon ismételt példaként a Burgenland Stratégiai és annak magyarországi kapcsolata (lásd 5.1.2. fejezet).

A másik vizsgált témakör a magától legértetődőbb jelenség, a tavat körbeölelő kerékpárútszettel kapcsolatos megfigyelés. Kutatói kérdésként megfogalmazódott: támogatják-e, kommunikálják-e azt a lehetőséget a burgenlandi turisztikai szereplők, hogy itt egy fantasztikus turisztikai attrakció található, egy nap alatt is akár körbe kerékpározható, országhatár nélküli tó? A természetföldrajzi adottságok és helyszíni bejárások alapján kijelenthető, hogy Ausztria nagyszámú körbekerekezhető tóval rendelkezik, kiváló turisztikai

infrastruktúrával, beleértve a kerékpárút fizikai minőségét és a kapcsolódó szolgáltatási minőséget is. Azaz egy hagyományosan sikeres osztrák turisztikai terméktípus egy szomszédos országgal összefüggésben milyen megítéléssel rendelkezik? A második vizsgálat tehát azt járja körbe, hogy a Fertő tó osztrák oldalán miként gondolkoznak. A kerékpárturizmus tradicionálisan kiemelt turisztikai terméke Burgenlandnak és a tartományon belül a Fertő tónak is.²⁵

A kérdésfeltevés kapcsán kutatói hipotézisem, hogy az osztrák turisztikai szereplőknek nem érdekük a saját gazdasági érdekszerükön kívülre küldeni a magas diszkrecionális jövedelemmel rendelkező saját vendégkörüket (lásd 5.1.2. fejezet). Ennek egy további aspektusa, hogy a magas jövedelemmel rendelkező második otthonos tulajdonosokat ugyanúgy nem szeretnék fogyasztóként elveszíteni (lásd 5.1.2. fejezet).

Számos további vizsgálatot lehet még lefolytatni, de az a két kutatás alapjaiban megmutatja az osztrák turizmus gazdasági érdekeit és az azokhoz kapcsolódó piacvédő és – nem túlzás állítani – protekcionista szakmai tevékenységüket.

6.4.1. A Nordburgenland / Neusiedler See turisztikai régióban található szálláshely szolgáltatók honlapjainak vizsgálata

A vizsgálat arra kereste a választ, hogy a Fertő tó ausztriai térségében (Nordburgenland / Neusiedler See Tourismus Region) a szálláshely szolgáltatók milyen információkat jelenítenek meg a szomszédos Magyarországgal kapcsolatban, vagyis a szálláshely szolgáltatóknak milyen szerepe van a turisztikai marketingben. Ezen szolgáltatóknak milyen szerepük lehet egy határmenti turisztikai desztináció sikerében, miként vesznek részt a turisztikai kereslet-kínálat működésének elősegítésében, formálásában, annak üzleti sikerében? A kérdésfelvetéshez kapcsolódó vizsgálatban arra került a fókuszpont, hogy megjelenítik-e a szomszédos Sopron-Fertő turisztikai régió vagy tágabb értelemben Magyarország területén elsősorban a napi kirándulások alkalmával elérhető (kerékpárral, személygépkocsival bejárható távolságban lévő) turisztikai attrakciókat. Ajánlják-e azokat a turisztikai lehetőségeket, amelyekkel a teljes Fertő tó térsége megismerhető? Az alapkérdés tágabb összefüggéseiben az, hogy a Nordburgenland-i szálláshely szolgáltatók földrajzi és üzleti értelemben egy térségnek tekintik-e üzleti magatartásuk, kommunikációjuk alapján a Fertő tó osztrák és magyar oldalát? Az egységes turisztikai térnek értelmezhető Fertő tó tekintetében ők is egy egységes turisztikai desztinációban gondolkoznak-e annak valamennyi szinergiáját kihasználva, avagy a saját

²⁵ <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv/mit-dem-rad>

turisztikai gazdasági érdekeltségük mást kíván meg? Hipotézisem, hogy az osztrákok számára Magyarország turisztikai attrakciói nem képviselnek olyan turisztikai értéket, hogy azt szükséges lenne ajánlaniuk saját sikeres működésük érdekében. Sőt, a saját üzleti pozíciójukat tekintve a magyarországi területeken inkább olyan versenytársakat érzékelnek, amely nyomán az együttműködés során mindent megtesznek, hogy a saját piaci helyzetüket ne veszélyeztessék.

A vizsgált térség a Nordburgenland turisztikai régió, korábbi megnevezésben a Neusiedler Tourismus Region. A térség részletes turisztikai-teljesítmény bemutatása megtörtént az 5.1.2. fejezetben. A Nordburgenland térség közigazgatási oldalról összesen 52 települést jelent. A következőkben a közigazgatási beosztással kapcsolatos rendszer kerül bemutatásra a Burgenland Tartomány hivatalos weboldala alapján.²⁶ Azért fontos bemutatni néhány elemben a magukról alkotott képet, mert a magyarországi (turisztikai) kommunikációban ezek a megfogalmazások nem így jelennek meg, sőt a történelem tankönyveinkben és az útikönyvekben sem így találkozunk.

A részletes elemek bemutatására törekvő turisztikai kutatóként azt is bemutatom, hogy egy adott turisztika desztináció mit kommunikál magáról, milyen módon fejezi ki identitását: önazonosság(tudat)át, hovatartozás(tudat)át. Ezekben a következő, önmagukról megjelenített elemekben a Burgenland identitás alapelemeivel is találkozunk (lásd 5.1.2. fejezet). A következő vizsgált tartományi honlapi elemeket 28 idegen nyelvre – a legjelentősebb küldőterületek látogatóinak nyelveire – fordítja a honlap a pontos megérthetőségért (a honlap nem turisztikai honlap).

Freistadt Eisenstadt – Eisenstadt szabad város

1648. október 26. óta császári szabad város, 1925-ben az államigazgatás székhelye lett. A belvárosban, ahogyan kiemelten a Haydngasse-ban is, megmaradt az eredeti barokk jelleg. Joseph Haydn szelleme mindenütt jelen van. Ő az, aki Eisenstadt kulturális város hírnevét is megalapozta. Az Esterházy-kastély, Burgenland legtöbbet fényképezett turisztikai attrakciója, amely Ausztria egyik legjelentősebb nemesi családjának, az Esterházy családnak székhelye. Ma a város a tartomány oktatási és közigazgatási központja. Az „1. Célkitűzés” keretében megvalósuló beruházásokkal Eisenstadt virágzó, technológiai fókuszú központtá fejlődött. Ennek ellenére a tartomány székhelye, Freistadt Eisenstadt megőrizte falusi/vidéki jellegét.²⁷

²⁶ <https://www.burgenland.at>

²⁷ <https://www.burgenland.at/verwaltung/land-burgenland/bezirke-gemeinden/freistadt-eisenstadt/>

Freistadt Rust – Rust szabad város

Nemcsak a „Borászkirály – Winzerkönig²⁸” óta ismert település, hanem már azt megelőzően is a kulturális turizmus gyöngyszeme. Az UNESCO által a Világörökség részévé nyilvánított város gólyáiról is ismert. Ausztria legkisebb szabad városának mintegy 2.000 lakosa van, akik többsége turizmusból és mezőgazdasági bevételből él – különösen a szőlőtermesztésből, borkészítésből.²⁹

Bezirk Neusiedler am See – Neusiedler am See körzete (27 település)

A Neusiedler See kerület ma a vitorlázók, kerékpárosok, szörfösök és korcsolyázók paradicsoma. Ez nem mindig volt így, mivel a tó 1864-1867 közt kiszáradt. A szőlőtermesztés mellett a kerület mentőöveként, a zöldség-gyümölcsstermesztés kapott fontos szerepet³⁰. A tartomány turisztikailag legjelentősebb települése Podersdorf és Illmitz a határon átnyúló Neusiedler See – Seewinkel Nemzeti Parkban találhatóak. A teljes mértékben a szelíd turizmusnak szentelt kerület teret nyújt a gazdasági innovációnak is.³¹

Bezirk Eisenstadt Umgebung – Eisenstadt kerület és környéke (23 település)

A Fertő tó közelsége formálja Eisenstadt kerületet éghajlati és turisztikai szempontból. A térség fontos fesztiváloknak ad otthont Mörbisch-ben és St. Margarethen-ben és a tartomány fővárosával együtt a tartomány politikai közigazgatásának központi része. Az offenzív és előrelátó gazdaságpolitika a kerületet – nem utolsósorban számos üzleti park létrehozásával – a tartomány munkahelyteremtő helyszínévé tette.³²

A Nordburgenland turisztikai térség 52 településéből 33 település rendelkezik turisztikai vendégfogadással (Statistik Burgenland 2024). A térség turizmus-gazdasága egyfajta szemlélettel már bemutatásra került az 5.1.2. fejezetben. Jelen fejezetben a középpontba a szálláshely szolgáltatók bemutatása került. A térségi szálláshely szolgáltatók kiválasztásakor a célkitűzés az volt, hogy a megvizsgált szálláshely szolgáltatók honlapjai a Nordburgenland-i szálláshely szolgáltatókról minél teljesebb képet adjanak, a minta így lehetőség szerint reprezentatív legyen. Valamint az is fontos volt, hogy a megvizsgált szálláshely szolgáltatói rendszer adataiból releváns következtetések kerülhessenek levonásra.

²⁸ Szerzői megjegyzés: a Winzerkönig egy közismert televíziós sorozat az ORF és az ARD koprodukciójában. 2005 és 2009 között 39, egyenként 45 perces epizód készült három évadon keresztül.

²⁹ <https://www.burgenland.at/verwaltung/land-burgenland/bezirke-gemeinden/freistadt-rust/>

³⁰ Szerzői megjegyzés: az egykori Moson vármegye már a császári időkben Bécs zöldség-gyümölcs élelmiszerellátója volt

³¹ <https://www.burgenland.at/verwaltung/land-burgenland/bezirke-gemeinden/freistadt-rust/>

³² <https://www.burgenland.at/verwaltung/land-burgenland/bezirke-gemeinden/bezirk-eisenstadt-umgebung/>

A Burgenland-i turisztikai tevékenység tartományi tulajdonban lévő szervezete a Burgenland Tourismus GmbH (üzemeltető, médiatulajdonos, kiadó és szerkesztő), amelyet 100%-ban tulajdonol a Landesholding Burgenland GmbH. Ez a szervezet felelős a <https://www.burgenland.info/> honlapért, amely európai szinten is az egyik legteljesebb (igényes, informatív, könnyen kezelhető stb.) turisztikai térségért felelős honlap kapcsolódó alhonlapjaival együtt. A szálláshely szolgáltatás tekintetében a booking.com-mal együttműködve egy egyedi szálláshelyfoglalási rendszert üzemeltet az egész tartományra kiterjedően a burgenland.info felületén, saját arculati elemeivel. A tartomány szinte bármely turisztikai vonatkozású weboldaláról (pl. települési honlapokról stb.) közvetve vagy közvetlenül minden szálláskeresőt erre a szálláshely portálra irányítanak (<https://www.burgenland.info/uebernachten/suchen#/unterkuenfte>, továbbiakban portál). A tartományi turizmusért felelős szervezet szakmailag megoldotta, hogy szinte valamennyi szálláshely felkerüljön a portálra (amelyiknek van saját elérhető honlapja). A vizsgálat ezért ezt a honlapot tekinti az adatgyűjtés elsődleges forrásaként.

A kutatás időpontjában (2024. nyár) a keresőportálon összesen 564 db szálláshely volt elérhető a Nordburgenland térségből. Az 52 Nordburgenland-i település közül a keresőben 31 településen volt megjelenített szálláshely. A Turismus 2023 (Statistik Burgenland 2024) kiadványban 33 települést jelentettek meg, mint vendégéjszakával rendelkező település.

A következő, 21. táblázatban a Nordburgenland térség településszintű adatai (látogatók és vendégéjszaka számok) találhatóak.

21. táblázat: Látogatók száma és vendégéjszakák száma a jelentést adó településeken, 2022-2023

Térség / település	Látogatók száma (fő)		Vendégéjszakák száma (db)	
	2022	2023	2022	2023
Neusiedler See	560 021	661 942	1 547 283	1 724 664
Andau	24 279	39 269	43 091	63 350
Apetlon	4 702	4 188	15 990	13 594
Breitenbrunn am Neusiedler See	5 636	5 643	16 026	13 725
Bruckneudorf	2 895	2 778	4 650	4 192
Donnerskirchen	2 685	2 964	10 952	11 229
Eisenstadt	16 642	31 434	35 786	56 805
Frauenkirchen	62 153	62 209	125 028	123 295

Térség / település	Látogatók száma (fő)		Vendégéjszakák száma (db)	
	2022	2023	2022	2023
Gols	10 385	11 035	29 008	23 419
Halbturn	3 790	2 958	7 787	5 940
Illmitz	35 953	36 682	116 953	113 764
Jois	14 708	14 436	37 418	35 756
Kittsee	1 896	2 329	34 561	40 027
Klingenbach	3 825	3 781	7 525	6 605
Mönchhof	3 208	2 858	18 459	15 474
Mörbisch am See	31 568	35 950	96 183	97 526
Neusiedl am See	24 985	24 564	59 324	57 403
Nickelsdorf	2 859	37 560	3 971	141 094
Oggau am Neusiedler See	7 517	7 360	22 605	21 143
Oslip	0	92	0	144
Pamhagen	17 321	14 349	93 004	71 410
Parndorf	69 515	87 981	107 616	132 982
Podersdorf am See	123 335	131 323	380 185	382 356
Purbach am Neusiedler See	10 548	10 553	24 704	23 877
Rust	58 219	60 687	161 211	159 813
Sankt Andrä am Zicksee	7 165	6 473	59 115	59 020
Sankt Margarethen im Burgenland	1 741	1 469	3 552	2 910
Schützen am Gebirge	0	18	0	40
Tadten	0	33	0	53
Trausdorf an der Wulka	1 809	2 204	3 090	3 822
Wallern im Burgenland	2 246	1 921	5 064	4 050
Weiden am See	4 341	13 058	14 411	30 653
Winden am See	737	1 069	2 417	2 705
Zurndorf	3 358	2 714	7 597	6 488

Forrás: Tourismus 2023 (Statistik Burgenland 2024:61)

A táblázatban szereplő települések közt nem szerepel Edelstahl település, a keresőnek viszont eleme. Nickelsdorf nevű település a keresőben nem szerepel, de a térséghez tartozik. A minden évben a település határában megrendezett gigarendezvény több, mint 200.000 látogatót vonz. A rendezvény helyszínét Pannonia Fields Nickelsdorf/at helyszín megnevezéssel

identifikálják.³³ (lásd kutatási terület fejezet Pannonia desztinációnév beépítése a Burgenland identitásba). Ideiglenes kempingje fogadja a vendégeket és az ott megjelenő vendégéjszakaszám mellett további jelentős vendégéjszakaszámot jelent a térség szolgáltatóinak (pl. St Martins Therme & Lodge). Hasonlóan jelentős (bár volumenében kisebb) szezon meghosszabbító szereppel rendelkezik az Extrem Burgenland januári Fertő tó körüli tömegsport eseménye, amely a szezonon kívül rendkívüli foglalásokat generál a térségben.³⁴

A vizsgálat során megállapításra került, hogy a nagyobb férőhelyű szálláshelyek (szállodák, panziók) rendelkeznek olyan weblappal, amely komplex kínálatot mutat a saját szolgáltatásairól és a térségről is. A kisebbek esetében látható, hogy a burgenlandi tartományi honlapon megjelenő elemeket használják, azokat ajánlják fel az érdeklődőknek mind a tervezéskor, mind a helyszínen. Továbbá jellemző, hogy a nemcsak szálláshely szolgáltatást biztosító szálláshelyek (szállodák, panziók stb.), azaz a reggelivel, további vendéglátással, wellnesszel, egyéb szolgáltatással rendelkezők a honlapjukon szélesebb kommunikációs elemeket jelenítenek meg. Így a vizsgálat szálláshelytípusai estében a 22. táblázatban lévő valamennyi szálláshely weboldalát megvizsgáltuk.

Az elemzés szempontjából ki kell emelni, hogy az ausztriai szálláshely statisztikák kategorizálása eltér elmeiben a Magyarországon ismert szakmai rendszertől. A szálláshelyeket a következő, 22. táblázatban látható struktúra szerint rendszerezik. A fogalomrendszer megtalálható a *Tourismus in Österreich 2023 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistik* (Statistik Austria 2024) kiadványban is.³⁵

22. táblázat: Szálláshelystruktúra Ausztriában

Gewerbl. Beherbergungsbetrieb	Kereskedelmi szálláshely
5/4-Stern	4-5 csillagos
3-Stern	3 csillagos
2/1-Stern	1-2 csillagos
Privatquartier nicht auf Bauernhof	Magánszálláshely nem falusi szálláshelyen
Privatquartier auf Bauernhof	Magánszállás falusi szálláshelyen
Campingplatz	Kemping
Kurheim der Sozialvers.träger	A társadalombiztosítási szolgáltatók gyógyhelye
Private und öffentliche Kurheime	Magán- és állami gyógyhelyek

³³ <https://www.novarock.at/>

³⁴ <https://24stundenburgenland.com/>

³⁵ Statistik Austria. Betriebe & Betten. <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/betriebe-betten>

Jugendherberge	Ifjúsági szállás
Ferienwohnung, Ferienhaus	Apartment, nyaralóház
Sonstige Unterkunft	Egyéb szálláshely

Forrás: Tourismus in Österreich 2023 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistik (Statistik Austria 2024)

Megállapítható, hogy a hétköznapi használt Pension / panzió kifejezéssel nem találkozunk a hivatalos statisztikai rendszerünkben. Miközben a szállásfoglalási portáljuk is ettől eltérő kifejezésrendszert használ. A keresőportál estében a megfelelő csillag besorolású hoteleknél szükséges volt a fenti okokból kifolyólag minden ide besorolt szálláshelyszolgáltatót külön megvizsgálni, mert számos esetben a panziók is hotel besorolás alá kerültek. Az elsősorban a 3csillagos hotel keresőben megjelent hoteleknél jelentős számú a Pension / panzió megnevezésű szálláshely.

A vizsgálat a Nordburgenland-i szálláshely teljesítményeken keresztül került elvégzésre. Egyúttal a volumenek is megfigyelhetőek voltak. A Burgenland Stratégia 1.202 üzemegységet jelenít meg, átlagos üzemméretként a nyári időszakra pedig 19,5 darab ágykapacitást ad meg. A keresőportálon megjelenített egységek száma összesen 892 db az alábbi térségi megosztásban:

- Mittelburgenland-Rosalia 93 db
- Nordburgenland 562 db
- Südburgenland 237 db

A vizsgálat a keresőben a következő szálláshelytípusokra vonatkozott (23. táblázat).

23. táblázat: A vizsgálat összegzése szálláshelytípus – vizsgálat száma – település szerint

Szálláshelytípus	találat a keresőben (db)	vizsgált honlap száma (db)	vizsgált településszám (db)
Hotel összesen	49	49	21
Hotel 4*^S	3	3	3
Hotel 4	16	16	10
Hotel 3*^S	6	6	4
Hotel 3	23	23	13
Hotel 2	1	1	1
Campingplatz / Kamping	15	15	10
Gasthof / Fogadó	11	11	7

Bauernhof / Gazdaság	11	11	5
Pension / Panzió	32	32	13
Frühstückpension / Panzió reggelivel	45	45	6
Összesen	163	163	

Forrás: szerző saját szerkesztése és <https://www.burgenland.info/uebernachten/suchen#/unterkuenfte>

A kutatás teljességre való törekvését az mutatja, hogy a keresőportálon a 23. táblázatban található valamennyi kategóriában valamennyi szálláshely vizsgálatra került. A vizsgálat során kellő körültekintéssel elemezve Pension és Frühstückpension esetében összesen 77 egység különíthető el. Több egység is besoroltatja magát mindkét helyre (49+56), ezért megfelelő ellenőrzéseket, beazonosításokat is meg kellett tenni. A táblázatban szereplők esetében ezek azok a kategóriák, ahol a szállásadáson túl további szolgáltatások is találhatóak, és ezek azok a szálláshelytípusok, ahol a saját honlappal rendelkezési arány is 93,25%-os. A táblázatban szereplő szálláshelytípussal 3 település nem rendelkezett.

A 24. táblázat azt mutatja be, hogy a vizsgált szálláshelytípusok közül az adott szálláshely típusok milyen részesedéssel rendelkeznek a 2023. évi vendégéjszaka számokból.

24. táblázat: Vendégéjszakák száma szállás helytípusok szerint Nordburgenland/Neusiedler See, 2022-2023

Szálláshelytípus	Vendégéjszaka szám						
	Belföldi		Külföldi		Összesen		
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	%
Neusiedler See régió	1 037 270	1 120 324	510 013	604 340	1 547 283	1 724 664	11,5%
Kereskedelmi szálláshely	509 317	519 978	296 205	317 607	805 522	837 585	4,0%
4-5 csillagos	258 106	288 948	168 617	184 011	426 723	472 959	10,8%
3 csillagos	202 534	186 683	78 098	79 123	280 632	265 806	-5,3%
1-2 csillagos	48 677	44 347	49 490	54 473	98 167	98 820	0,7%
Magánszálláshely nem falusi szálláshelyen	61 895	54 322	27 898	30 048	89 793	84 370	-6,0%
Magánszállás falusi szálláshelyen	30 456	25 519	14 439	12 727	44 895	38 246	-14,8%
Kemping	222 740	305 572	75 922	136 452	298 662	442 024	48,0%
A társadalombiztosítási szolgáltatók gyógyhelye	34 919	33 233	0	76	34 919	33 309	-4,6%
Magán- és állami gyógyhelyek	86 770	92 430	1 525	1 320	88 295	93 750	6,2%
Ifjúsági szállás	3 020	3 189	430	562	3 450	3 751	8,7%
Apartment, nyaralóház	74 783	72 485	84 336	94 099	159 119	166 584	4,7%

Szálláshelytípus	Vendégéjszaka szám						
	Belföldi		Külföldi		Összesen		
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	%
Egyéb szálláshely	13 370	13 596	9 258	11 449	22 628	25 045	10,7%

Forrás: szerző saját szerkesztése és <https://www.burgenland.info/uebernachten/suchen#/unterkuenfte>

A vizsgált szálláshelytípusok adják Nordburgenland vendégéjszaka számának 85%-át. Amennyiben a „Bauernhof” típusokat is hozzávesszük, akkor akár 90%-ot is elérheti a vizsgált szálláshelyek elemzése. A vizsgálat további eleme, hogy a vizsgált szálláshelytípusoknak a weboldalai kerültek elemzésre. A 163 vizsgált szálláshelyből mindössze 11 nem rendelkezett honlappal (1-1 Camping, Camping Rastplatz, Bauernhof, 2-2 Gasthof és Frühstückpension, 3 Pension).

A 152 vizsgált szálláshely honlapja közül 124 (81,6%) ajánlott is programot saját országába. A weblappal rendelkezők közül 23-an (15%) ajánlanak külföldre programot, egy honlap csak Bratislavát jelzi. Nem számszerűsítve, de megállapítható, hogy az osztrák ajánlatok ötször-tízszer több programot ajánlanak egy-egy honlapon, mint a nem ausztriaiak. Az is látható, hogy a közelben lévő Bratislava/Pozsony/Pressburg népességszáma és gazdasági helyzete miatt egy potenciálisan nagyobb mozgástérrel fog rendelkezni mind a küldőterületi, mind a fogadóterületi oldalról.

A 25. összegző táblázat a TOP 20 Burgenland-i település közül mutatja meg a 14 Nordburgenland-ban található vizsgált település szálláshelyeinek honlapi aktivitását a nem ausztriai vonzerők tekintetében.

25. táblázat: A TOP 14 nordburgenlandi településen vizsgált szálláshelyek adatai, 2023

	Település	Látogató-szám (fő)	Vend.éj szám (éj)	Vizsgált szálláshely (db)	Saját honlap	Hány ajánl Mo-ra programot	Mit ajánlanak?
1	Podersdorf am See	131 323	382 356	40	37	5	Esterházy-kastély, Bratislava, Győr, Brno
2	Rust	60 687	159 813	21	21	1	Fertő-Hanság N. P., Sopron, Eszterháza
3	Nickelsdorf	37 560	141 094	3	3	0	-
4	Parndorf	87 981	132 982	3	3	0	-

	Település	Látogatószám (fő)	Vend.éjszám (éj)	Vizsgált szálláshely (db)	Saját honlap	Hány ajánl Mo-ra programot	Mit ajánlanak?
5	Frauenkirchen	62 209	123 295	2	2	0	-
6	Illmitz	36 682	113 764	20			Esterházy-kastély, Sopron
7	Mörbisch am See	35 950	97 526	23	21	8	kerékpározás, Esterházy-kastély, Fertőrákos, Bratislava
8	Pamhagen	14 349	71 410	1	11		Esterházy-kastély
9	Andau	39 269	63 350	2	1	1	Hanság
10	Sankt Andrä am Zicksee	6 473	59 020	3	3	1	Ödenburg
11	Neusiedl am See	24 564	57 403	8	7	0	-
12	Eisenstadt	31 434	56 805	3	3	1	Sopron
13	Jois	14 436	35 756	10	9	1	Budapest, Esterházy-kastély
14	Weiden am Se	13 058	30 653	7	7		Sopron, Bratislava, Győr, Budapest, Kapuvár, Esterházy-kastély
	14 település	Összesen:		136	126	18	

Forrás: Statistik Burgenland (2024) és szerző saját gyűjtése

Az utolsó oszlopban felsorolt adatok teljeskörűek, tehát minden, ami megtalálható ajánlat volt az megjelenítésre került.

A burgenlandi TOP 20 település közül 14 található Nordburgenlandban. A 14 legjelentősebb Nordburgenland-i település közül 4 településen egyáltalán nem jelenik meg a vizsgált szálláshelyeknél magyarországi ajánló. Nem egyedülálló példa, hogy a határmenti Nova Rock Fesztiválnak csak német és angol nyelvű honlapja van. Másik példaként bemutatandó, hogy Frauenkirchen (Nagyboldogasszony) település estében, mint Ausztria egyik Esterházy-család által identifikált zarándokhelyén nem jelenik meg magyarországi programmal összekapcsolható ajánlat, miközben nagyon jelentős a vallási turizmus Magyarország irányából is. Kiemelendő, hogy nem rendelkezik magyarországi ajánlattal Ausztria egyik legexkluzívabb szállodakomplexuma, a St Martins Therme & Lodge sem. Szintén negatív példa, hogy a

Neusiedler am See (Nezsider) településen lévő egyetlen vizsgált szálláshely sem ajánl programot Magyarországra.

Összességében a 33, turisztikai vendégéjszakával rendelkező Nordburgenland-i település esetében mindössze 14 olyan település található, ahol a vizsgált 126 db szálláshelyi honlapból 18 honlapon ajánlanak magyarországi kirándulási célt a vendéglátók, visszatérően ugyanazokat az úticélokat (Sopron, Esterházy-kastély, Győr, Bratislava). Azok a szolgáltatók, akik a honlapjukon mégis megjelenítik a magyarországi célterületeket, ezt láthatóan rendkívül alacsony számban teszik meg. A táblázat utolsó oszlopa az összes előfordult nem ausztriai ajánlatot tartalmazza, mellyel ellentétben a honlapok ausztriai ajánlatokkal rendkívül bőségesen ellátják a hozzájuk érkező vendégeket. Amennyiben a szálláshelyi honlap szélesebb körű információkat szeretne a vendégeiknek nyújtani, akkor a <https://www.burgenland.info/> honlapra irányítják át őket.

6.4.2. Milyen hosszú valójában a Fertő tó körüli kerékpárút?

A második vizsgált témakör a legkézenfekvőbb kutatás: a tavat körbeölelő kerékpárúttrendszerrel kapcsolatos megfigyelés. Kutatói kérdésként megfogalmazódott: támogatják-e, kommunikálják-e azt a lehetőséget a burgenlandi turisztikai szereplők, hogy itt egy fantasztikus turisztikai attrakció található, egy egy nap alatt is akár körbe kerékpározható (117,5 km), országhatár nélküli tó? A közlekedés igénybevételével a déli (63 km), azon belüli Magyarországi szakaszt (41 km) ajánlják-e a térségükben? A korábbi osztrák turizmuspolitikai tanulmányokban és helyszíni bejárások alapján Ausztria nagyszámú körbe-kerekezhető tóval rendelkezik elsőosztályú, kiváló turisztikai infrastruktúrával, beleértve a kerékpárút fizikai infrastruktúrájának minőségét is. A vizsgálat azt járja körbe, hogy a Fertő tó osztrák oldalán miként gondolkoznak a kerékpáros turizmusról. A kerékpáros turizmus kiemelt turisztikai terméke Burgenlandnak és a tartományon belül a Fertő tónak is.³⁶

Előzetes hipotézisem szerint nem érdekük a saját gazdasági érdekszerükön kívülre küldeni a magas diszkrécionális jövedelemmel rendelkező vendégkörüket. És ennek egy másik oldala, hogy a magas jövedelemmel rendelkező második otthonos tulajdonosokat ugyanúgy nem szeretnék elveszíteni (lásd 5.1.2. fejezet). A második otthonos kirándulók esetét azért szükséges megemlíteni külön is, hiszen ők az életvitelszerű tartózkodásukkal a térség földrajzi teret és a helyi távolságokat már tapasztalatból is ismerik. Számukra ott van egy másik tényező, hogy ők kíváncsiságból is kipróbálják a tó déli körét is. Helyszíni tapasztalatok szerint

³⁶ <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv/mit-dem-rad>

elmondható, hogy ők a helyi gazdaságot erősítik (Janisch et al. 2024), aminek része a pozitív értelemben vett lokálpatriotizmus. Számukra az a kommunikációs technika, ami ebben a fejezetben kerül bemutatásra, a személyes tapasztalataik okán gyorsan okafogyottá válna, ha teljesen pozitív élményekkel térnének vissza a déli körből. Azonban az infrastruktúra minőségi különbsége (pl. kerékpárút szélessége Magyarországon), például a Fertőrákos térségének kerékpárúthiánya alacsony biztonságérzetet ad bármely kerékpározónak Magyarországon.

A modernkori turizmus során a kereslet számára az utazás előtti információ gyűjtése mellett jelentős szerepe van magának az utazás közbeni információszerzésnek. A kerékpáros turizmus számára speciálisabbak ezek a lehetőségek, mint más közlekedési eszközöknek, hiszen a kerékpáros turizmus által használt infrastruktúra klasszikus esetben egy, más közlekedési eszközöktől teljesen külön vezetett útvonalon zajlik. A közlekedés egyszerű irányt mutató tábláin túl számos egyéb információt hordozó tábla található a minél teljesebb körű tájékoztatás érdekében. Ezeknek a tábláknak az információtartalma magasabb az egyszerű útbaigazító tábláknál. A táblák kihelyezésénél arra is figyelmet fordítanak, hogy egyben egy pihenőhely álljon rendelkezésre akár néhány vagy több tízperces megállásra is. A pihenőidőnek része a tájékozódás, a táblák nyújtotta információk áttanulmányozása és azok segítségével a könnyebb az eligazodás.

Több alkalommal történt személyes bejárásom során megfigyelésre és kielemezésre kerültek a Fertő tó osztrák oldalán kihelyezésre került – kerékpárosturizmushoz kapcsolódó – információs táblarendszerek. Természetesen megfigyelésre került valamennyi olyan további információs elem/tábla, amely nemcsak a kerékpáros turizmus érdekében került kihelyezésre.

A burgenland.info honlap kerékpárturisztikai áttekintése

A Fertő tavat egy egységes kerékpárúrendszer veszi körbe. A kerékpárturizmus a térségnek egy prioritizáltan kiemelt turisztikai terméke. A Fertő tavi kerékpárturizmus osztrák oldali teljeskörű információhalmazával a területért turisztikailag felelős Burgenlandtourismus szervezet rendelkezik és bocsájtja a potenciális és már a térségbe érkezett látogatók, valamint a térségben élők és második otthonnal rendelkezők rendelkezésére. Ezek az információk strukturáltan, részletesen bemutatják minden olyan szegmensét a térség kerékpáros turizmusának, amelyek egy jól felkészült és kiváló adottságokkal rendelkező desztinációban mintaértékűnek tekinthetők. A térségi kerékpáros turisztikai kommunikációs tevékenysége egyrészt az utazás előtti, másrészt az utazás alatti időszakra vonatkozik. Az utazás előtti információs szolgáltatás tekintetében első körben – a táblák bemutatása előtt – a Burgenland turisztikai honlapjának

(<https://www.burgenland.info/>) rövid, fókuszált elemzése során szerzett elemek kerülnek bemutatásra. A honlap rendkívül részletes és jól kezelhető struktúrával mutatja be a kerékpározás sokrétűségét, mind útvonalakban (ezek közül egy a B10 útvonal), mind kerékpártípusokban (Genuss, Montenbike, Rennrad, Gravel), mind látogatói szegmensekben (egyéni, fiatalok, családosok, idősek).

A honlap tematikus elmeiből négy fontos rész került kiemelésre. Megvizsgáltam egyrészt, hogy a legfontosabbnak tartott információs oldalak hogyan pozicionálják a kerékpározást a magyarországi területekkel, átkerékpározással kapcsolatban. Azaz – elsősorban arra koncentrálva –, hogy felhívják-e a figyelmet a körbekerékpározás lehetőségére. Megállapítható, hogy minden lehetséges eszközzel igyekeznek elkerülni a felhívást, a figyelmet az átkerékpározásra, és nem kommunikálják hangsúlyosan, hogy két országhoz tartozik a tavat körbeölelő kerékpárút. Sőt, ahol lehetséges, ott kihangsúlyozzák, hogy a magyarországi szakasz (41 km) kevésbé ajánlott. A Fertő tavi osztrák oldali kerékpárturizmus esetében a fókusz minden esetben a Mörbisch-Illmitz közti kompközlekedéssel való rövidítésen van. Számos helyen kiemelik ennek az útvonalnak pszichés előnyeit is. A honlapi elemzésből látható, hogy a teljes kör 117,5 km hosszú és azon belül található egy 41,4 km hosszúságú magyarországi szakasz, de ezen túl sehol nem található arra utalás, hogy a tókerülésnek a 2 kör teljesítésével is van alternatívája. Minden esetben arra hívják fel a figyelmet, hogy az Illmitz-Mörbisch kompozással a legkomfortosabb a kerékpározás (ezen csak az osztrák szakaszt értve). A két kör kifejezést, vagy az északi- (71 km) és déli-kör (63 km) kifejezést nem is említik meg, mint alternatív tókerülési lehetőséget. Ennek a kommunikációnak az alátámasztására bemutatásra kerül jelen fejezetben a vizuális információnyújtás eszközhasználatára különböző honlapi ábrázolásokon és a kihelyezett információs táblákon.

A burgenland.info honlapról kiemelésre került következő idézetek jól megvilágítják a burgenlandi turizmuspolitika gyakorlati alkalmazását és hozzájárulnak a fenti megállapítások teljeskörű megértéséhez. Az eredeti német nyelvű honlapi szövegek a 10.5 függelékben találhatóak meg.

1. Sportlich aktiv - Unter der pannonischen Sonne – Sportosan aktív a Pannon napfényben

Az aloldal 3 vizuális elemében csak az északi kör szerepel, a déli, magyarországi rész többségében kitakarva.

„Burgenland az igazán megfelelő cím, ha sportos változatosságra vágyik. Legyen szó kerékpározásról, túrázásról, nordic walkingról vagy futásról – Burgenland számos lehetőséget kínál a mozgásra éheseknek. Az enyhe pannon éghajlaton pedig számos sportágat szinte egész évben lehet űzni. ... Körülbelül 3.300 kilométernyi kerékpárút várja a pedálosokat – a nyugodt családi túráktól a kihívást jelentő mountain bike-trail-ig. Különösen népszerű a Fertő tó 138 kilométer hosszú kerékpárútja. A hegyikerékpárosok kiengedhetik a gőzt a Rosalia meredek szakaszain, Geschriebenstein-ben és Eisenberg-ben. Az e-bike túrák pedig éppúgy „benne vannak” Burgenlandban, mint a trolitúrák vagy a quad- és Segway-túrák.”³⁷

2. Radeln im Burgenland – kerékpározás Burgenlandban

A téma nyitóoldala olyan üzenetet jelenít meg, amely révén emocionálisan is felhívja a figyelmet a kerékpározás sokszínűségére: „Burgenland egy paradicsom mindenki számára, aki szeret kerékpározni. Sportos útvonalak egyaránt megtalálhatóak, mint a kellemes kirándulгатos laza útvonalak. Az e-bike támogatást nyújt, ha már a tiszta izomerő nem elég. A család pedig éppolyan szerencsés itt, mint az ambiciózus versenykerékpáros. Burgenland mindenkit a helyes (kerékpáros) útra állít.”³⁸

3. B10 Neusiedler See-Radweg, Die Route der Seen-Sucht – B10 Fertő-tavi kerékpárút – A tófüggőség útja

„A tó körüli túrán rengeteg élmény vár. A Fertő tó B10-es kerékpárútja különféle rövidítésekre alkalmas és számos megállójával családi túrára és lendületes sportkerékpárosoknak egyaránt alkalmas. ... Illmitz és Mörbisch am See közötti hajózással a túra lerövidíthető vagy variálható.”³⁹

4. Neusiedler See Radweg – Fertő-tavi kerékpárút

„A Fertő tó kerékpárútja (B10) különösen alkalmas családok és szabadidős kerékpárosok számára. A tó körül számos kulináris és vinofil (borkultúra) élvezet vár felfedezésre. Az ösvény enyhe lejtői, valamint a keleti és nyugati partok közötti kompkapcsolatok kellemes természetjárássá teszik a kerékpártúrát.

- 117,5 km, ebből 41,5 km a magyar oldalon
- az osztrák oldal különösen alkalmas családok számára
- minimális lejtők/emelkedők Mörbisch és Oggau között, de erősek a lejtők/emelkedők magyar oldalon Balf és Fertőrákos között

³⁷ <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv>

³⁸ <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv/mit-dem-rad>

³⁹ <https://www.burgenland.info/dc/detail/Strukturierter-Artikel/b10-neusiedler-see-radweg>

... Gyermekeivel, de egy vidám baráti társasággal is lerövidítheti túráját egy hajókirándulással Illmitzből Mörbisch am See-be.”⁴⁰

A Fertő-tavi kerékpárút táblarendszerei, kihelyezett információs táblái

A burgenland.info weblapról fent idézett információk alapján a kerékpárral érkező vagy kerékpárt kölcsönző turista elindul a B10-es kerékpárúton és biztos abban, hogy egy magasszínvonalú információs rendszer fogja segíteni az út folyamán. A következőkben ez az „információs támogatás” kerül bemutatásra.

A kerékpárút mellett 3 táblarendszer figyelhető meg és további táblák (egyéb kommunikációs céllal) kerültek kihelyezésre. A következőkben ezen táblatípusoknak az elemzésére kerül sor.

1. B10 Der Neusiedler See Radweg egységes információs táblarendszere

A B10-es kerékpárút mentén Ausztriában 13 db tábla került kihelyezésre (24. ábra), melyek egységes rendszerben ábrázolják a teljes kerékpárút hálózatot. Minden tábla tartalmazza az adott helyszín pontos megjelölését, így a teljes osztrák szakaszon egységesen, hatékonyan biztosítja az információkat. A táblarendszer egységes szerkezeti, grafikai, színvilági elemeivel kiválóan támogatja a kerékpározókat. Minden egyes kihelyezés esetében az adott településről azonos tematikában mutatja be az adott településsel kapcsolatos legfontosabb turisztikai információkat. QR kódok alkalmazásával további teljeskörű információk jelennek meg a szálláshelyekről és a gasztronómiai szolgáltatásokról. Minden táblán az adott település neve és címere is feltüntetésre került. Állandó elem még a neusiedlersee.com oldal QR-kódos elérhetősége. Valamennyi tábla azonosítókra került a Burgenland Neusiedler See felirattal és logóval a bal felső sarokban (még nem a Nordburgenland megnevezés szerepel rajtuk – a táblarendszer a Burgenlandtourismus stratégia előtt került elkészítésre).

⁴⁰ <https://www.burgenland.info/dc/detail/Tour/neusiedler-see-radweg-6>

24. ábra: A B10 Der Neusiedler See Radweg egyik információs táblája



Forrás: a szerző saját fotója

Minden táblán szerepel a Világörökség logója (UNESCO Welterbe) és a Fertő tó keleti oldalán a nemzeti park logója és felirata (Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel). Nyugati oldalon a földrajzi identifikációt edukálva a területileg kapcsolódó Welterbe Naturpark Neusiedler See Leithagebirge logó és felirat jelenik meg. Minden táblán megnevezésre került egyetlen kiemelt turisztikai szolgáltató: „baráti támogatással St Martin Lodge”. A kommunikációs kakukktójtás a Breiterbrunn-i tábla: esetében még egy turisztikai szolgáltató logója (egy velocipédés rajz) és megnevezése: „Horváth Família Csallóköz (www.samaria.sk)” került fel a táblára.

A táblákon (és a QR kódok mögött is) található információk ugyanazon információforrásra mutatnak: a térségért felelős Burgenland Tourismus szervezet információs oldalára (burgenland.info.at). Tehát a kommunikáció teljeskörűségében és üzeneteiben is egységes a rendszerben: a honlapon és a táblákon található információk koherensek. A táblák a kerékpárút mentén kerültek elhelyezésre kellő körültekintéssel, jellemzően erre a célra kialakított (több helyszínen árnyékolóval ellátott) pihenőhelyeken. Az elhelyezésük, tájolásuk, környezetük az Ausztriában megszokott színvonalon valósult meg.

A kerékpárút mentén kihelyezett táblák vizuális megfigyelése 2024-ben több alkalommal is megtörtént aktív turisztikai eszköz (kerékpár, elektromos kerékpár) igénybevételével a következő helyszíneken:

- Mörbisch am See, Rust,
- Oggau,
- Donnerskirchen,
- Purbach,
- Breiterbrunn,
- Neusiedler am See (gimnázium mögött),
- Weiden am See (vasúti megálló mellett),
- Illmitz Hölle (9 km-re Illmitz településtől É-ra).

A táblarendszer magas minősége és szolgáltatóbarát mivolta ellenére a térképészeti ismeretekkel nem rendelkező laikusok számára is érzékelhető, hogy ránézésre is van valami furcsa a térképábrázolásban. A táblán látható térképi ábrázolás a térkép hivatalos definíciója⁴¹ alapján nem tekinthető valódi térképnek, vagyis a kihelyezett táblák nem pontos térképi ábrázolással jelenítik meg az információkat. A táblarendszeren látható „térkép” egy perspektivikus rajz, amelyen még az égbolt is ábrázolásra került. A perspektivikus rajz markánsan úgy ábrázolja a kerékpárút hálózatot, hogy a B10-es kerékpárút északi szakasza jóval rövidebb, mint a déli. Ezzel is az északi-kör megtételére ösztönzi a kerékpározni vágyókat – megerősítve ezzel a burgenland.info honlapon kommunikált üzenetet.

A B10-es kerékpárút tábláinak torzítása a következőkben bemutatásra kerül és egyben rávilágít szemléletesen a torzítás nagyságára. Az ábrázolása mögötti törekvést láttatom a matematika nyelvére lefordítva, bemutatva, hogy ez a vizuális ábrázolás milyen – számokkal is kifejezhető – jelentős valóságtorzítást okoz.

A B10 kerékpárút ábrázolásmódja által okozott valóságtorzítás meghatározása

A Fertő tó hossza a kerékpárútvonalon 117,5 km.⁴² A két kör hossza a valóságban: az északi kör 71 km, a déli kör 64 km. A déli kör hossza a valóságban az északinak a 90,1%-a, tehát a déli

⁴¹ A térkép definíciója: a Föld felszínének vagy annak egy részletének az ábrázolása felülnézetben méretarányos kicsinyítéssel. Abban különbözik minden más ábrázolási módtól, hogy önálló jelrendszere van és méréseket végezhetünk rajta. Forrás: <https://geogo.elte.hu/segedanyagok/szakmodszertani-felkeszueles-segedanyagai/foldrajzi-fogalomtar/9-terkepi-ismeretek-tajekozodas>

⁴² <https://www.burgenland.info/dc/detail/Strukturierter-Artikel/b10-neusiedler-see-radweg>

kör a valóságban 10%-kal rövidebb az északínál. A B10-es kerékpárút perspektivikus rajzán („térképábrázolásán”) a valóságnál jóval hosszabbnak látszik a D-i kör 64 km-e (magyarországi szakasz ebből 41,5 km).

A torzítás elemzésének első munkafázisában kinyomtatásra került a tábla középpontjában lefotózott rajz. A 25. ábrán megfigyelhető, hogy a két nyomvonal esetében az északi kör mennyivel rövidebb, mint a déli kör.

25. ábra: A B10 Der Neusiedler See Radweg egyik információs táblájáról kivágott „térkép”



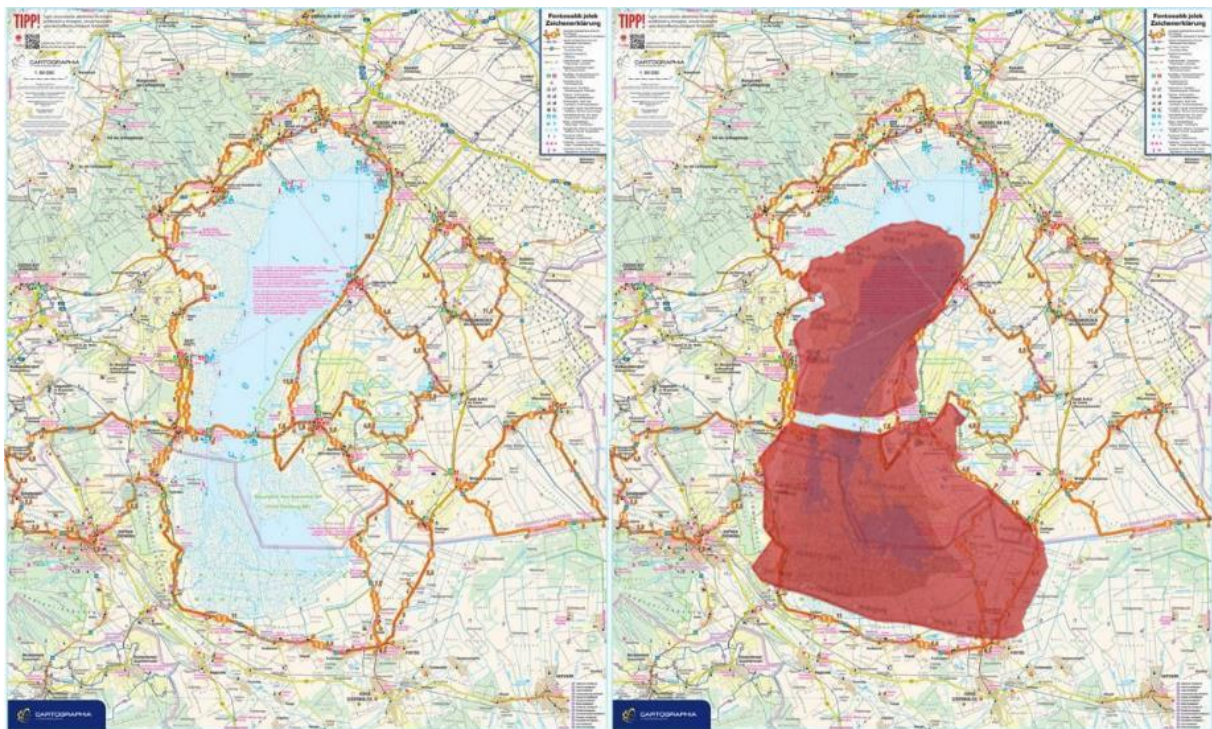
Forrás: a szerző saját fotója

Az elemzés következő lépéseként a két nyomvonal hossza cérnával megmérésre került a kivágott területük mentén. Az adott nyomtatási munkafázisban a következők a mért adatok: az É-i kör 22,2 cm, a D-i kör 30,2 cm. Azaz a rajzon a déli kör hossza az északinak 136%-a. Azaz a rajzon ezzel az ábrázolással vizuálisan egy 36%-kal hosszabb útvonalat mutatnak a D-i körre vonatkozóan.

További valóságtorzítást okoz, hogy a táblák kihelyezésekor nem az átlag magasságú felnőtt emberek szemközepében van a tábla középpontja, hanem feljebb. Ezzel további vizuális torzulás jelenik meg a déli kör rovására.

A fentiek alapján kijelenthető, hogy az osztrák tájékoztatási rendszerben a B10-es kerékpárút ábrázolása egy nagyon súlyos valóságtorzítást jelent, amely etikai oldalról megkérdőjelezi a készítőjének és engedélyezőjének tevékenységét. Véleményem szerint elítélendő, hogy ilyen eszközhöz nyúlnak a térségi turizmus befolyásolása érdekében. A 26. ábra alapján tudatos valóságtorzítást lehet megállapítani, mivel ez az ábrázolás a turisták tudatos manipulációjának eszköze.

26. ábra: A hivatalos kerékpáros tárkép és a B10 Der Neusiedler See Radweg térkép ábrázolásának összevetése



Forrás: Cartographia és szerző saját fotója alapján, saját szerkesztés

A továbbiakban ismertetésre kerül a tó körüli kerékpárút mellett található másik két nagyobb táblarendszer, valamint néhány további megfigyelt, egyedi tábla.

2. Sturmwarnung am Neusiedler See táblák (Viharjelzés a Fertő-tavon)

Ebben a rendszerben 10 db térképes tábla (27. ábra) került kihelyezésre 10 ausztriai helyszínen. A táblák az alábbi helyszíneken találhatók: Mörbisch kikötő, Rust strand/kikötő, Oggau vízpart, Purbach part, Winden am See part, Neusiedler am See, Weiden am See,

Podersdorf, Hölle (Illmitz), Illmitz kikötő/strand, + Fertőrákos. Továbbá (terepbejárás során) a táblának egy másolata megtalálható volt a Neusiedler am See strand öltözőkabin sorának információi között is.

Vizsgálatom alapján a kihelyezett viharjelzés táblarendszer ismételten térképérzetet nyújt a szemlélő részére. Azonban itt ugyancsak a perspektivikus rajz esetével találkozunk, ahol a kerékpárturisztikai táblarendszerrel együtt a torzítás ténye kijelenthető. A tábla ismételten megerősíti a B10-es táblarendszer során megfigyelt negatív szemléletformálást.

27. ábra: A Sturmwarnung am Neusiedler See egyik információs táblája



Forrás: a szerző saját fotója

3. Nextbike kerékpárkölcsonzó hálózat táblái

A Nextbike táblarendszer (28. ábra) ugyanazzal a valóságtorzítással ábrázolja a kerékpárutat, mint a korábban ismertett két másik táblarendszer (a B10-es kerékpárúti és a viharjelző). A Nextbike a Neusiedler See egyik legjelentősebb hálózatos rendszere, számos tájékoztató táblával, így magyar szemmel nézve „szerencse”, hogy ezen hálózat táblái jelenleg eléggé megkopottak.

28. ábra: A Nextbike kerékpárkölcsönző hálózat egyik információs táblája



Forrás: a szerző saját fotója

A vizsgálat során a Neusiedler See osztrák területén további táblák is megfigyelésre kerültek, amelyek tekintetében szintén arra voltam kíváncsi, hogy a valóságtorzítás más kihelyezett kommunikációs táblák esetén is fennáll-e?

4. Mörbisch kikötő

A Mörbisch-Illmitz közt közlekedő Drescher Line hajózási vállalat hajóján utazó valamennyi kerékpáros ezzel a táblával (29. ábra) találja szemben magát Mörbisch-be érkeze a hajóról leszállva. A táblán a Fertő tó térségének ismételtlen egy perspektivikus rajza látható, az égbolttal a kép felső szélén. A rajz alsó részén (a tó déli, magyarországi része) vizuális ingerszegénység látható. Nem került megrajzolásra a B10-es kerékpárút magyarországi szakasza és további információs elemek sem szerepelnek rajta.

29. ábra: Információs tábla, Mörbisch kikötő



Forrás: a szerző saját fotója

5. A Fertő tó korábbi B10 táblás ábrázolása (Rust / Winden am See mellett)

A tábla (30. ábra) (és az azon látható ábra) előregedett, életkorát jól mutatja a tábla repedezett felülete. A jelenlegi új, 1. táblasorozat jogelődjeként több évtizede helyezték el ezt a típust a B10-es kerékpárút mentén. Ez a korábbi tábla szintén egy perspektivikus ábrázolást alkalmazott. Kijelenthető tehát, hogy a valóságtorzítás már a korábbi évtizedekben is megjelent, mint eszköz a térségi kommunikációban és formálta azóta több generációnyi kerékpáros turista, kiránduló szemléletet/látásmódját a Fertő tóval kapcsolatban.

30. ábra: Információs tábla, Rust / Winden am See



Forrás: a szerző saját fotója

6. Podersdorf település turisztikai térképe a Fertő tóról

Valódi térkép (31. ábra), amely ugyanazt a területet ábrázolja, mint a hivatalos B10-es ábrák, azonban – ritka példaként – torzításmentesen.

31. ábra: Információs tábla, Podersdorf

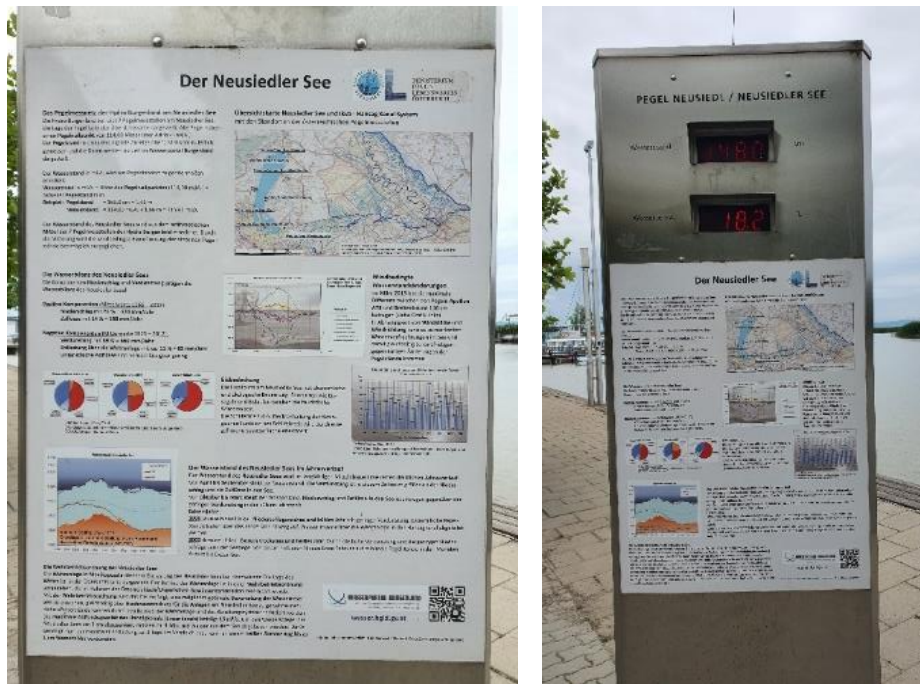


Forrás: a szerző saját fotója

7. Neusiedler am See / Pegel Neusiedl (móló bejárata)

Általános információs tábla (32. ábra) a tó természeti adottságairól, többek között a vízállás és a szélviszonyok jellemzőiről. Informatív oszlop, ahol az aktuális levegő és víz hőmérsékleti adatok digitálisan lekövethetőek. A leírás mellett térkép található a tóról és az Ikva-Hanság csatornarendszeréről, további vízrajzi elemekkel ábrázolva.

32. ábra: Információs tábla, Neusiedler am See / Pegel Neusiedl, móló



Forrás: a szerző saját fotója

8. Radfahren Fahrplan 2024 (Holiday Lines) – Podersdorf kikötő

A térképi ábrázolás (33. ábra) bemutatja a Fertő-tavi kerékpárszállító útvonalakat a középpontba helyezve a Fertő tó körül elhelyezkedő kerékpárútvonalakat. A térkép a Fertő tó legdélebbi, K-NY-i irányú osztrák-magyar határnál lezárul, így a magyarországi részekről semmilyen információ nem olvasható le róla. Azaz nem kerül bemutatásra, egyáltalán van-e lehetőség a tavat a déli részen kerékpárral megkerülni.

33. ábra: Holiday Lines információs tábla, Podersdorf, kikötő



Forrás: a szerző saját fotója

9. Illmitz Nemzeti Park

A tábla (34. ábra) a nemzeti park osztrák központjánál található. A kihelyezett ábrázolás térkép, a térkép fogalmi rendszere szerint. Itt a tájékoztatás a vizuális szemléltetés térképi szabályai szerinti megjelenítéssel történik meg. Azt a tényt azonban nem szabad elfelejteni, hogy ez a térkép a kerékpárúttól 80-100 m-re található és az ott kerékpározók 5-10% tér csak be a nemzeti park központjánál található táblához.

34. ábra: Információs tábla, Illmitz Nemzeti Park



Forrás: a szerző saját fotója

A tartalomelemzés alapján megállapítható, hogy a perspektivikus ábrázolás valóságtorzítása a modern turisztikai kommunikációs eszköztár hatásos „fegyvere”. Az objektivitás tehát feláldozható az üzleti érdekek oltárán. Mindazokat a kerékpáros turistákat, akik a Burgenland Turismus szervezet információs eszköztárát használják tájékozódásra, meggyőzték, hogy nem éri meg (fáradtság, idő, élmény stb.) Magyarországra átkerékpározni.

6.5. A földrajzi tér és a települési identitás vizsgálata Fertőszéplakon

A disszertáció földrajzi terében végzett megfigyelések és kutatások egyik fontos célkitűzése volt, hogy minél több aspektusból vizsgáljam meg a térség mindazon elemeit, amelyek közelebb visznek a korábban felvetett kérdésekhez. Ehhez kapcsolódott a Fertőtáj Világörökség területén Fertőszéplak település sokrétű vizsgálata, középpontba helyezve a helyi lakosságot.

Jelen fejezetben a Fertőszéplak település lakossági kérdőíves kutatási eredményeit mutatom be. A település lakosainak kérdőíves megkérdezése 2016. április 01. és április 07. között történt meg. A kérdőíves megkérdezés megismétlésre sor kerül 2025-2026-ban. A következőkben a 2016-os évhez kapcsolódó aktuális elemek kerülnek bemutatásra.

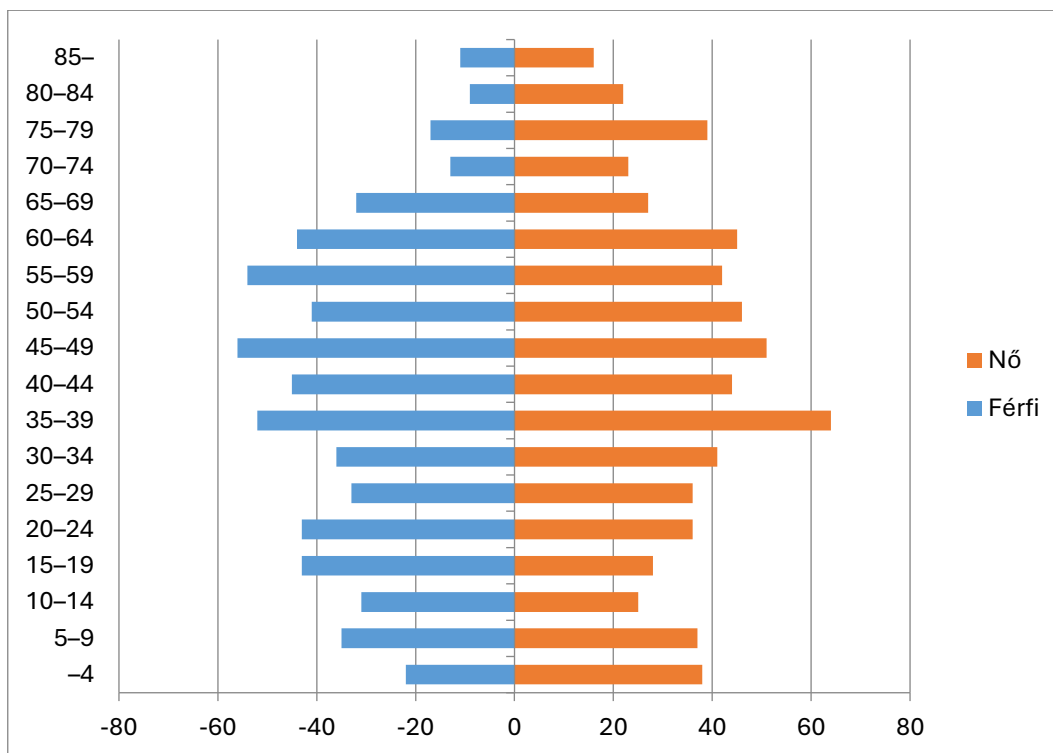
6.5.1. Fertőszéplak település demográfiai jellemzői

A települési audit egyik fontos eleme a település lakosságával kapcsolatos demográfiai mutatók bemutatása, értékelése. A település fennmaradásának egyik legfontosabb alapkérdése, hogy a település képes-e a mai magyarországi demográfiai folyamatok általános demográfiai jellemzői mellett megtartani és növelni a lakónépességét. Képes-e a lakónépessége tekintetében arra, hogy a megmaradás, az egészséges lakónépességi szerkezet tudja-e biztosítani azokat a közösségi feltételeket, amelyek jövőképet biztosítanak minden itt lakónak. Képes-e a tervezett betelepítéshez kapcsolódó célkitűzéseket megvalósítani.

A képet árnyalni kell, hiszen a statisztikai adatok elemzésekor megállapítható, hogy a Fertőtáj térség és benne Fertőszéplak település is több tekintetben markánsan eltér a magyarországi demográfiai jellemzőktől. Továbbá a figyelmet célszerű kiterjeszteni a szomszédos Ausztria burgenlandi területére is, hiszen a határközelség, a kapcsolódó gazdasági- társadalmi folyamatok esetében figyelni kell, hogy a nevezett területről érkeznek-e hatások, folyamatok, és milyen kölcsönhatások formálják, alakítják a demográfiai folyamatokat.

A következőkben a lakónéesség alakulását mutatom be Fertőszéplak településen, 1970 és 2011 között. Fertőszéplak település népességi jellemzői a Fertő-parti településekéhez hasonlítanak. A település esetében a 2016. január 01-i állapotot mutatja be a következő táblázatok (26. és 27. táblázat) és a korfa (35. ábra).

35. ábra: Fertőszéplak település lakónéessége 2016.01.01-jén



Forrás: KSH és a szerző saját szerkesztése

26. táblázat: Fertőszéplak lakónéességének változása 1980-2011

Fertőszéplak	Természetes fogyás	Vándorlási különbözet	Lakónéesség változása
1980-1990	-22	-84	-106
1990-2001	-55	69	14
2001-2011	-64	147	83
1980-2011	-141	132	-9

Forrás: KSH és a szerző saját szerkesztése

27. táblázat: Fertőszéplak lakónépességének változása 2011-2016

Fertőszéplak	Természetes szaporodás/fogyás	Beköltözők	Elköltözők	Vándorlási különbözet	Lakónépesség változása
2011	2	36	13	23	25
2012	-4	21	15	6	2
2013	-6	15	4	11	5
2014	-4	24	14	10	6
2015	-8	28	19	9	1
2011-2015	-20	124	65	59	39

Forrás: KSH és a szerző saját szerkesztése

A pozitív vándorlási különbözet tudatos, kontrollált és szabályozott megtartása és tudatos irányítása a jövő kulcskérdése. A fenti táblák, grafikonok, diagramok, elemzések tekintetében ismételten megállapítható, hogy a jelenlegi demográfiai folyamatok tekintetében csak és kizárólag a pozitív vándorlási különbözet az, amely a település lakosság növekedését biztosítani tudja. A magyarországi halálozási és születésszámok tekintetében a természetes szaporodás negatív eredőjű fogalom. 1981 óta magasabb a halálozások száma, mint a születések száma. A negatív tendencia jelenleg rövid- és középtávon megfordíthatatlannak tűnik. Alapvetően a társadalom gyermekvállalási tendenciái túlmutatnak egy település szándékain.

1980-1989 között a természetes fogyás és a negatív vándorlási különbözet pozitív különbsége – hasonlóan a térség többi településéhez – Fertőszéplakon is hozzájárult a lakónépesség növekedéséhez. 1990-2011 között 216 fős vándorlási különbözet biztosította a település lakónépességének a növekedését 97 fővel, hiszen 119 fő természetes fogyás következett be ebben a két évtizedben. Csak a vándorlási különbözet nélkül a 2001-2011 időszak végén, 2011-ben Fertőszéplak lakossága mindössze 1040 fő lenne. Az általános társadalmi folyamatok tekintetében pedig még 100 fővel akár kevesebb is - ahol nincs vándorlási többlet, ott jellemzően elvándorlás van, illetve a településre depresszív társadalmi folyamatok jellemzőek. Összegezve egy 1000 fő alatti, folyamatos népességcsökkenési trenddel rendelkező település kerülne vizsgálatra jelen elemzés során. Emlékeztetőül, 1000 fő körüli lakossággal a település az 1870-es években rendelkezett. A lakossági kérdőív alapján a fenti adatokhoz további elemek jelennek meg a kérdőívre választ adók révén.

6.5.2. Fertőszéplak települési kutatás eredménye


Az átlagos fertőszéplaki lakos inkább fejlődőnek tartja a települést (28. táblázat), mint gyorsan fejlődőnek (1,84-es átlaggal), és ebben viszonylag egyetértenek, mivel az átlagtól átlagosan 28%-kal tért el a véleményük (V). A válaszolók tipikusan 2-esre, azaz fejlődőre értékelték a települést. A lakosok a vizsgált 8 települési jellemzővel (tisztaság, biztonság, közlekedési lehetőségek, vásárlási lehetőségek, szabadidős, lehetőségek, munkalehetőségek, kulturális lehetőségek, egészségügyi ellátás) három tényező kivételével mindegyik esetén tipikusan 4-es szinten elégedettek. E három tényező, amellyel a többség csak közepes (3-as) szinten elégedett: vásárlási lehetőségek, munkalehetőségek, kulturális lehetőségek.

28. táblázat: A kérdőív leíró statisztikai – függő változók [Y]

Kérdések: 26 db		n (fő) Válaszolt?		átlag	Mo	σ	V
		igen	nem	1-5			%
Y1	Mennyire tartja a települést fejlődőnek?	234	2	1,84	2	0,52	28
Y2	Mennyire elégedett a felsorolt 8 települési jellemzővel?						
Y2_1	tisztaság	236	0	4,08	4	0,69	17
Y2_2	biztonság	236	0	4,03	4	0,77	19
Y2_3	közlekedési lehetőségek	234	2	3,82	4	0,89	23
Y2_4	vásárlási lehetőségek	235	1	2,48	3	0,99	40
Y2_5	szabadidős lehetőségek	236	0	3,41	4	0,91	27
Y2_6	munkalehetőségek	231	5	2,51	3	0,94	37
Y2_7	kulturális lehetőségek	234	2	3,53	3	0,92	26
Y2_8	egészségügyi ellátás	236	0	3,61	4	1,01	28
Y3	Mennyire ért egyet a településen megjelenő turistákkal kapcsolatosan felsorolt 5 állítással?						
Y3_1	A turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt	234	2	3,58	3	1,17	33
Y3_2	A turisták jellemzően barátságosak, és alapvetően pozitív kapcsolatot alakítanak ki a helyi lakosokkal	236	0	3,91	4	0,97	25
Y3_3	A turisták veszélyeztetik a helyi természeti értékeket	233	3	1,58	1	0,93	59
Y3_4	A turisták a hétköznapi életünket zavarják, idegenek számunkra	234	2	1,61	1	1,03	64
Y3_5	A település turizmusfejlesztését a kerékpáros turizmusra kellene alapozni	233	3	3,66	3	1,15	31
Y4	Mennyire ért egyet azzal, hogy a felsorolt 12 területen a település felkészült a turisták fogadására?						

Kérdések: 26 db		n (fő) Válaszolt?		átlag	Mo	σ	V
		igen	nem	1-5			%
Y4_1	Az önkormányzat elkötelezett és felkészült a turizmus fogadására	234	2	3,85	4	1,01	26
Y4_2	Lakosság vendégszeretete megfelelő a turisták fogadására	236	0	3,75	4	0,97	26
Y4_3	Helyi vendégfogadók felkészültek a turizmusra	232	4	3,60	4	1,03	28
Y4_4	Szálláslehetőségek a faluban elegendők	235	1	3,11	3	1,14	37
Y4_5	Kirándulási lehetőségek a környéken kielégítőek	234	2	3,94	4	1,02	26
Y4_6	Szórakozási lehetőségek kielégítőek	235	1	2,74	3	1,12	41
Y4_7	Kulturális és sportrendezvények	231	5	3,26	3	0,94	29
Y4_8	Kulturális intézmények tevékenysége megfelelő	232	4	3,25	3	1,04	32
Y4_9	Kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendők	235	1	2,33	2	1,11	47
Y4_10	Falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó	236	0	4,33	5	0,73	17
Y4_11	Közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket	236	0	3,68	4	0,99	27
Y4_12	Fertőszéplak kerékpáros turizmuskínálata megfelelő	235	1	3,80	4	1,00	26

Jelmagyarázat: *n*: minta elemszáma, *Mo*: módusz, σ : szórás, *V*: relatív szórás

Színmagyarázat: leíró statisztikánként (oszloponként), és a fő kérdéseken belül:
 legkisebb érték  legnagyobb érték

Forrás: saját kutatás

Minden leíró statisztika azt erősíti meg, hogy leginkább a tisztasággal, majd a biztonsággal elégedettek a lakosok. E kettő tényezőnek volt 4 feletti az átlaga (4,08, illetve 4,03), és ebben értettek leginkább egyet a lakosok (a válaszaik relatív szórása csupán 17, illetve 19% volt). Legkevésbé a vásárlási – és a munkalehetőségekkel elégedettek. E kettő tényezőnek volt 3 alatti az átlaga, mindemellett ezekben viszonylag nagyon eltérő a lakosok véleménye (40, illetve 37%-os volt a válaszok relatív szórása).

A következőkben állításokat kellett értékelni a válaszadóknak, amelyek a településen megjelenő turistákkal kapcsolatos állításokat tartották. Az állítások a következők voltak:

1. A turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt.
2. A turisták jellemzően barátságosak, és alapvetően pozitív kapcsolatot alakítanak ki a helyi lakosokkal.

Ezzel értett egyet leginkább (4-es szinten) a fertőszéplakiak többsége, átlaga (3,91), és válaszaik szórása itt volt a legalacsonyabb (25%).

3. A turisták veszélyeztetik a helyi természeti értékeket.

Ezzel értettek egyet legkevésbé a helyiek: 1,58-as átlag, 58%-os szórással, a tipikus válasz az 1-es volt, vagyis hogy nem ért egyet.

4. A turisták a hétköznapi életünket zavarják, idegenek számunkra.

A 3. állítás mellett még ezzel értettek egyet a legkevésbé. Ennél a kérdésnél volt még – a 3. állításra adott válaszok mellett – 2 alatt az átlaga (1,61) és 1-es a módusza.

5. A település turizmusfejlesztését a kerékpáros turizmusra kellene alapozni.

Az utolsó függőnek tekintett kérdés arra irányult, hogy mennyire értenek egyet azzal, hogy a felsorolt 12 területen a település felkészült a turisták fogadására. A 12 állítás a következő volt:

1. Az önkormányzat elkötelezett és felkészült a turizmus fogadására
2. Lakosság vendégszeretete megfelelő a turisták fogadására
3. Helyi vendégfogadók felkészültek a turizmusra
4. Szálláslehetőségek a faluban elegendőek
5. Kirándulási lehetőségek a környéken kielégítőek
6. Szórakozási lehetőségek kielégítőek
7. Kulturális és sportrendezvények
8. Kulturális intézmények tevékenysége megfelelő
9. Kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendőek
10. Falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó
11. Közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket
12. Fertőszéplak kerékpáros turizmuskínálata megfelelő

Ezen 12 állítás közül a fertőszéplaki lakosság leginkább

- egyetértett: a 10. állítással, vagyis azzal, hogy a falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó. Csak ennél az állításnál volt a leggyakoribb válasz az 5-ös, azaz a teljes mértékben való egyetértés. Szintén csak ennél az állításnál volt az átlagos válasz 4 felett (4,33), és a válaszok szórása 20% alatti (17%).
- nem értett egyet: a 9. állítással, vagyis a kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendőségével. Csak ennél az állításnál volt a tipikus válasz mind közül legrosszabb ($M_o=2$). Az átlag csak itt volt 2,5 alatti (2,33), és a válaszok relatív szórása itt volt a legnagyobb (47%).

Összefoglalóan megállapítható, hogy mind a többség, mind az átlag fejlődőnek tartja Fertőszéplakot, de nem gyorsan fejlődőnek [Y1]. Amivel a helyiek többsége, illetve átlaga a leginkább elégedett: a település tisztasága és biztonsága, a leginkább elégedetlen: a vásárlási – és a munkalehetőségek [Y2].

A helyi döntéshozóknak a település tisztaságának és a biztonságának megőrzése mellett a vásárlási – és munkalehetőségeket kell erősíteni annak érdekében, hogy megtartsák a lakosaikat.

A településen megjelenő turistákkal kapcsolatosan felsorolt 5 állítás [Y3] közül a leginkább ezzel értettek egyet: „a turisták jellemzően barátságosak, és alapvetően pozitív kapcsolatot alakítanak ki a helyi lakosokkal”. Amivel leginkább nem értettek egyet: „a turisták veszélyeztetik a helyi természeti értékeket”, valamint „a turisták a hétköznapi életünket zavarják, idegenek számunkra”.

A turisták fogadására való felkészültség kapcsán felsorolt 12 állítás [Y4] közül, amivel leginkább egyetértettek: „a falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó”. Amivel a legkevésbé értettek egyet: „a kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendőek”.

A továbbiakban a magyarázandó [Y] kérdésekről a magyarázó változókra [X] helyeződik át a fókusz. A táblázat foglalja össze a legfeljebb csak nominális skálán mérhető függetlennek tekintett kérdések két leíró statisztikáját: a válaszadási hajlandóságot és a válaszok módusát. A válaszadási hajlandóság a legtöbb kérdésnél 100% körüli volt. Két kérdésre válaszoltak viszonylag kevesen (65, ill. 68%), valószínűleg amiatt, mert nem dolgoznak: hol dolgozik/hol jár iskolába, ill. munkája során kapcsolatba kerül-e a turizmussal?

29. táblázat: A kérdőív leíró statisztikái – független változók [X] közül a nominálisak

Kérdések: 14 db		Válaszlehetőségek	n%	Mo
X1	Neme?	1: férfi, 2: nő	100	2
X2	Törvényes családi állapota?	1: nőtlen/hajadon, 2: házas (élettárs), 3: elvált, 4: özvegy	100	2
X5	Foglalkozása?	1: dolgozik (pl. alkalmazott, vállalkozó, segítő családtag, alkalmi munkás), 2: tanuló, 3: álláskereső, 4: nyugdíjas, 5: háztartásbeli, 6: egyéb (gyes, gyed, rokkant nyugdíjas)	100	1
X6	Hol dolgozik/jár iskolába?	1: Fertőszéplakon, 2: más hazai településen, 3: Ausztriában	68	2

Kérdések: 14 db		Válaszlehetőségek	n%	Mo
X7	Napi bejáró/ingázó?	1: igen, 2: nem	100	1
X8	Munkája során kapcsolatba kerül a turizmussal?		65	2
X9	Képes min.1 idegen nyelven megértetni magát?		100	1
X11	Melyik utcában lakik?	1: Ady E., 2: Arany J., 3: Gyár, 4: Hunyadi, 5: Kossuth, 7: Mátyás király, 8: Nagy L., 9: Petőfi, 10: Rákóczi, 11: Soproni, 12: Széchenyi, 13: Szent I., 14: Szent István, 15: Szent J., 16: Várhely	95	7
X12	Születése óta él Fertőszéplakon?	1: igen, 2: nem	100	1
X13	Elköltözne más településre, ha lenne lehetősége?		100	2
X14	Tervezi-e, hogy elköltözik más településre?		100	2
X15	Végez-e Fertőszéplakon önkéntes tevékenységet?		99	2
X16	Tagja-e civil szervezetnek Fertőszéplakon?		100	2
X17	Tagja-e civil szervezetnek máshol?		99	2

Jelmagyarázat: n%: válaszadási hajlandóság, Mo: módusz

Színmagyarázat: a válaszadási hajlandóságról

legkisebb érték  legnagyobb érték

Forrás: saját kutatás

A táblázat a nominálisnál magasabb szintű skálán mérhető függetlennek tekintett kérdések leíró statisztikáit foglalja össze: a válaszadási hajlandóságot, a válaszok átlagát, (relatív) szórását, móduszát. A válaszadási hajlandóság a legtöbb kérdésnél 80-100% között volt.

A válaszadók tipikusan 38 évesek (átlag életkoruk 44 év, 43%-os szórással), szakiskolát végeztek, 1 éve élnek Fertőszéplakon. E kérdés esetében a módusz félrevezető, mivel csak 9-en voltak, akik ezt jelölték. Bár a többi időtartamon ennél kevesebbszer válaszolták, átlagosan mégis 32 éve élnek Fertőszéplakon, 71%-os szórással. Jellemzően ritkábban nézik a Fertőszéplak honlapján, mint hetente és néha részt vesznek Fertőszéplak rendezvényein, néha nem.

30. táblázat: A kérdőív leíró statisztikái – független változók [X] közül az ordinális, és arányskálán mérhetők

Kérdések: 5 db		n	átlag	Mo	σ	V
		%	alapadat mértékegységében			%
X3	Életkora?	100	44,4	38	18,96	43
X4	Végzettsége?	100	2,44	3	1,04	43
	1: általános iskola, 2: középiskola, 3: szakiskola, szakmunkásképző, 4: főiskola, egyetem					
X10	Hány éve él Fertőszéplakon?	98	31,98	1	22,59	71
X18	Milyen gyakran nézi a település honlapját?	100	2,96	3	0,76	26
	1: heti többször, 2: heti egyszer, 3: ritkábban, 4: soha					
X19	Részt szokott venni Fertőszéplak rendezvényein?	100	1,76	2	0,60	34
	1: igen, gyakran, 2: néha igen, néha nem, 3: nem					

Jelmagyarázat: $n\%$: válaszadási hajlandóság, Mo : módusz, σ : szórás, V : relatív szórás

Forrás: saját kutatás

6.5.3. Kapcsolatvizsgálatok

A következőkben a változók közötti kapcsolatok vizsgálatára került sor. Először az 1. nyílra kerül a fókusz, amely a független [X] és függő [Y] változók közti kapcsolatokra vonatkozik. Az eredmények két részre bontva kerülnek bemutatásra aszerint, hogy a Kendall-féle tau (τ) vagy a Cramer mutatóval (C) mutatóval történt-e a számszerűsítésük. Elsőként a legalább sorrendi skálán értelmezhető kérdések közti kapcsolatok erősségét és irányát mutató τ értékek kerülnek ismertetésre. A 26 db függő [Y] és 5 db független [X] változó között kiszámított 130 db τ érték közül viszonylag kevés, csak 15 db (kb. 11,5%) adott szignifikáns eredményt. Ezek mindegyike csak gyenge kapcsolatra utal (mivel abszolút értékük 0,2 alatti). Ezen belül a cellák háttérszíne jelzi, hogy melyek a gyengébbek, illetve kissé erősebbek. A vonatkozó K5 kutatási kérdés alkérdései arra vonatkoznak, hogy az egyes függő [Y] változókat mely [X]-ek magyarázzák leginkább. Minden szignifikáns kapcsolat megfogalmazásra kerül, közülük a τ alapján legerősebbet dőlt betű jelöli.

Az elemzés kitért annak vizsgálatára, hogy a kérdőív kérdései közül mivel áll legerősebb kapcsolatban az, hogy a helyi lakosok mennyire tartják a fejlődőnek a települést (31. táblázat). Annál inkább fejlődőnek (leépülőnek) tartja valaki a Fertőszéplakot [Y1], minél inkább

- idősebb (fiatalabb) [X3] ($\tau = -0,163$)
- több (kevesebb) éve él Fertőszéplakon [X10] ($\tau = -0,175$)
- *gyakrabban (ritkábban) szokott részt venni Fertőszéplak rendezvényein* [X19] ($\tau = 0,189$)

31. táblázat: Kapcsolatvizsgálatok eredményei – szignifikáns Kendall-féle Tau (τ) értékek

		X3	X4	X10	X18	X19
		Életkora?	Végzettsége? 1: általános isk., 2: középisk., 3: szakisk., szakmunkásképző, 4: főisk., egyetem	Hány éve él Fertőszéplakon?	Milyen gyakran nézi a település honlapját? 1: heti többször, 2: heti egyszer, 3: ritkábban, 4: soha	Részt szokott venni Fertőszéplak rendezvényein? 1: igen, gyakran, 2: néha igen, néha nem, 3: nem
[Y1] Mennyire tartja a települést fejlődőnek? 1: gyorsan fejlődő, 2: fejlődő, 3: stagnáló, 4: leépülő, 5: egyéb		-0,163		-0,175		0,189
[Y2] Mennyire elégedett a felsorolt 8 települési jellemzővel? 1: elégedetlen, 5: nagyon elégedett	1					-0,184
	2					-0,194
	3					
	4			0,112		-0,144
	5					-0,173
	6					
	7					
	8		-0,113			
[Y3] Mennyire ért egyet a településen megjelenő turistákkal kapcsolatosan felsorolt 5 állítással? 1: nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért	1					
	2					
	3		-0,141			
	4					
	5					
[Y4] Mennyire ért egyet azzal, hogy a felsorolt 12 területen a település	1					-0,136
	2					
	3					

	X3	X4	X10	X18	X19
	Életkora?	Végzettsége? 1: általános isk., 2: középisk., 3: szakisk., szakmunkásképző, 4: főisk., egyetem	Hány éve él Fertőszéplakon?	Milyen gyakran nézi a település honlapját? 1: heti többször, 2: heti egyszer, 3: ritkábban, 4: soha	Részt szokott venni Fertőszéplak rendezvényein? 1: igen, gyakran, 2: néha igen, néha nem, 3: nem
felkészült a turisták fogadására? 1: nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért	4	0,099			
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
	10	0,108			-0,119
	11				
	12	0,099			

Színmagyarázat:

a kapcsolat erőssége (a τ abszolút értéke alapján):

gyengébb  erősebb

Forrás: saját kutatás

A következőkben azt elemeztem, hogy a kérdőív kérdései közül mivel áll legerősebb kapcsolatban az, hogy a helyi lakosok mennyire elégedettek [Y2] Fertőszéplak tisztaságával [Y2_1], biztonságával [Y2_2], közlekedési lehetőségeivel [Y2_3], vásárlási lehetőségeivel [Y2_4], szabadidős lehetőségeivel [Y2_5], munkalehetőségeivel [Y2_6], kulturális lehetőségeivel [Y2_7], egészségügyi ellátásával [Y2_8]. Az eredmények azt mutatják, hogy annál inkább elégedettebbek (elégedetlenebbek) a helyiek a település [Y2]

- egészségügyi ellátásával [Y2_8], minél inkább alacsonyabb (magasabb) a végzettsége [X4] ($\tau = -0,113$)
- vásárlási lehetőségeivel [Y2_4], minél több éve él Fertőszéplakon [X10] ($\tau = 0,112$)
- Fertőszéplak tisztaságával [Y2_1], biztonságával [Y2_2], vásárlási lehetőségeivel [Y2_4], szabadidős lehetőségeivel [Y2_5], minél gyakrabban (ritkábban) szokott részt venni Fertőszéplak rendezvényein [X19] ($\tau = -0,184; -0,194; -0,144; -0,173$).

Arra is kiterjedt a vizsgálat, hogy a kérdőív kérdései közül mivel áll legerősebb kapcsolatban az, hogy a helyi lakosok mennyire értenek egyet a településen megjelenő turistákkal kapcsolatosan felsorolt 5 állítással [Y3]. Az 5 állítás közül az alábbi 4 nem áll szignifikáns kapcsolatban egyetlen sorrendi skálán mért kérdéssel sem:

- [Y3_1] A turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt.
- [Y3_2] A turisták jellemzően barátságosak, és alapvetően pozitív kapcsolatot alakítanak ki a helyi lakosokkal.
- [Y3_4] A turisták a hétköznapi életünket zavarják, idegenek számunkra.
- [Y3_5] A település turizmusfejlesztését a kerékpáros turizmusra kellene alapozni.

Az egyetlen állítás, amely szignifikáns kapcsolatban állt más (1 db) sorrendi kérdéssel: [Y3_3] A turisták veszélyeztetik a helyi természeti értékeket. *Ezzel az állítással annál inkább egyetértettek (annál kevésbé értettek egyet) a helyiek, minél inkább alacsonyabb (magasabb) a végzettségük [X4] ($\tau = -0,141$).*

A következőkben azt elemzés kitért arra, hogy a kérdőív kérdései közül mivel áll legerősebb kapcsolatban az, hogy a helyi lakosok mennyire értenek egyet azzal, hogy a felsorolt 12 területen a település felkészült a turisták fogadására [Y4]. A 12 közül az alábbi 8 állítás egyik sorrendi skálán mért kérdéssel sem állt szignifikáns kapcsolatban:

- [Y4_2] Lakosság vendégszeretete megfelelő a turisták fogadására
- [Y4_3] Helyi vendégfogadók felkészültek a turizmusra
- [Y4_5] Kirándulási lehetőségek a környéken kielégítőek
- [Y4_6] Szórakozási lehetőségek kielégítőek
- [Y4_7] Kulturális és sportrendezvények
- [Y4_8] Kulturális intézmények tevékenysége megfelelő
- [Y4_9] Kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendőek
- [Y4_11] Közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket

A többi 4 állítás kapcsán megfogalmazható szignifikáns kapcsolatok: a helyi lakoson annál inkább egyetértenek (kevésbé értenek egyet)

- azzal, hogy az önkormányzat elkötelezett és felkészült a turizmus fogadására [Y4_1], minél gyakrabban (ritkábban) vesznek részt a helyi rendezvényeken [X19] ($\tau = -0,136$)
- azzal, hogy a szálláslehetőségek a faluban elegendőek [Y4_4], minél idősebbek (fiatalabbak) [X3] ($\tau = 0,099$)
- azzal, hogy a falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó [Y4_10], minél
 - idősebbek (fiatalabbak) [X3] ($\tau = 0,108$)
 - gyakrabban (ritkábban) nézik a település honlapját [X18] ($\tau = -0,119$)
- azzal, hogy Fertőszéplak kerékpáros turizmuskínálata megfelelő [Y4_12], minél idősebbek (fiatalabbak) [X3] ($\tau = 0,099$)

A továbbiakban az ordinális skálán mért kérdésekről a nominális skálán értelmezettek közti kapcsolatokra helyeződik át hangsúly. Ezek közül a szignifikáns Cramer mutatókat foglalja össze a 32. táblázat. Ezek nem alkalmasak a minél inkább, annál inkább típusú megállapítások megfogalmazására (mivel csak pozitív értéket vehet fel a Cramer mutató), emiatt csak a kapcsolatok erőssége állapítható meg. A vizsgált ($26 \cdot 14 =$) 364 db Cramer mutatóból 52 db adott szignifikáns eredményt (kb. 14%), ami hasonló a τ mutatóknál képződött kb. 12%-hoz. Azonban míg a τ mutatók csak gyenge kapcsolatokat tártak fel, addig a Cramer mutatók közepesen erőseket is.

32. táblázat: Kapcsolatvizsgálatok eredményei – szignifikáns Cramer-féle V értékek

		X1	X2	X5	X6	X7	X8	X9	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
Y1														0,203	
Y2_	1														
	2		0,216						0,350						
	3			0,188							0,212				
	4					0,270		0,211					0,211		
	5										0,241		0,238	0,230	
	6								0,302		0,252				
	7														
	8								0,291						
Y3_	1								0,308						
	2		0,203	0,212			0,295		0,289						
	3			0,191		0,204		0,215							

		X1	X2	X5	X6	X7	X8	X9	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
	4								0,302		0,207				
	5									0,203	0,273				
Y4_	1								0,331						
	2				0,223										
	3				0,222										
	4		0,198	0,192					0,323		0,215				
	5		0,187	0,185	0,236				0,302			0,248			
	6										0,248			0,233	
	7								0,303		0,213	0,224			
	8	0,210													
	9														
	10														
	11									0,370	0,244	0,235			
	12					0,333	0,217		0,292	0,308					

Színmagyarázat:
a kapcsolat erőssége:

gyengébb  erősebb

Forrás: saját kutatás

Az, hogy a helyi lakosok mennyire tartják a fejlődőnek a települést [Y1] csak egy változóval állt szignifikáns kapcsolatban, mégpedig azzal, hogy tagja-e civil szervezetnek Fertőszéplakon? [X16] (C = 0,203). A 33. táblázat kereszttáblája mutatja e két kérdésre adott válaszok megoszlását. Azért mutatható ki kapcsolat e két kérdésre adott válaszok között, mivel azok, amik mindkét kérdésre válaszoltak, túlnyomó részük nem tagja civil szervezetnek a településen, és fejlődőnek tartja a települést.

33. táblázat: Kereszttábla [Y1] vs. [X16] (fő)

		[Y1] Mennyire tartja a települést fejlődőnek?					Σ
		1: gyorsan fejlődő	2: fejlődő	3: stagnáló	4: leépülő	5: egyéb	
[X16] Tagja-e civil szervezetnek Fertőszéplakon?	1: igen	19	38	0	0	0	57
	2: nem	28	143	4	0	2	177
Σ		47	181	4	0	2	234

Forrás: saját kutatás

A 32. táblázatban feltűnő, hogy a legtöbb szignifikáns kapcsolat az [X11] kérdésre adott válaszokkal áll fenn, a legerősebb kapcsolatok is itt figyelhetők meg. Ez a függetlennek tekintett [X11] változó az utcára vonatkozó kérdés volt. Tehát a vizsgált kérdések közül a helyi lakosnak a Fertőszéplakon belüli lakhelyétől (az utcától) függ az, hogy mennyire elégedettek a helyi jellemzőkkel [Y2], mennyire értenek egyet a turistákkal kapcsolatosan felsorolt állításokkal [Y3], illetve azzal, hogy a település felkészült a turisták fogadására [Y4]?

A helyi lakos utca szerinti lakhelye [X11]


- a település jellemzői [Y2] közül a biztonsággal való elégedettséget [Y2_2] befolyásolja leginkább ($C = 0,350$).
- a helyi turistákkal kapcsolatos állítások [Y3] közül az azzal való egyetértést befolyásolja leginkább, hogy „a turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt” [Y3_1] ($C = 0,308$).
- a településnek a turisták fogadására való képességén belül az azzal való egyetértést befolyásolja leginkább, hogy a „közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket” [Y4_11] ($C = 0,370$).

Ezekből is látható (34. táblázat), hogy a legtöbb utcában inkább elégedettek a biztonsággal [Y2_2], a turistáknak a munkalehetőségeket növelő hatásával közepesen vagy inkább egyetértenek [Y3_1], és inkább egyetértenek azzal, hogy a közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket [Y4_11].

34. táblázat: Kereszt táblák az utcákkal [X11] kapcsolatos legerősebb kapcsolatokról (%)

[X11] Melyik utcában lakik?	Y2_2 Mennyire elégedettek a helyi biztonsággal?						Y3_1 „A turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt”						Y4_11 „Közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket”					
	1: elégedetlen 5: nagyon elégedett						1: nem ért egyet 5: teljes mértékben egyetért											
	1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ	1	2	3	4	5	Σ
1 Ady Endre			1,8	5,3	0,4	7,6		1,3	1,3	3,6	1,3	7,6		2,2	1,3	2,7	1,3	7,6
2 Arany János			0,4	3,1	4,9	8,4	0,9		2,7	1,3	3,6	8,5		0,4	1,3	4,9	1,8	8,4

3 Gyár	0,4	0,4		2,7	0,4	4,0	0,4			2,7	0,9	4,0	0,9		1,8	0,4	0,9	4,0
4 Hunyadi			0,4		0,9	1,3			0,9		0,4	1,3			0,9		0,4	1,3
5 Kossuth Lajos		0,9	0,9	4,4	1,8	8,0			3,6	0,9	2,7	7,2		0,4	1,3	4,4	1,8	8,0
6 Mátyás király			0,4	1,3	0,4	2,2	0,9	0,4		0,4	0,4	2,2				2,2		2,2
7 Nagy Lajos			4,4	9,3	3,1	16,9	1,8	1,8	5,4	4,9	3,1	17,0	0,9	1,3	5,3	7,1	2,2	16,9
8 Petőfi Sándor			2,2	8,0	1,8	12,0	0,4	0,4	4,9	1,3	4,9	12,1		0,9	2,2	6,7	2,2	12,0
9 Rákóczi	0,4		0,4	5,8	2,2	8,9	0,9	0,9	2,2	4,0	0,9	9,0	0,4	0,9	0,9	4,4	2,2	8,9
10 Soproni		0,4	3,6	5,8	2,7	12,4	0,9		5,4	4,5	1,8	12,6		3,1	1,8	5,3	2,2	12,4
11 Széchenyi				0,9	0,9	1,8				0,9	0,9	1,8			0,4	1,3		1,8
12 Szent Imre			0,4	4,4	0,9	5,8	0,9		2,2	0,9	1,8	5,8		0,4	1,3	3,6	0,4	5,8
13 Szent István				0,4	4,4	4,9		0,9	1,8	0,4	1,8	4,9			0,4	3,1	1,3	4,9
14 Szent József			1,8			1,8			1,8			1,8	1,3	0,4				1,8
15 Várhely			0,9	1,8	1,3	4,0		0,9	0,9	0,4	1,8	4,0			1,3	1,3	1,3	4,0
Σ	0,9	1,8	17,8	53,3	26,2	100,0	7,2	6,7	33,2	26,5	26,5	100,0	3,6	10,2	20,4	47,6	18,2	100,0

Színmagyarázat a relatív gyakoriságok (%) alapján:
alacsonyabb  magasabb

Forrás: saját kutatás

7. A tézisek vizsgálata

A hipotézisek (előfeltevések) a kutatás vezérfonalát jelentik, melyek a kutatás tárgyával kapcsolatos, jellemző, oksági, kapcsolati viszonyt írnak le állítás formájában az elvárt kutatási eredményről, melyet a kutatás során igazolni vagy cáfolni szükséges.

Az általam felállított hipotézisek vizsgálatának eredményei a következők:

H1: Az osztrák látogatók a Fertő tó egységes turisztikai térként való használatát nem elsősorban fizikai vagy földrajzi tényezők – például elérhetőség vagy távolság – akadályozzák, hanem a kulturális távolság mértéke, amely elsősorban az interkulturális különbségeken alapul. (K1)

Tézis 1: Kulturális távolság és percepció

Az osztrák látogatók számára a Fertő tó egységes turisztikai térként való használatát nem a fizikai távolság vagy az elérhetőség akadályozza, hanem a kulturális távolság. Ez a távolság elsősorban a kulturális percepciókban gyökerezik, ami meghatározza az osztrák látogatók élményeit és a helyszínhez való viszonyukat.

A vizsgálatok igazolták, hogy a Fertő tó térségben az egységes turisztikai tér használata jelenleg nem releváns. Kijelenthető, hogy nincs egységes Fertő tavi (osztrák-magyar) turisztikai térség. Az Esterházy család térszervező erejének (gazdasági, turisztikai, politikai stb.) elemzése igazolta, hogy a Fertő tavi térség ausztriai és magyarországi területei markánsan, jelentős társadalmi, gazdasági, politikai fejlődési különbségeken mentek keresztül a Trianoni Békediktátum óta, amelyek a két ország esetében eltérő életteret hoztak létre. Ezek olyan széles spektrumú különbségek a két ország társadalmi mindennapjaiban – Maslow piramis rendszerében – amelyek révén, az osztrákok a gazdasági erőfölényüket is kihasználva, a Fertő tó térségében nincs egységesnek nevezhető földrajzi, gazdasági, turisztikai tér. Az akciórádiusz idő és tér hatása a nem egységes földrajzi tér használatát mutatja meg a push és pull elemek elemzésével.

Ezek alapján az 1. hipotézis igazoltnak tekinthető.

H2: A Fertő tó térségét – amely a Trianon előtti egységes földrajzi térre utal – napjainkban már nem lehet egységesnek tekinteni, mert az egységesség értelmezésének politikai, gazdasági, társadalmi és kulturális akadálya van. (K1)

Tézis 2: Politikai és társadalmi határok

A Trianon előtti földrajzi egység, amely a Fertő tó körül létezett, mára megszűnt egységes lenni, melynek oka a politikai, gazdasági, társadalmi és kulturális különbségekben keresendő, amelyek együttesen gátolják a térség turisztikai egységességének újra értelmezését és megvalósítását.

Az osztrák és azon belül a burgenlandi turizmuspolitika stratégiai irányjaival az egységes térséghez kapcsolódó valamennyi turisztikai értéket kisajátítani igyekeznek (pannon életérzés stb.). Az egykor Trianoni Békediktátum előtti földrajzi térségre jellemző valamennyi értéknek napjainkban az identitást erősítő szerepe is Burgenlandot támogatja, burgenlandi kötődést jelenít meg a turisztikai kommunikációban is. A burgenlandi turisztikai szakmai tevékenység a Burgenland identitás egyik alapköve, amelynek fontos eleme, hogy a Burgenland önazonulásának valamennyi eleme egy egységes identitásban jelenjen meg, még azon az áron – azzal a valóságtorzítással is –, hogy a szomszédos magyarországi hasonló értéktárnak a legfontosabb, legjelentősebb elemeit kisajátítsák, illetve burgenlandinak identifkálják.

Ezek alapján a 2. hipotézis igazoltnak tekinthető.

H3: Az osztrák látogatók szerepe a magyar oldalon a térség turisztikai kínálatának jelentőségéhez képest (pl. az Esterházy-kastély látogatottsága) sokkal alacsonyabb, aminek az oka elsősorban az osztrák turizmuspolitika eltérő prioritása. (K2)

Tézis 3: Látogató kereslet változás a turizmuspolitika hatására

Az osztrák látogatók aránya a magyar oldalon alacsonyabb a turisztikai kínálat jelentőségéhez képest, például az Esterházy-kastély látogatottságában. Ennek a jelenségnek az egyik fő oka a tudatos osztrák turizmuspolitika, amely inkább belföldi turizmust ösztönöz vagy más osztrák célpontokat hirdet.

A kutatás és elemzés során bemutatásra került, hogy az osztrák látogatók száma (a Nordburgenlandi térségben turisztikai céllal bel- és külföldi látogatók és második lakást használók) az osztrák (burgenlandi) turizmuspolitika elemzett tevékenységei révén nem preferálják a magyarországi megjelenést. Ennek a szándékos elterelésnek az elemzésben is bemutatott két példája a szálláshelyszolgáltatók kommunikációs tevékenységének országhatáron belüli időeltöltésének az ösztönzése. És ennek a tevékenységnek a példája, hogy a Fertő tavi kerékpárosút osztrák szakaszának hosszával, használhatóságának a tudatos vizuális és kommunikációs torzítása annak érdekében, hogy a Fertő tó déli részének magyarországi

használatától elriasszák a kerékpározókat (több eszköz is együttesen multiplikatívan erős befolyásolást gyakorol).

Fentiek alapján a 3. hipotézis igazoltnak tekinthető.

H4: A térségi stakeholderek szakmai tevékenysége és együttműködése nem elég hatékony, mivel az elmúlt évtizedekben nem alakult ki működőképes, rendszeres, közös célokat és bizalmat építő együttműködési hálózat, ami akadályozza a gazdasági és társadalmi folyamatok fejlettségét. (K3)

Tézis 4: Stakeholderek együttműködése

A Fertő tó térségének turisztikai stakeholderei jelenleg nem tudnak hatékonyan együttműködni a gazdasági és társadalmi szereplőkkel a régióban, melynek oka az eltérő érdekek, a kommunikációs csatornák hiányosságai, a kölcsönös megértés érdekében rendszeres találkozók szervezésének elmaradása, valamint a közös stratégiai célok hiánya. Egy átfogó együttműködés a térségi stakeholderek között nemcsak a turisztikai szektor fejlesztését segítené elő, hanem hozzájárulna a határon átnyúló helyi közösségek gazdasági és társadalmi megerősödéséhez is és a térség versenyképességének növeléséhez.

A kutatás alapján kijelenthető, hogy a Fertő tó térség turisztikai tevékenységében a stakeholder szereplők egy része a legjelentősebb problémát az összefogás, az együttműködés hiányában látja hosszú évek óta. Elismerik, hogy a történeti sajátosságok révén sikerült megóvni a természet értékeit, de azt látni kell, hogy azok a szereplők, akik hagyományosabb felfogásban vállalkozás-orientáltak, a Nemzeti Park szerepében, a Világörökség szerepében inkább hátrányt, akadályozó tényezőt látnak, mint előnyt. Ausztria közelsége részben előnyt, részben hátrányt jelent, azaz az osztrák piac irányába eddig megtörtént marketing tevékenység nem hozott eredményt. Előny a térség vonzerejét tekintve, főként a távolabbi vidékek lakosai számára, részben hátrányt, mert versenyképesség tekintetében több szempontból hátrányban van a térség. Ezek közül kiemelkedik az alacsony minőségű turisztikai infrastruktúra, a hiányos szolgáltatások.

Mindezek alapján a 4. hipotézis igazoltnak tekinthető.

H5: Az akciórádiusz hadtudományi fogalma a turizmus tér és idő kontextusán kívül új értelmet kap, ha különböző földrajzi és társadalmi tényezők alapján vizsgáljuk, vagyis a fogalom bővíthető olyan irányokkal, mint az infrastruktúra, a digitális elérhetőség, a helyi közösségek hatása vagy a turizmus motivációs tényezői, a push és pull elemek kiegészítése.

Tézis 5: Az Akciórádiusz transzdiszciplináris bővítése

Az akciórádiusz fogalmának széleskörű vizsgálata a turizmusban nem csupán az időbeli és térbeli elhelyezkedést jelenti, hanem annak társadalmi, gazdasági és kulturális összefüggéseit is figyelembe veszi. Az akciórádiusz fogalma egy komplex, multidimenzionális kontextusban kap új értelmet, mely figyelembe veszi a turizmus újonnan megjelenő és releváns aspektusait. Ily módon a tér és idő mellett további irányokkal bővíthető, úgy mint 1) a helyi közösségek kulturális identitása és a turizmushoz való hozzáállása alakítja a tér használatának lehetőségeit, ideértve a közreműködésüket, együttműködési készségüket és a turizmus iránti fogadókészségüket; 2) a látogatók motivációját befolyásoló percepciók, pl. lelkesedés a célterület történelme vagy kulturális élménye miatt a távolságokat is átírják; 3) a digitális elérhetőség és technológia figyelembe vétele, mely megváltoztatja a turisták információszerzési és döntéshozatali folyamatait, mely a honlapok, közösségi média és az utazási alkalmazások segítségével az információk könnyen és gyorsan elérhetők, befolyásolva a turisták akciórádiuszát.

A vizsgálat földrajzi terében nagyszerűen bemutatható a tér és az idő kontextusán túl, hogy két szomszédos ország esetében – egy egykor egységes földrajzi térben – a tér és az idő elemzésén túl számos olyan elemet szükséges vizsgálni, amelyek rámutatnak arra, hogy széleskörű vizsgálatokkal lehet az egykori egységes földrajzi teret 100 évvel a különválása után vizsgálni. Ezen vizsgálat eredményeinek a megállapítására és a következtetések levonására az akciórádiusz fogalom bevezetése egy tudományos újdonságként képes rendkívül komplex módon, széleskörűen a helyzet elemzésére, megvilágítására. Az akciórádiusz a tér és az idő elemein túl figyelembe vesz számos push és pull elemet, így a kutatások és elemzések új jelentéstartalommal bővülve közelebb visznek a megismeréshez, amelyek révén a valós gazdasági, társadalmi, turisztikai folyamatok előremutatóbban (üzleti sikereket is jelentően) tárhatók fel. Az akciórádiusz segít az interkulturális különbségek megértésében is. A disszertáció eredményei alátámasztották a tézis igazságtartalmát és igazolták, hogy az új fogalom megalkotása és bevezetése szükséges a mélyebb elemzésekhez.

Fentiek alapján az 5. hipotézis igazoltnak tekinthető.

8. Következtetések és ajánlások

8.1. Elméleti reflektálás

Az eredendően történészek által használt akciórádiusz fogalom turizmus-specifikus értelmezése jelentős mértékben hozzájárul a turizmuselmélet tér-idő konstrukciójának kiszélesítéséhez, mivel túlmutat a tradicionális megközelítéseken, amelyek a desztinációk vonzáskörzetét főként a fizikai távolság és az infrastrukturális elérhetőség alapján értelmezik (Tóth–Dávid 2010). Az új elméleti konstrukció a turisták mozgásának egyéni, percepcióalapú korlátait helyezi a középpontba, így képes a mobilitási és a döntésszichológiai tényezőket egyaránt integrálni. A turizmus tér-idő dimenziójának vizsgálata nem új keletű, már Hall (2005a, 2005b) is hangsúlyozta, hogy az idő, mint szűkös erőforrás, kulcsfontosságú szerepet játszik a desztinációválasztásban, különösen a rövid tartózkodású utazások esetén. A disszertáció ennek fényében mutat rá arra, hogy a turisták által érzékelt tér-idő kapcsolat döntően befolyásolja az akciórádiuszt – vagyis azt a szubjektív hatókört, amelyen belül egyéni döntés születik a mozgásról (Frändberg 2008). A dolgozatban tárgyalt akciórádiusz koncepció egyik teoretikus pillérét képező "tér-idő prizma" modell (Miller 2004, 2005) részleges adaptálása újszerű a turizmuskutatásban, mivel korábban főként közlekedésföldrajzi és várostervezési kontextusban használták. A disszertáció eredményei megerősítik Xu et al. (2021) érvelését, miszerint a turisták nem a tényleges távolság, hanem a személyes időkeret, a hozzáférhetőség élménye és a mobilitási lehetőségek percepciója alapján döntenek el, mely desztinációk esnek számukra „elérhető távolságon belülre”. A dolgozat által javasolt akciórádiusz modell támogatja a meglévő gravitációs modellek szintetizálását (Yee–Ismail 2020) és a viselkedési megközelítések (McKercher–Lew 2003, McKercher 2008b) előnyeit: míg előbbiek a tömeges turizmus áramlását próbálják leírni makroszinten, utóbbiak az egyéni döntéshozatalra fókuszálnak. Az akciórádiusz e két megközelítés közé ékelődik, lehetőséget adva a tér-idő-orientált viselkedés finomabb megértésére – ezáltal a desztinációk elérhetőségének újraértelmezésére. Az akciórádiusz fogalmának turizmuselméleti bevezetésével mérsékelhető az a hiányosság, hogy a klasszikus vonzáselméletek kevesebb figyelmet szentelnek az olyan „láthatatlan” akadályokra, mint például a mentális térképek, az ismerethiány vagy a kulturális komfortzóna, amelyek valós hatással vannak arra, hogy egy adott tér elérhetőségét miként ítéli meg a turista (Gunn–Var 2003). Az akciórádiusz koncepciója új szintre emeli a turizmus tér-idő elméletének olvasatát, mivel nem csupán a fizikai térben

értelmezi a turisztikai mobilitást, hanem arra a belső, szubjektív idő- és döntéstérre ható külső tényezőket is vizsgálja, amely kereteken belül a turisták tényleges mozgása zajlik. Ezzel a megközelítéssel a dolgozat nemcsak bővíti a turizmuselmélet fogalmi apparátusát, hanem lehetőséget nyit az empirikus kutatások új típusaira is, amelyek képesek az egyéni percepciókat és mobilitási stratégiákat térben és időben értelmezni.

8.2. Gyakorlati implikáció

A dolgozat gyakorlati implikációja tekintetében számos, a gyakorlati következményekre, a valós életben való alkalmazhatóságra utal. A dolgozat összegezve két jelentős gyakorlati implikációrendszerrel rendelkezik.

8.2.1. Gyakorlati implikáció a módszertan tekintetében.

Az akciórádiusz modell alkalmazása a magyarországi turisztikai attrakciók működésének a vizsgálatokor és a hozzá kapcsolódó elemzésekben a minél teljesebb feltáráshoz olyan módszertant biztosít, amely egy másik látószögéből világít rá a helyzetre - egyáltalán egy újszerű helyzetelemzést tesz lehetővé. A dolgozat vizsgálatának földrajzi tere arra mutat jó példát, hogy határterületi együttműködésekben az együttműködések jelenlegi megítélésén túl tud szakmai támogatást adni. A módszertan rá tud világítani olyan mélyben gyökerező, elfedett, nem látható elemekre, amelyek azonnal más megvilágításba helyezik az akár évtizedes berögzült módszereket és gyakorlatokat is. A módszertani újdonság révén alternatív megoldási lehetőségek is rendelkezésre fognak állni a turisztikai szereplők számára.

8.2.2. Gyakorlati implikáció a vizsgálat földrajzi terében

Az eredmények rávilágítanak arra a Fertő tó térségben, hogy a két ország turisztikai szakemberei, stakeholderei másképpen gondolkodnak a turizmus rendszerek működéséről. Ausztriában egy tudatos tartományi identitásépítéssel és gazdasági érdekérvényesítő rendszerrel rendelkeznek a megfelelő szervezetek létrehozásával és jelentős gazdasági erő is kapcsolódik hozzá. Amely hatásait az országhatáron túlra is – elsődlegesen Magyarországra, Szlovákia irányában például kevésbé érzékelhetően – igyekeznek kiterjeszteni. Ezt a tudatos tevékenységet, annak elemeit, módszertanait további turisztikai szakemberek is megismerhetik a dolgozaton keresztül, értelmezhetik és annak gondolkodásmódját, logikáját figyelembevéve képesek lehetnek arra, hogy a magyarországi turisztikai rendszer működésének előnyére fordítsák. Kiemelt gyakorlati implikációja a dolgozatnak, hogy a burgenlandi stakeholderek és

a turisztikai kínálat valamennyi szereplőjének a gondolkodását feltárta. A gondolkodásukhoz kapcsolódó célkitűzéseikhez tartozó eszközrendszerrel a magyar oldalon sem kell szűkölködni, kesztyűs kézzel bánni. A kereslet kínálatban a magyarországi kínálati rendszer résztvevőinek az ausztriai érdekérvényesítéséhez hasonló eszközökkel szabad élni és ezekkel fel kell venni a versenyt. A gazdasági és etikai kérdéseket pedig megfontoltan érdemes mérlegelni.

Az ausztriai Esterházy család térszervező erejének jelentőségét elemezve lehetőséget látok abban, hogy az adoptálható elemek Magyarországon is bevezetésre kerüljenek. Meg kell vizsgálni a magyarországi stakeholdereknek, hogy a Fertő tó térségében az Esterházy múltban gyökerező, de jelenleg nem egy Esterházy „védőernyő alatt” lévő elemek képesek lehetnek-e részelemeiben rövid illetve középtávon pozitív hatást gyakorolni a turizmus területén (gazdasági oldalról is). Tovább kell lépni abban is, hogy az UNESCO határon átnyúló Világörökségi helyszín kihasználatlan potenciálját hasznosítva a turizmus mindennapi valóságában eredményeket lehessen elérni.

8.3. Limitáció

Bár a szabadidő, a kulturális távolság és a turizmus kapcsolata gazdag és sokrétű kutatási területet kínál, fontos felismerni a vizsgálat korlátait. A szabadidős élmények szubjektív természete, a kultúra komplexitása, a vizsgált tényezők dinamikus összefüggései és a kutatási módszerek sajátosságai mind befolyásolják az eredmények általánosíthatóságát és a levonható következtetések érvényességét. A jövőbeni kutatásoknak fokozottan kell figyelniük a kontextuális tényezők hatására, egyfelől a földrajzi környezet, másrészt a kulturális különbségek árnyaltabb megértésére, és nem utolsósorban a módszertani kihívásokra.

8.4. Jövőbeni kutatási irányok

A jövőbeni kutatások fókuszpontjaként a Sopron-Fertő és a Nordburgenland térségben folytatódik azoknak a push és pull tényezőknek a felkutatása, feltárása és elemzése, amelyek további alátámasztást nyújtanak ahhoz, hogy melyek azok az interkulturális elemek, amelyek jelen vannak még az egykori vasfüggöny helyén, láthatatlan falat és akadályt jelentve a burgenlandi térségből Magyarországra átjutásban. Ezzel az akciórádiusz elmélet komplexitását támasztom alá.

Ezek közül a jövőbeni kutatási elemek közül öt fókuszpontot emelek ki:

1. Kvantitatív kutatás keretében tartalomelemzési módszerrel vizsgálni fogom, hogy a burgenlandi turisztikai attrakciók és szolgáltatók a magyar turisztikai kereslet irányában milyen eszközökkel jelennek meg. Feltárom, hogy ezek a további eszközök a burgenlandi turisztikai kínálat tekintetében milyen gazdasági érdekek mentén milyen célokat szolgálnak.
2. Kibővítésre kerül az Esterházy család térszervező szerepe további elemekkel és köztük földrajzi értelemben egy új ország is bevonásra kerül, a szlovákiai Galántha térsége (az egykori királyi Magyarország tekintetében az egykori ország földrajzi egysége ma három ország földrajzi terében jelenik meg). A napjaink Esterházy-családjának hercegi ága a galántai előnevet viseli. Így a teljes Esterházy családtörténet további kutatásában már nemcsak az osztrák magyar földrajzi tér elemeit tervezem kutatni, hanem az egykori Esterházy térségek történelmi léptékű vizsgálata is megjelenhet. Turisztikai kutatási tevékenységként vizsgálni fogom azokat az elemeket, amelyek rávilágítanak arra, hogy az Esterházyak többek között a mai magyarországi vitorlássport és autósportok egykori megteremtői voltak és ez a tevékenységük a mai napig hatással van a turizmusra, miközben ők maguk napjainkban már nem szerves részei ennek a tevékenységnek Magyarországon. 2015-ben Galántha adott otthont első alkalommal a három ország Esterházy örökségét gondozó szervezeteinek találkozásra egy konferencia keretein belül, így ennek az inspirációja révén a jövőbeni kutatásokban az egykori teljes Esterházy Birodalom térségeit együtt érdemes vizsgálni.
3. A jövőben vizsgálni fogom a szimbólumok szerepét is, hiszen a jelen elemzésben nem szerepelt a közös Fertő-Hanság Nemzeti Park / Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel logója. A közös logó azonban szimbolikájával tovább erősíti az osztrák oldal dominanciáját. Ezen szimbólum jelentésének értelmezéséhez és hatásának bemutatásához más tudományterületek bevonására is sor kerül.
4. Jövőbeni kutatási téma a kulturális távolság tekintetében a közeli földrajzi távolság-elérhetőség (átlagnál rövidebb idő) és a közeli kulturális távolság (az átlagnál magasabb a diplomások aránya), ami arra a kereset a választ, hogy a Nordburgenland-i térség magas jövedelmi, magas iskolázottságú és földrajzi értelemben kis távolságra élő második otthonnal rendelkező társadalmi csoportja miért nem kultúrafogyasztó Magyarországon

magas színvonalú kulturális eseményeken (például a Hadyneum koncertjein Eszterházában).

5. Kérdőíves lakossági kvalitatív kérdőíves kutatást tervezek végezni Fertőszéplak településen. A kutatás célja, hogy a 2016-os kérdőíves felmérést megismételve vizsgálni a változásokat. A kérdőíves vizsgálat elemzése be fogja mutatni az elmúlt évtized gazdasági, turisztikai és társadalmi elemeinek a változását ezen a virágzó településen.

9. Irodalomjegyzék

- Albalate, D. – Bel, G. (2010): Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints. *Tourism Management*, 31, 425–433.
- Albert, G. – Tóth, K. – Pál, M. – Pappné Vancsó, J. (2022): *Geopark in Sopron (Hungary) is a real possibility*. 16th European Geoparks Conference 26-30, Sept. 2022.
- Anderson, D. H. – Stanis, W. – Sonya, A. – Schneider, I. E. – Leahy, J. E. (2008): Proximate and distant visitors: Differences in importance ratings of beneficial experiences. *Journal of Park & Recreation Administration*, 26(4), 47–65.
- Ankomah, P. K. – Crompton, J. L. (1992): Tourism cognitive distance. A set of research propositions. *Annals of Tourism Research*, 19, 323–342.
- Arcanum Adatbázis Kft. (2014): *Magyarország (1782–1785) – Első Katonai Felmérés*.
<https://maps.arcanum.com/hu/map/firstsurvey-hungary/?layers=147&bbox=2110197.0398689536%2C6019022.357477266%2C2133854.3001232157%2C6026857.152876496>
- Babbie, E. (1995): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest
- Bao, Y. – McKercher, B. (2008): The effect of distance on tourism in Hong Kong: A comparison of short haul and long-haul visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 101–111.
- Barcza, A. – Csapó, J. – Hinek, M. – Marton, G. – Alpek, L. (2023): Examining seasonality in tourism with special reference to the recent effects of Covid-19 – the case of the Sopron-Fertő tourism destination (Hungary). *European Countryside*, 15:(2), 243–258. DOI: 10.2478/euco-2023-0013
- Barcza A. – Csapó J. – Hinek M. – Marton G. (2020): Sopron turisztikai szezonálisának és a turizmusfejlesztés szükséges irányainak vizsgálata. *Földrajzi Közlemények*, 144:(1). 65–78. DOI: 10.32643/fk.144.1.5
- Barcza A. (2020): Sopron örökségturisztikai értékeinek vizsgálata a turisták térhasználatára alapján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, V:(4), 56–71.
- Barcza A. (2022): *A Sopron–Fertő-térség turisztikai kínálatának és a turisták mobilitásának vizsgálata*. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs. (disszertáció)

- Bausch, T. – Humpe, A. – Gössling, S. (2019): Does climate change influence guest loyalty at Alpine winter destinations? *Sustainability*, 11, Article 4233. <https://doi.org/10.3390/su11154233>
- Berényi L. (2014): *Esterházyak – Egy ezeréves család történetei*. Eszterháza Kulturális Kutató-és Fesztiválközpont (EKKF)
- Bernasco, W. (2019): Adolescent offenders' current whereabouts predict locations of their future crimes. *PLoS ONE* 14(1), e0210733. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0210733>
- Bertalan L. (2020): *Határ menti fejlődési utak: Sopron. Középvárosi társadalmak – Egy új, innovatív városfejlesztési modell megalapozása*. Soproni Egyetem Kiadó. DOI: 10.35511/978-963-334-368-5
- Bianchi, C. – Milberg, S. – Cúneo, A. (2017): Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: The case of Chile. *Tourism Management*, 59, 312–324.
- Bodrogai L. – Vizi I. Gy. – Kulcsár L. (2017): Az örökségturizmus résztvevői és a kulturális örökség látogatóinak információforrásai a fertői Esterházy-kastély példáján. *Tér – Gazdaság – Ember*, 5. 1. 79–94.
- Bogardus, E. S. (1925): Measuring social distances. *Journal of Applied Sociology*, 9. 299–308.
- Boncz I. (2015): *Kutatásmódszertani alapismeretek*. Pécsi Tudomány Egyetem Egészségtudományi Kar. Pécs. https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%20Palyazati/sport/Kutatasmodszer_tan_e.pdf
- Bottlik Zs. (szerk.) (2018): *Etnikai földrajzi kutatások Köztes-Európában*. ELTE Természettudományi Kar. Budapest.
- Branigan, T. (2014): *China's noisy dancing retirees have local residents up in arms*. <https://www.theguardian.com/world/2014/jan/19/china-noisy-dancing-retirees-amateur-dance>.
- Buehler, R. – Hamre, A. (2015): The multimodal majority? Driving, walking, cycling, and public transportation use among American adults. *Transportation*, 42, 1081–1101.
- Buhalis, D. (2000): Marketing the Competitive Destination of Future. *Tourism Management*, 21, 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)

- Bull, T. (1994): *Estimating recreation use benefits: a case study of Tidbinbilla Nature Reserve*. Undergraduate thesis, Department of Economics, Australian National University, Canberra.
- Burgenland Tourismus GmbH – Burgenländische Landtag (2023): *Tourismus-Strategie und Masterplan 2030: Burgenland trifft Zukunft*. https://www.burgenland.info/fileadmin/user_upload/B2B/Strategie_2030/076.1022023_-_Strategiebroschu_re_215x280mm_v32_RZ_Online.pdf
- Bursa, B. – Mailer, M. – Axhausen K. (2022): Travel behavior on vacation: Transport mode choice of tourists at destinations. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166, 234–261.
- Caserta, S. – Russo, P. A. (2002): More Means Worse: Asymmetric Information, Spatial Displacement and Sustainable Heritage. *Tourism Journal of Cultural Economics*, 26, 245–260.
- Celata, F. (2007): Geographic marginality, transport accessibility and tourism development. In: Celant, A. (ed): *Global Tourism and Regional Competitiveness*, Bologna, Patron, 37–46.
- Chavas, J. – Stoll, J. – Sellar, C. (1989): On the Commodity Value of Travel Time in Recreational Activities. *Applied Economics*, 21, 711–722.
- Cholnoky J. (1935): Földrajz és történelem. *Földrajzi Közlemények* (63) 4-6. sz., 57–62.
- Christoff, J. (2022): *Road Trips Will be the Most Popular Type of Travel This Summer*. Travel Pulse. <https://www.travelpulse.com/news/features/road-trips-will-be-the-most-popular-type-of-travel-this-summer>
- Clark, T. – Pugh, D.S. (2001): Foreign country priorities in the internationalization process: A measure and an exploratory test on British firms. *Int. Bus. Review*, 10, 285–303, doi:10.1016/s0969-5931(01)00017-8.
- Cohen, E. (1979): A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13, 170–201.
- Cook, R. L. – Mcclery, K. W. (1983): Redefining vacation distances in consumer minds. *Journal of Travel Research*, 22. 2. 31–34.
- Cortés-Murcia, D. – Afsar, H. – Prodhon, C. (2023): Multi-period profitable tour problem with electric vehicles and mandatory stops. *International Journal of Sustainable Transportation*, 17 (5), 473– 489.

- Crompton, J. L. (1992): Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, 19 (3) 420–434.
- Crotts, J.C. (2004): The effect of cultural distance on overseas travel behaviors. *Journal Travel Research*, 43, 83–88, doi:10.1177/0047287504265516.
- Crouch, G. I. (1994): Demand elasticities for short-haul versus long-haul tourism. *Journal of Travel Research*, 33(2), 2–7.
- Csikszentmihályi, M. (1997): *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Harper Perennial.
- Dai, F. – Diao, M. – Sing, T. F. (2020): Effects of rail transit on individual travel mode shares: A two-dimensional propensity score matching approach. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Vol. 89, 102601.
- Darabos, F. – Kundi, V. – Kőmíves, Cs. (2024): *Attitude Survey regarding to Tourist Attractions of a County in Western Hungary*. (preprint), DOI: 10.20944/preprints202405.0977.v1
- De Cantis, S. – Ferrante, M. (2014): Tourism Statistics for Destination Management: The Trips/Arrivals Model. In *Statistical Methods and Applications from a Historical Perspective: Selected Issues*, 371–381., Cham: Springer International Publishing.
- De Cantis, S. – Parroco, A. M. – Ferrante, M. – Vaccina, F. (2015): Unobserved Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 50., 1–18., <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002>
- Debbage, K. (1991): Spatial Behavior in a Bahamian Resort. *Annals of Tourism Research*, 18251–18268.
- Dejbakhsh, S. A. B. E. R. E. H. (2008): *Determining the spatial needs of international tourists*. Victoria (MA): RMIT University Melbourne.
- Deng, T. – Gan, C. – Hu, Y. (2021): Do hotel business benefit from increased tourist accessibility? Evidence from China's high-speed railway program. *Tour. Econ.*, 27 (7), 1357–1374.
- Draganits, E. – Zámolyi J. A. – Hodits, B. – Gier, S. – Grasemann, B. – Janda, C. – Schiei, B. – Rohatsch, A. (2006): *Neusiedlersee/Fertő-tó (Austria/Hungary): lake level variations reconstructed by geomorphology, archaeology and historical maps*. In: PANGEO AUSTRIA, Innsbruck.

- Dybka, J. (1988): Overseas travel to Canada: New research on the perceptions and preferences of the pleasure travel market. *Journal of Travel Research*, 26, 12–15, doi:10.1177/004728758802600403.
- Egyed K. (2017): A turisztikai ágazat fejlődése. In: Jankó, F; Fábrián, A; Hardi, T (szerk.) *Burgenland*, Budapest, Magyarország: Nemzetstratégiai Kutatóintézet (2017) 551., 353–384., 32.
- Faggi, A. – Breuste, J. – Madanes, N. – Gropper, C. – Perelman, P. (2013): Water as an appreciated feature in the landscape: A comparison of residents' and visitors' preferences in Buenos Aires. *Journal of Cleaner Production*, 60, 182–187.
- Fakeye, P. – Crompton, J. L. (1991): Image Differences between Prospective, First-time, and Repeat Tourists to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30(2):10–16.
- Fan, D. X. F. – Zhang, H. Q. – Jenkins, C. L. – Lin, P. M. C. (2016): Does social contact lessen perceived cultural distance? Evidence from tourist-host social contact. *Annals of Tourism Research*, 61, 223–225.
- Federal Ministry for Sustainability and Tourism Republic of Austria (2019): *Masterplan T – Auf Dem Weg zur Nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt*. <http://www.bmnt.gv.at/masterplan-tourismus>
- Fennell, D. (1996): A Tourist Space-time Budget in the Shetland Islands. *Annals of Tourism Research*, 23, 811–829.
- Figueiredo, O. – da Rocha, A. – da Silva, J. F. – Carneiro, J. (2008): *Mapping the conceptual domain of the psychic distance construct*. In Proceedings of the 34th Annual EIBA Conference, Tallinn, Estonia,
- Flogfeldt, T. (1999): Traveler Geographic Origin and Market Segmentation: The Multi Trips Destination Case. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8, 111–118.
- Flogfeldt, T. (2005): The Tourist Route System – Models of travelling Patterns. Belgeo. *Revue Belge de Géographie*, 35–58.
- Fónai Dende A. – Sipos E. (2023): A közösségi közlekedés hatása a turisztikai élményre. *Turizmus Bulletin*, 23(4), 32–39.

- Forer, P. – Simmons, D. – Chen, H. (2002): *Filling in the Flows: Some Observations on Options for Creatively Utilising Multiple, Hierarchical Data Sources to Validate and Extend Tourist Flow Analysis*. Paper presented to 2002 Tourism and Hospitality Research Conference.
- Formádi K. (2025): *A fogyasztás szociológiája*. Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789636640972>.
- Fotheringham, A. S. – Brunson, C. – Charlton, M. (2000): *Quantitative Geography: Perspectives on Spatial Data Analysis*. London, Sage.
- Frändberg, L. (2008): Paths in transnational time-space: Representing mobility biographies of young Swedes. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(1), 17–28.
- Frisnyák S. (1990): *Magyarország történeti földrajza*. Tankönyvkiadó, Budapest
- Futschek, A. – Wolf, S. F. (2017): *Esterházy Melinda hercegné – Sok jóval ajándékozott meg az élet*. Eisenstadt, Esterházy Magánalapítvány, Eisenstadt, 2017. - 121 S. Ill. Quellen- u.
- Gimblett, R. H. (2002): Integrating Geographic Information Systems and Agent-Based Technologies for Modelling and Simulating Social and Ecological Phenomena. In: Gimblett, R. H. (ed.): *Integrating Geographic Information Systems and Agent-Based Technologies for Modelling and Simulating Social and Ecological Processes*, Oxford University Press, New York, 1–20.
- Gitelson, R. – Crompton, J. R. (1984): Insights into the Repeat Vacation Phenomena. *Annals of Tourism Research*, 11, 199–218.
- Gober, P. – Mings, R. C. (1984): A GEOGRAPHY OF NONPERMANENT RESIDENCE IN THE U.S. *The Professional Geographer*, Vol. 36, Nr. 2., 164–173.
- Gómez Parra, E. (2009): Cultural Distance among Speakers of the Same Language. *Sens public*. doi:10.7202/1064211ar.
- Grotte J. (szerk.) (2022): *Új trendek és jó gyakorlatok a fenntartható turizmus piacán különös tekintettel a nemzeti- és geoparkok szerepére*. Alma-Mater. Információs Társadalomért Alapítvány, Soproni Egyetem, Sopron.
- Gulinck, H. – Dumont, B. (2002): *Simulating Visitors' Dispersion in a Nature Reserve Based on a Friction Model*. Paper presented to Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas, Bodenkultur University Vienna, Austria.

- Guthörl, V. (1994): Activity patterns of roe deer (*Capreolus capreolus* Linné 1758) in a city forest with high recreational use [Aktivitätsmuster von Rehen (*Capreolus capreolus* Linné, 1758) in einem Stadtwald mit starkem Erholungsverkehr] *Zeitschrift für Jagdwissenschaft*, 40 (4), 241–252.
- Gyulavári T. – Mitev A.– Neulinger Á. – Neumann-Bódi E. – Simon J.– Szűcs K. (2014): *A marketingkutató alapjai*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 348.
- Hägerstrand, T. (1970): What about People in Regional Science? *Papers of Regional Science Association*, Vol. 24, 7–21.
- Håkanson, L. – Ambos, B. (2010): The antecedents of psychic distance. *Journal of International Management*, 16, 195–210.
- Haldrup, M. (2004): Laid Back Mobilities: Second Home Holidays in Time and Space. *Tourism Geographies*, 6, 434–454.
- Hale, C. M – Page, S. J. (1999): *Geography of Recreation and Tourism: Place and Space*. London, Routledge.
- Hall, C. M. (2005a): *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. Pearson Education.
- Hall, C. M. (2005b): Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility. *Geographical Research*, 43(2), 125–139.
- Halsall, D. (ed.) (1982): *Transport for Recreation*. Lancaster. IBG Transport Geography Study Group.
- Hansen, A. – Zipsane, H. (2014): Older people as a developing market for cultural heritage sites. *Journal of Adult and Continuing Education*, Vol. 20, No. 1. Spring. <http://dx.doi.org/10.7227/JACE.20.1.9>
- Hansen, W. G. (1959): How Accessibility Shapes Land-Use. *Journal of the American Institute of Planners*, 25 (2), 73–76.
- Hardi T. (2004): Az államhatárokon átnyúló régiók formálódása. *Magyar Tudomány* (9), 991–1001.
- Harlov-Csortán, M. (2022): A Single Past and Multiple Memory Techniques: Remembering the Cold War Period in the Cultural Landscape of the Hungarian Part of the Fertő/Neusiedlersee UNESCO World Heritage Site. *Auc Studia Territoria*, DOI: 10.14712/23363231.2022.5

- Hasselwander, M – Nieland, S. – Dematera-Contreras, K. – Goletz, M. (2023): MaaS for the masses: Potential transit accessibility gains and required policies under mobility-as-a-service. *Multimodal Transportation*, 2(3), 100086. <https://doi.org/10.1016/j.multra.2023.100086>
- Hausner G. (2018): Magyar hadtörténelem – interdiszciplináris megközelítésben. *HONVÉDSÉGI SZEMLE: A MAGYAR HONVÉDSÉG KÖZPONTI FOLYÓIRATA*, 146 (1). 124–130. ISSN 2060-1506, https://real.mtak.hu/124860/1/HSZ_2018_146_1_Hausner_Gabor.pdf
- Haustein, S. – Siren, A. (2015): Older people’s mobility: Segments, factors, trends. *Transport Reviews*, 35, 466–487.
- Haynes, K. E. – Fotheringham, A. S. (1990): The impact of space on the application of discrete choice models. *Review of Regional Studies*, 20.
- Higham, J. – Holt, A. – Kearsley, G. (1996): *Tourist Flow Reasoning: The Spatial Similarities of Tourist Movements*. Paper presented to the 8th Annual Colloquium of the Spatial Information Research Centre, Otago University, Dunedin, New Zealand.
- Hofstede, G. (1980): *Culture’s Consequences: International Differences in Work-Related Values*; Sage: Beverly Hills, CA, USA. doi:10.1177/017084068300400409.
- Hofstede, G. (2001): *Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Holzner, L. (1985): Stadland USA. *Geographische Zeitschrift*, 75, 192–205.
- Hummel, K. A. – Hess, A. (2010): *Movement activity estimation for opportunistic networking based on urban mobility traces*. In Proceedings of the 2010 IFIP Wireless Days, Venice, Italy, 20–22 October 2010; 1–5.
- Hwang, Y. H. – Gretzel, U. – Fesenmaier, D. R. (2006): Multicity trip patterns: Tourists to the United States. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1057–1078.
- Ihrig D. (1973): *A magyar vízszabályozás története*. Budapest
- Jackman, M. – Lorde, T. – Naitram, S. – Greenaway, T. (2020): Distance matters: The impact of physical and relative distance on pleasure tourists’ length of stay in Barbados. *Annals of Tourism Research*, 80, 102794.

- Jackson, M. (2001): *Cultural influences on tourist destination choices of 21 Pacific rim nations*. In Proceedings of the CAUTHE National Research Conference, Canberra, Australia; 166–176.
- Janisch, C. – Lang, A. – Watzek, B. (2024): *Tourismusregion Neusiedler See – Risiken und Chance einer euraepischen Destination*. Residenz Verlag GmbH Salzburg-Wien
- Jankó F. – Fábrián A. – Hardi T. (szerk.) (2017): *Burgenland*. Budapest, Magyarország: Nemzetstratégiai Kutatóintézet, 551.
- Jánosa A. (2011): *Adatelemzés SPSS használatával*. ISBN:9789636183684
- Jianhong, X. (2007): *Modelling the spatial-temporal movement of tourists*. School of Mathematical and Geospatial Sciences Rmit University Melbourne, Victoria. (Phd dissertation)
- Joo, D. – Tasci, A. D. – Woosnam, K. M. – Maruyama, N. U. – Hollas, C. R. – Aleshinloye, K. D. (2008): Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. *Tourism Management*, 64, 245–257.
- Kah, J. A. – Lee, C. K. – Lee, S. H. (2016): Spatial–temporal distances in travel intention–behavior. *Annals of Tourism Research*, 57, 160–175.
- Kalmárné Rimóczi Cs. (2018): *Turisztikai motiváció és életstílus összefüggései a belföldi utazási szokásokban*. PhD disszertáció. Szent István Egyetem, Gödöllő.
- Kastenholz, E. (2010): “Cultural proximity” as a determinant of destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 313–322.
- Keul, A. – Küheberger, A. (1997): Research Report: Tracking the Salzburg Tourist. *Annals of Tourism Research*, 24, 1008–1012.
- Khadaroo, J. – Seetanah, B. (2008): The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach. *Tourismus Management*, 29, 831–840.
- Knowles, R. (1993): Research agendas for transport geography in 1990s. *Journal of Transport Geography*, 1 (1), 3–11.
- Kogut, B. – Singh, H. (1988): The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19, 411–432. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8490394.
- Konkoly-Gyuró, É. – Balázs, P. – Tirászi, Á. (2019): Transdisciplinary approach of transboundary landscape studies: a case study of an Austro-Hungarian transboundary

- landscape. *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 12–17. DOI: 10.1080/00167223.2019.1581628
- Kovács M. (2010): *A turisztikai vonzerők leltára Sopronban, mint vizsgált desztinációban*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. <https://www.kovacs-mate.hu/marketing-es-menedzsment/portfolio/25.pdf>
- KSH (2025): Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma. *Tájékoztatósi adatbázis*, <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB2012>
- Kulcsár, L. – Bodrogai, L. – Vizi, I. Gy. (2017): Tourism development and cultural heritage: the stakeholders' opinion on the role of the restored Esterházy Palace in Western Hungary. *Economic Thought and Practice – Ekonomska misao i praksa*, 26. 2, 813–827.
- Kulcsár L. – Obádovics Cs. (2016): Népeségdinamika és társadalmi szerkezet. *Területi Statisztika*, 56. 4, 390–414.
- Kulcsár L. (2017): *A vidékfejlesztés elméleti megközelítése: Regionális és kulturális összefüggések*. Kriterion Kiadó, Kolozsvár. 228.
- Kulcsár L. (2020): Földrajz – Társadalomtudomány – Turizmus: elméleti és módszertani áttekintés. *Földrajzi Közlemények*, 144. évf. 1. szám, 2–12.
- Kvale, S. (2005): *Az interjú: Bevezetés a kvalitatív kutatás interjútechnikáiba*. Jászöveg Műhely Kiadó, Budapest. 288.
- Langbroek, J. H. M. – Franklin, J. P. – Susilo, Y. O. (2018): How would you change your travel patterns if you used an electric vehicle? A stated adaptation approach. *Travel Behaviour and Society*, 13, 144–154.
- Larsen, J. – Urry, J. – Axhausen, K. W. (2007): Networks and tourism: Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*, 34, 244–262.
- Lau, L. – McKercher, B. (2004): Exploration versus Consumption: A Comparison of First-time and Repeat Tourists. *Journal of Travel Research*, 42, 279–285.
- Lau, G. – McKercher, B. (2006): *Tourism and Hospitality Research Understanding tourist movement patterns in a destination: A GIS approach*. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050027>
- Lee, E. (1966): A theory of migration. *Demography*, 3. 1, 47–57.

- Lee, H. A. – Deniczi-Guillet, B. D. – Law, R. – Leung, R. (2011): Robustness of distance decay for international pleasure travelers: A longitudinal approach. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 409–420.
- Lee, H. C. (2001): Determinants of recreational boater expenditures on trips. *Tourism Management*, 22(6), 659–667.
- Lee, K. H. – Alexander, A. C. – Kim, D. Y. (2014): A study of geographical distance groups on length of visitors' stay at local food festival destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 125–136.
- Leiper, N. (1990a): Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384.
- Leiper, N. (1990b): *Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective*. Department of Management Systems. (Occasional Paper #1) Massey University, New Zealand.
- Lepp, A. – Gibson, H. (2003): Tourist roles, perceived risk & international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624.
- Lew, A. – McKercher, B. (2006): Modeling tourist movements: A Local Destination Analysis. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 2, 403–423.
- Lew, A. (1987): The English-Speaking Tourist and the Attractions of Singapore. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 8, 44–59.
- Lim, C. – McAleer, M. (2005): Analyzing the behavioral trends in tourist arrivals from Japan to Australia. *J. Travel Research*, 43, 414–421, doi:10.1177/0047287505274654.
- Linneker, B. J. – Spence, N. A. (1992): An accessibility analysis of the impact of the M25 London Orbital Motorway in Britain. *Regional Studies*, 26 (1).
- Linton, R. (1945): *The Cultural Background of Personality*. Appleton Century: New York, NY, USA.
- Litvin, S. – Crotts, J. – Hefner, F. (2004): Cross-cultural tourist behavior: A replication & extension involving Hofstede's uncertainty avoidance dimension. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 29–37.
- Liu, L. Y. – Miller, H. J. (2022): Measuring the impacts of dockless micro-mobility services on public transit accessibility. *Computers, Environment and Urban Systems*, 98, 101885. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2022.101885>

- Lixun, L. – Yujiang, W. – Hickman, R. (2023): How Rail Transit Makes a Difference in People's Multimodal Travel Behaviours: An Analysis with the XGBoost Method. *Land*, 12(3), 675.
- Lo, A. – Lam, T. (2004): Long-haul and short-haul outbound all-inclusive package tours. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(2), 161–176.
- Locsmáncsi Sz. (2009): *Vasfügöny nélkül a Sopron-Eisenstadt határtérség vizsgálata*. PTE Földtudományok Doktori Iskola. (disszertáció)
- Long, P. T. – Perdue, R. R. (1990): The economic impact of rural festivals and special events: Assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, 28(4), 10–14.
- Luan, X. – Cheng, L. – Song, Y. – Zhao, J. (2020): Better understanding the choice of travel mode by urban residents: New insights from the catchment areas of rail transit stations. *Sustain. Cities Soc.*, 53, 101968.
- Lyons, S. – Mayor, K. – Tol, R. S. J. (2009): Holiday destinations: Understanding the travel choices of Irish tourists. *Tourism Management*, 30, 683–692.
- Mak, J. – Carlile, L. – Dai, S. (2005): Impact of population aging on Japanese international travel to 2025. *J. Travel Research*, 44, 151–162, doi:10.1177/0047287505278993.
- Makra, A. É. – Szabó, A. (2019): Sopron–Fertő, as a priority tourism development area. *Economica*, X:(2), 9–14.
- Makrí, M. B. (2001): Accessibility Indices: A Tool for Comprehensive Land-Use Planning. *Division of Traffic Planning*, LTH. <http://www.infra.kth.se/tla/tlenet/meet5/papers/Makri.PDF>
- Mandeno, T. G. (2011): *Is Tourism a Driver for Public Transport Investment?*. Master's Thesis, University of Otago, Dunedin, New Zealand.
- Mann, C. – Absher, J. D. (2008): Recreation conflict potential and management implications in the northern/Central Black Forest Nature Park. *Journal of Environmental Planning and Management*, 51(3), 363–380.
- Massara, F. – Severino, F. (2013): Psychological distance in the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 42, 108–129.
- Matthews, J. L. – Matlock, T. (2011): Understanding the link between spatial distance and social distance. *Social Psychology*, 42. 3, 185–192.

- McIntosh, R. W. – Goeldner, C. R. (1990): *Tourism principles, practices, philosophies* (6th ed.). New York, NY: John Wiley & Son.
- McKean, J. – Johnson, D. – Walsh, R. (1995): Valuing Time in Travel Cost Demand Analysis: An Empirical Investigation. *Land Economics*, 71, 96–105.
- McKercher, B. – Chow, B. (2001): Cultural distance and cultural tourism participation. *Pac. Tour. Review*, 5, 21–30.
- McKercher, B. – Du Cros, H. (2003): Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45–58.
- McKercher, B. – Lew, A. (2003): Distance decay and the impact of effective tourism exclusion zones on international travel flows. *Journal of Travel Research*, 42(2), 159–165.
- McKercher, B. – Packer, T. – Yau, M. – Lam, P (2003): Travel Agents: Facilitators or Inhibitors of Travel for People with Disabilities?. *Tourism Management*, 24, 465–474.
- McKercher, B. (2008a). Segment transformation in urban tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1215–1225.
- McKercher, B. (2008b): The implicit effect of distance on tourist behavior: A comparison of short and long haul pleasure tourists to Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3–4), 367–381.
- McNeill, W. H. (1964): *Europe's Steppe Frontier 1500-1800*. Chichago, 1964. 32., 40–42., 50.
- Mészáros R. (2006): *A társadalomföldrajz és a regionális tudomány Magyarországon*. Magyar Tudomány. 2006. 1. 21–28.
- Mészáros R. (2013): A társadalomföldrajz jövőjének megközelítései. Magyar Tudomány. 7. 866–873.
- Michalkó G. – Rátz T. (2003): A sátorverésen túl. A turizmustudomány magyarországi állapotairól. *Magyar Tudomány*, 48/6, 447–457.
- Michalkó G. – Rátz T. (2019): Turizmus 3.0 – Támponok a turizmustörténet legújabb korának megértéséhez. In Kátay-Michalkó-Rátz (szerk.): *Turizmus 3.0*. Kodolányi János Egyetem, Orosháza, 9–14.
- Michalkó G. (2008): *A turisztikai tér társadalomföldrajziértelmezésének új dimenziói*. Budapest Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézete
- Michalkó G. (2016): *Turizmológia. Elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 266.

- Mill, R. – Morrison, A. (1985): *The Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Miller, H. J. (2004): Transport Geography and Spatial Systems. In: Stopher, P. – Button, K. – Haynes, K. – Hensher, D. (eds): *Handbook of Transport*, 5 Elsevier Science, Pergamon.
- Miller, H. J. (2005): A measurement theory for time geography. *Geographical Analysis*, Vol. 37, No. 1, 17–45.
- Miller, J. (2014): *Electric Vehicle Tourism*. A White Paper Arizona State University. <https://fresh-energy.org/wp-content/uploads/2014/08/White-Paper-EV-Tourism-2014.pdf>
- Mitev A. Z. (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634544135>
- Money, B. – Crofts, J. (2003): The effect of uncertainty avoidance on information search, planning, & purchases of international travel vacations. *Tourism Management*, 24(2), 191–202.
- Morita, A. (1989): *Made in Japan*. Árkádia Kiadó, ISBN 9633071283
- Morrison, A. M. (2023): *Marketing and Managing Tourism Destinations*. (3rd ed.), Routledge.
- Möcsényi M. (1998): *Eszterháza fehéren-feketén*. Jász Nyomda és Kiadó Kft, ISBN 963036764, ISBN 978-963-12-5976-6 2015-ös kiadás, <http://www.anemona.hu/eszterhaza/frame1.htm>
- MTÜ (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*.
- MTÜ (2021): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0*, https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.159
- Mutavdžija, M. – Kovačić, M. – Buntak, K. (2022): Assessment of selected factors influencing the purchase of electric vehicles- a case study of the Republic of Croatia. *Energies*, 15 (16), 5987.
- Nagy G. – Aubert A. (2025): A turisztikai térségek hálózatteremtő szereplőinek elemzése. *TURISZTIKAI ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI TANULMÁNYOK*, 10(1), 7–26. <http://doi.org/10.15170/TVT.2025.10.01.01>
- Nagy G. – Mókusné Pálfi A. – Aubert A. (2023): A magyar turisztikai térségekbe tervezett DMSZ-modell és a TDM-modell összehasonlító elemzése. *TURIZMUS BULLETIN*, 23(2), 24–36. <http://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n2.3>

- Nagy M. M. (2006): *Kis magyar hadelmélet – Hadügy, hadelmélet, földrajz és geopolitika*. Zrínyi Kiadó, Budapest.
- Nagy M. M. (2007): Akciórádiusz és magyar táj. In: *Aetas*, (22) 4., 97–115.
- Neulinger Á. – Mitev A. (2014): Kvalitatív kutatási módszerek. In: Gyulavári T. – Mitev A. – Neulinger Á. – Neumann-Bódi E. – Simon J. – Szűcs K. (szerk) *A marketingkutatás alapjai*. Aula Kiadó, Budapest. 91–122.
- Ng, S. I. – Lee, J.A. – Soutar, G. N. (2007): Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance. *Tourism Management*, 28, 1497–1506, doi:10.1016/j.tourman.2006.11.005.
- Nicolau, J. L. – Más, F. J. (2006): The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations. *Tourism Management*, 27. 5., 982–996.
- Nicolau, J. L. (2008). Characterizing tourist sensitivity to distance. *Journal of Travel Research*, 47, 43–52.
- Nogrady, B. (2023): A post-servo highway? How electric vehicles are changing the Australian roadscape. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/environment/2023/jul/22/electric-vehicles-australia>
- Nyaupane, G. P. – Graefe, A. – Burns, R. C. (2004): Does distance matter? Differences in characteristics, behaviors, and attitudes of visitors based on travel distance. In: Murdy, J. J. (ed.): *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium*. U. S. Department of Agriculture, Bolton Landing. 74–81.
- Nyaupane, G.P. – Timothy, D. J. – Poudel, S. (2015): Understanding tourists in religious destinations: A socialdistance perspective. *Tourism Management*, 48, 343–353.
- O'Leary, S. – Deegan, J. (2003): People, pace, place: Qualitative and quantitative images of Ireland as a tourism destination in France. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 213–226. doi:10.1177/135676670300900302.
- Obádovics Cs. (2021): Lovak, lovasok, lovardák – lovasturizmus Magyarországon és a Fertőtájon. *Gazdaság & Társadalom*, 14:(1). 77–95. DOI: 10.21637/GT.2021.1.05
- Oppio, A. – Bottero, M. – Ferretti, V. – Fratesi, U. – Ponzini, D. – Pracchi, V. (2015): Giving space to multicriteria analysis for complex cultural heritage systems: The case of the castles

- in Valle D'Aosta Region, Italy. *Journal of Cultural Heritage*. Volume 16, Issue 6, 779–789. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2015.03.003>.
- Page, S. – Getz, D. (eds) (1997): *The Business of Rural Tourism; International Perspectives*. International Thomson Business Press, London.
- Page, S. (1994): *Transport and Tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Papatheodorou, A. (2001): Why people travel to different places. *Ann. Tour. Res.*, 28 (1), 164–179.
- Park, R. E. (1924): The concept of social distance as applied to the study of racial attitudes and racial relations. *Journal of Applied Sociology*, 8, 339–344.
- Park, S. – Yang, Y. – Wang, M. (2019): Travel distance and hotel service satisfaction: An inverted U-shaped relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 261–270.
- Pearce, D. G. (1979): Towards a Geography of Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, No. 3, 245–272.
- Pearce, D. G. (1988): Tourist Time-budgets. *Annals of Tourism Research*, 15, 106–121.
- Pearce, D. G. (1989): *Tourist development*. Longman, New York.
- Perjés G. (1967): Az Oszmán birodalom európai háborúinak katonai kérdései (1356-1699). *Hadtörténeti Közlemények*, 339–372.
- Perjés G. (1971): Az országút szélére vetett ország. *Kortárs*, 15. évf. 11.sz., 1794–1795.
- Perjés G. (1979): *Mohács*. Megvető Könyvkiadó, Budapest.
- Pieper, J. (1965): *Leisure: The Basis of Culture*. Pantheon Books.
- Pizam, A. – Jeong, G. (1996): Cross-cultural tourist behavior: Perceptions of Korean tour-guides. *Tourism Management*, 17, 277–286, doi:10.1016/0261-5177(96)00019-2.
- Pizam, A. – Sussman, S. (1995): Does nationality affect tourist behavior? *Ann. Tour. Research*, 22, 901–917, doi:10.1016/0160-7383(95)00023-5.
- Plog, S. (1974): Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55–58.

- Pogátsa, Z. (2017): Ingázó munkavállalás az osztrák-magyar határtérségben – jelenlegi helyzetkép. In: Jankó F. – Fábrián A. – Hardi T. (szerk.) *Burgenland*, Budapest, Magyarország: Nemzetstratégiai Kutatóintézet (2017) 551., 501–513., 12.
- Prideaux, B. – Carson, D. (2003): A framework for increasing understanding of self-drive tourism markets. *Journal of Vacation Marketing*, 9 (4), 307–313.
- Prideaux, B. (2000): The role of the transport system in destination development. *Tour. Manag.*, 21, 53–63.
- Prideaux, B. (2011): The role of automobile associations and clubs. In: Prideaux, B. – Carson, D. (eds.) *Drive tourism: Trends and emerging markets*, Routledge, 84–92.
- Probáld F. (2007): Társadalomföldrajz és regionális tudomány. *Tér és Társadalom*, 21. évf. 1., 21–33.
- Puczkó L. – Rátz T. (2017): *Az attrakciótól az élményig*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789630598835>
- Qian, J. – Law, R. – Wei, J. (2018): Effect of cultural distance on tourism: A study of pleasure visitors in Hong Kong. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(2), 269–284.
- Rátz T. – Vizi I. Gy. (2007): A turizmus szerepe az európai közlekedési mobilitás és integráció folyamataiban. *Földrajzi Közlemények*, 131. 3, 133–145.
- Reis, A. C. – Higham, J. E. (2009): Recreation conflict and sport hunting: Moving beyond goal interference towards social sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2–3), 83–107.
- Reketye G. (2016): *Multidimenzionális árazás*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
<https://doi.org/10.1556/9789630597937>
- Réthly A. (1962): *Időjárési események és elemi csapások Magyarországon 1700-ig*. Budapest 1962.
- Ritter, W. (1987): Styles of tourism in the modern world. *Tour. Recreat. Research*, 12, 3–8, doi:10.1080/02508281.1987.11014470.
- Ronen, S. – Shenkar, O. (1985): Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis. *Acad. Manag. Review*, 10, 435–454, doi:10.2307/258126.
- Rurco, D. – N. Stumbo, N. – Garnarcz, J. (1998): Tourism Constraints for People with Disabilities. *Parks and Recreation*, 33(9), 78.

- Ryan, C. (2000): Tourist Experiences, Phenomenographic Analysis, Post-Positivism and Neural Network Software. *International Journal of Tourism Research*, 2, 119–132.
- Ryu, K. – Bordelon, B. M. – Pearlman, D. M. (2013): Destination-Image Recovery Process and Visit Intentions: Lessons Learned from Hurricane Katrina. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 22(2), 183–203. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.647264>
- Saint-Ouen, F. (2012): *Határon átnyúló együttműködések Genf és Franciaország között: Az ágazati kooperációtól a globális kapcsolatokig*. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Budapest és Európai Tanulmányok Intézete, Genfi Egyetem. https://isfd-tpa.rkk.hu/tevekenysegek/TPPA-CBC_Saint-Ouen_hu.pdf
- Sallay, Á. Zs. – Mikházi, Zs. – Máté, K. – Dancsokné Fóris, E. – Filipné Kovács, K. – Valánszki, I. – Kollányi, L. (2016): The Role of Small Towns in a Potential Ecoregion through the Example of Fertő/Neusiedlersee Cultural Landscape. *European Countryside*, 8:(3), 278–295, DOI: 10.1515/euco-2016-0020
- Scipione, P. A. (1994): *A piackutatás gyakorlata*. Springer Verlag, Budapest. 371.
- Seaton, A. V. – Bennett, M. M (1996): *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. Boston: International Thompson Business Press.
- Shao, H. – Zhang, Y. – Li, W. (2017): Extraction and analysis of city's tourism districts based on social media data. *Comput. Environ. Urban Syst*, 65, 66–78.
- Shaw, S. J. (1976): *History of the Ottoman Empire and Modern Turkey. Vol. I. Empire of the Gazis: The Rise and Decline of the Ottoman Empire, 1280–1808*. Cambridge, 1976., 129–130.
- Sheldon, P. J. – Fox, M. (1988): The role of foodservice in vacation choice and experience: A cross-cultural analysis. *J. Travel Research*, 27, 9–16, doi:10.1177/004728758802700202.
- Shenkar, O. (2001): Cultural distance revisited: Toward a more rigorous conceptualization and measurement of cultural differences. *J. Int. Bus. Stud.*, 32, 519–536, doi:10.1057/palgrave.jibs.8490982.
- Simon, H. A. (1973): The Organization of Complex Systems. In Pattee, H. (ed.), *Hierarchy Theory*, Braziller, New York, 1–27.

- Smallwood, C. B. – Beckley, L. E. – Moore, S. A. (2012): An analysis of visitor movement patterns using travel networks in a large marine park, north-western Australia. *Tour. Manag.*, 33, 517–528.
- Sopron-Fertő Turisztikai Fejlesztő Nonprofit Zrt. (2021): *Gurulj át ezer csodán – Sopron-Fertő-táj kerékpáros útvonalak.*
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=131148592424211&set=pb.100070005390380.-2207520000>
- Sousa, C. M. P. – Bradley, F. (2006): Cultural distance and psychic distance: Two peas in a pod? *J. Int. Mark.*, 14, 49–70, doi:10.1509/jimk.14.1.49.
- Spradley, J. P. – Philips, M. (1972): Culture and stress: A quantitative analysis. *Am. Anthropol.*, 74, 518–529.
- STATISTIK AUSTRIA (2024): *Tourismus in Österreich 2023 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistik.* STATISTIK AUSTRIA Bundesanstalt Statistik Österreich, Wien.
https://www.statistik.at/fileadmin/user_upload/Tourismus_2023_barr.pdf
- Statistik Burgenland (2024): *Tourismus 2023.* ISBN 978-3-902841-45-2, Statistik Burgenland, Amt der Burgenländischen Landesregierung, Stabsabteilung Informationstechnologie. Eisenstadt, Austria 2024.
https://www.burgenland.at/fileadmin/user_upload/Downloads/Land_und_Politik/Land/Statistik/Publikationen/Jahresbroschueren/Tourismus2023.pdf
- Stebbins, R. (2017): *Leisure's Legacy: Challenging the Common Sense View of Free Time.* Palgrave Macmillan.
- Su, M. M. – Wall, G. (2015): Exploring the shared use of world heritage sites: Residents and domestic tourists' use and perceptions of the summer palace in Beijing. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 591–601.
- Su, M. M. – Wall, G. (2016): A Comparison of Tourists' and Residents' Uses of the Temple of Heaven World Heritage Site, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(8), 905–930.
- Su, X. – Spierings, B. – Dijst, M. – Tong, Z. (2019): Analysing trends in the spatio-temporal behaviour patterns of mainland Chinese tourists and residents in Hong Kong based on Weibo data. *Current Issues in Tourism*, 1–17.

- Sugar, P. F. (1977): *Southeastern Europe under Ottoman Rule, 1354-1804*. Seattle and London, 1977. 191.
- Tahmasbi, B. – Haghshenas, H. (2019): Public transport accessibility measure based on weighted door to door travel time. *Computers, Environment and Urban Systems*, 76, 163–177. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2019.05.002>
- Tasci, A. D. (2009): Social distance: The missing link in the loop of movies, destination image, and tourist behavior? *J. Travel Research*, 47, 494–507.
- Thompson, K. – Schofield, P. (2007): An Investigation of the Relationship between Public Transport Performance and Destination Satisfaction. *Journal of Transport Geography*, 15(2), 136–144.)
- Thurot, J. M. (1980): *Capacité de charge et production touristique*. CHET. Aix-en-Provence (43)
- Tian, F. – Yang, Y. – Jiang L. (2022): Spatial spillover of transport improvement on tourism growth. *Tour. Econ.*, 28 (5), 1416–1432.
- Tideswell, C. – Faulkner, B. (1999): Multidestination travel patterns of international visitors to Queensland. *Journal of Travel Research*, 37, 364–374.
- Tímár, J. (2009): Communist and post-communist geographies. In: Kitchin, R. – Thrift, N. (eds) *The International Encyclopedia of Human Geography*. Vol. 2. Oxford, Elsevier 214–220.
- Timothy, D. – Michalkó, G. – Irimiás, A. (2022): Unconventional tourist mobility. *SUSTAINABILITY*, 14. <http://doi.org/10.3390/su14116494>
- Tiwari, S. – Kaushik, S. – Jagwani, P. (2012): *Location based recommender systems: Architecture, trends and research areas*. In Proceedings of the IET International Conference on Wireless Communications and Applications (ICWCA 2012), Kuala Lumpur, Malaysia, 8–10 October 2012.
- Tóth G. – Dávid L. – Vasa L. (2012): A közlekedés szerepe az európai turisztikai áramlásokban. *Területi Statisztika*, 52 (2). 160–176.
- Tóth, G. – Dávid, L. (2010): Tourism and accessibility: An integrated approach. *Applied Geography*, Vol. 30, No. 4, 666–677.

- Tóth G. – Dávid, L. (2009): Az elérhetőség és az idegenforgalom kapcsolata. *Tér és Társadalom* 23. évf. 2009/3. 45–62.
- Tóth G. – Kincses Á. (2007): Közúti elérhetőségi vizsgálatok Európában. *Statisztikai Szemle*, 85 (5).
- Tóth G. (2002): Kísérlet autópályáink területfejlesztő hatásának bemutatására. *Területi Statisztika*, 6.
- Tóth G. (2018): *Az elérhetőség szerepe a térszerkezet társadalomföldrajzi vizsgálatában*. MTA doktori értekezés, Budapest.
- Tóth S. L. (1985): A török haditevékenység akciórádiusza a 15 éves háborúban. *Hadtörténeti Közlemények*, 98.évf. 4.sz. 1985. Budapest
- Turista magazin (2024): *Elindult az első Fertő-táj vonatjárat Ausztriába*. <https://www.turistamagazin.hu/hir/elindult-az-első-fertő-táj-vonatjárat-ausztriába>
- Var, T. – Gunn, C. (2003): *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Routledge.
- Varga K. (2001): *Mária Terézia Eszterházán*. Műemlékek Állami Gondnoksága, Budapest.
- Veal, A. J. (1992): Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44–48, 52. Republished by School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, as Working Paper No. 4, www.business.uts.edu.au
- Világörökség Bizottság (WHT-World Heritage Committee) (2000): *Cultural Landscape of Fertő/Neusiedlersee*. Bundesdenkmalamt, Vienna, VÁTI KHT, Budapest.
- Visit Britain (2014): Transport and Domestic Tourism. *Visit England*. https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/transport_2014.pdf
- Vizi I. Gy. – Kulcsár L. – Obádovics Cs. (2019): A földrajzi és a kulturális távolság kapcsolata. Milyen messze van valójában a fertői Esterházy-kastély? *Földrajzi Közlemények*, 143 évf. 1.sz., 24–34.
- Wahl, H.-W. (1998): Age-related visual impairment as life crisis and challenge for coping resources ["Der raum ist eingefallen" Alterskorrelierte sehbeeinträchtigung als lebenskrise und herausforderung an bewältigungsressourcen]. *Zeitschrift für Klinische Psychologie und Psychotherapie*, 27 (2), 111–117.

- Walsh, R. – Sanders, L. – McKean, J. (1990): The Consumptive Value of Travel Time. *Journal of Travel Research*, 21(1), 17–24.
- Wang, D. (2004): Tourist behavior and repeat visitation to Hong Kong. *Tourism Geographies*, 6(1), 99–118.
- Wang, E. – Little, B. B. – DelHomme-Little, B. A. (2012): Factors contributing to tourists' length of stay in Dalian northeastern China – A survival model analysis. *Tourism Management Perspectives*, 4, 67–72.
- Wang, L. – Cao, X. S. – Li, T. – Gao, X. C. (2019): Accessibility comparison and spatial differentiation of Xi'an scenic spots with different modes based on Baidu real-time travel. *Chinese Geographical Science*, 29(5), 848–860. <https://doi.org/10.1007/s11769-019-1073-8>
- Wang, Y. – Lim, C. (2005): Assessing forecasting models for outbound Japanese travellers to Australia and China. *J. Appl. Econ. Manag.*, 3, 1–15.
- Weiermair, K. – Fuchs, M. (2000): The impact of cultural distance on perceived service quality gaps. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1(2), 59–75.
- Wellmann I. (1975): Népszerűség és mezőgazdaság a XVII. és XVIII. század fordulóján. *Történelmi Szemle*, 18. évf. 4. sz.
- Więckowski, M. – Michniak, D. – Bednarek-Szczepańska, M. – Chrenka, B. – Ira, V. – Komornicki, T. – Rosik, P. – Stępnik, M. – Székely, V. – Śleszyński, P. – Świątek, D. – Wiśniewski, R. (2014): Road accessibility to tourist destinations of the Polish-Slovak borderland: 2010-2030 prediction and planning. *Geographia Polonica*, 87(1), 5–26.
- Winkler G. (2002): Történelmi városok helyreállításának elvei és módszerei. *Építés – Építészettudomány* 1–2. (Restoration of Historical Cities: Principles and Methods)
- Woosnam, K. M. – Lee, Y. J. (2011): Applying social distance to voluntourism research. *Ann. Tour. Research*, 38, 309–313.
- Wu, W. – Divigalpitiya, P. (2023): Evaluating the dynamic performance of TODs and determining the priority TODs in Hefei city. *Multimodal Transportation*, 2(4), 100104. <https://doi.org/10.1016/j.multra.2023.100104>
- Wynen, J. (2013): Explaining travel distance during same-day visits. *Tourism Management*, Vol. 36., 133–140., <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.007>

- Xiao, S. – Jia, L. – Jiang, L. (2012): Forest recreation opportunity spectrum in the suburban mountainous region of Beijing. *J. Urban Plan. Dev.*, 138, 335–341.
- Xu, Y. – Belyi, A. – Bojic, I. – Ratti, C. (2018): Human mobility and socioeconomic status: Analysis of Singapore and Boston. *Computers, Environment and Urban Systems*, 72, 51–67. <https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2018.04.001>
- Xu, Y. – Li, J. – Xue, J. – Park, S. – Li, Q. (2021): Tourism geography through the lens of time use: A computational framework using fine-grained mobile phone data. *Annals of the American Association of Geographers*, 111(5), 1420–1444.
- Yee, T. P. – Ismail, H. N. (2020): A review of distance decay research trends in tourism from 2000-2020. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 5(14), 137–145.
- Yeoman, I. – Lederer, P. (2005): Scottish tourism: Scenarios and vision. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 71–87.
- Yilmaz, S.S. – Tasci, A. D. (2015): Circumstantial impact of contact on social distance. *J. Tour. Cult. Chang.*, 13, 115–131.
- Yong, K. S. – McAvoy, L. (2005): Preferences and trip expenditures – a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. *Tourism Management*, 26, 325–333.
- Zhang, A. – Liu, L. – Liu, G. (2020): High-speed rail, tourism mobility, and firm value. *Econ. Model.*, 90, 108–116.
- Zhang, H. – Zhang, J. – Zheng, C. – Wang, B. – Chen, J. (2024): Node location of bi-level urban metro-based ground-underground logistics distribution. *Multimodal Transportation*, 3(1), 100119. <https://doi.org/10.1016/j.multra.2023.100119>
- Zhang, X. – Ryan, C. – Cave, J. (2016): Residents, their use of a tourist facility and contribution to tourist ambience: Narratives from a film tourism site in Beijing. *Tourism Management*, 52, 416–429.
- Zhang, Y. – Fu, X. – Yu, Z. – Luo, S. (2024): How does multi-modal travel enhance tourist attraction accessibility? A refined two-step floating catchment area method using multi-source data. *Transactions in GIS*, 28(2), 278–302.
- Zhou, B. – Wen, Z. – Yang, Y. (2021): Agglomerating or dispersing? Spatial effects of high-speed trains on regional tourism economies. *Tourism Management*, 87, Article 104392.

Zorn, S. – Suni J. (2019): An investigation of sustainable self-drive tourism in Florida. *Journal of Florida Studies*, 1 (8), pp. 1–21.

10. Függelék

10.1. A 4.2.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek

35. táblázat: Az interjúalanyok adatai

ssz.	Az interjú dátuma	Az interjúalany		
		neve	munkahelye	beosztása
1.	2016	Bognár Zoltán	Fertőd	polgármester
2.	2016	Rábensteiner Viktor	Rábensteiner Kft. Fertőd	ügyvezető
3.	2016	Kóbor Attila	Fertőszéplak	polgármester
4.	2016	Kocsis Ferenc	Eszterháza Központ Nagycenk Fertőd Önkormányzat	operatív vezető polgármester 2010- 2014
5.	2016	Ivanics Ferenc	Győr-Moson-Sopron Megyei Közgyűlés Fertő Táj Világörökség	alelnök elnök
6.	2016	Fersch Attila	Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóság	pályázatkezelési osztályvezető
7.	2016	Szigeti István	Hegykő	polgármester
8.	2016	Patonai Tamás	Patonai Udvarosház, Fertőd	ügyvezető igazgató
9.	2016	Horváth Zoltán	Fertőd	Turisztikai Bizottság elnöke
10.	2016	Páliné Keller Csilla	Alpokalja Fertőtáj Vidékfejlesztési Egyesület	munkaszervezet vezetője
11.	2016	dr. Jakab Zsolt	Hegykő, Fertőhomok és Hidegség Hegykő Turisztikai Egyesület	jegyző elnök
12.	2016	Herceg Esterházy Antal és felesége	Eszterháza	
13.	2016	Hospely József	Tornácos Kft.	ügyvezető

Forrás: saját szerkesztés

Mélyinterjú vázlat

A település/térség

- Milyenek ítéli a település, térségturisztikai versenyképességét? (országban/régióban/Ny-Dunántúlon)
- Milyenek véli a turisztikai kínálatot?
- Mit tart a település fő turisztikai vonzerejének?
- Mennyire fejlett a térség turisztikai szolgáltatásokban?
- Az elmúlt 5 évben mit érzékelt a fejlesztésekből?
- **Melyek azok a területek, melyek nagyobb figyelmet igényelnének, illetve milyen attrakciók működnek jól/rosszul a településen?**
- Ha csinálnánk egy SWOT elemzést. Miket sorolna az előnyök, a hátrányok, a veszélyek, lehetőségek közé?
- Milyenek képzele a település turizmusát 5 év múlva?
- Milyen fejlesztéseket tartana kívánatosnak az elkövetkező 5-10 évben?

A kastély

- Milyenek tartja a kastély jelenlegi turisztikai kínálatát?
- Melyek a fő célcsoportok véleménye szerint a kastély látogatottságát, a programokat illetően ma és az elkövetkező időszakban? (Jövedelemkategória, korosztály, családi állapot, társadalmi helyzet, iskolázottság)
- Hogyan érzékeli a külföldi-belföldi látogatók arányát?
- Miben egyedi a kastély?
- Mit lát jónak és kevésbé jónak kínálatként Eszterházában? (Látnivaló, szolgáltatás, szállás)
- Megfelelők-e az árak?
- Milyen megjelenéseket tartana kívánatosnak? Milyen promócióival találkozott?
- Mire lenne szükség a kommunikációban?
- Mi a személyes tapasztalata a kastélyban dolgozók hozzáállásáról, felkészültségéről?
- Hogyan befolyásolta fejlesztések a települést, mint turisztikai desztináció piaci pozícióját a térségben, illetve a régióban?

- Ha csinálnánk a kastély programjaival kapcsolatban is egy SWOT elemzést. Miket sorolna az előnyök, a hátrányok, a veszélyek, lehetőségek közé?
- (A megkérdezett személy pozíciója, foglalkozása, neme, iskolai végzettsége, stb.)

10.2. A 4.3.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek

kérdőív



Tisztelt Fertőszéplaki Polgárok!

Településünk az elmúlt időszakban folyamatos fejlődésen ment keresztül. Az ország egyik legszebb tájegységében, a Fertő-parton éljük mindennapi életünket. Európa egyik legjelentősebb nemzetközi kerékpárútja érinti településünket, és hosszú ideje megszokott számunkra, hogy turisták jelennek meg a hétköznapijainkban.

A jövőt tekintve számos kérdés nyitott. Településünkön a jelen kérdőívvel arra törekszünk, hogy az itt élők a mindennapjaikat minél komfortosabban éljék meg, gyermekeink pedig egy olyan településen nőjenek fel és találják meg a jövőjüket, amely a legoptimálisabb lehet jelen ismereteink alapján.

Őn a kezében tartott kérdőív kitöltésével hozzájárul ahhoz, hogy a település jövője érdekében minél több információ álljon a kutatók és a település vezetőinek rendelkezésére azért, hogy a település a turizmus, a vállalkozások és a helyi lakosság jóléte tekintetében felelősen tudjon közép- és hosszú távú célokat megfogalmazni és azokat következetesen megvalósítani.

Köszönjük aktív részvételüket!Kóbor Attila
polgármester

Kérjük, a kérdéseknél a megfelelő válasz számát karikázza be!

1 Neme: 1 - Férfi 2 - Nő	2 Életkora: <input type="text"/> éves
3 Állampolgársága: 1 - Magyar 2 - Egyéb, éspedig: <input type="text"/>	4 Mióta lakik Fertőszéplakon? 1 - Születése óta 2 - <input type="text"/> (évszám) óta
5 Amennyiben nem születése óta él itt, honnan költözött ide? 1 - Magyarország <input type="text"/> településéről 2 - <input type="text"/> ország <input type="text"/> településéről	
6 Milyen okból/célból költözött ide? <i>Több választ is megjelölhet!</i> 1 - házasságkötés/élettársi kapcsolat 2 - öröklés 3 - munkavállalás 4 - gazdasági lehetőség 5 - olcsóbb megélhetés 6 - áttelepülés 7 - egyéb, éspedig: <input type="text"/> 0 - nem vonatkozik rám	
7 Állandó, vagy ideiglenes a lakcíme Fertőszéplakon? 1 - Állandó 2 - Ideiglenes	
8 Melyik utcában lakik: <input type="text"/>	
9 Ön szerint az alábbiak közül melyik a leginkább jellemző Fertőszéplakra? 1 - gyorsan fejlődő 2 - fejlődő 3 - stagnáló 4 - leépülő 5 - nem tudom 6 - egyéb, éspedig: <input type="text"/>	

10 Törvényes családi állapota:
 1 - Nőtlen/hajadon 2 - Házass/Élettársi viszonyban él 3 - Elvált 4 - Özvegy

11 Többnyire milyen közlekedési eszközt használ a mindennapok során? *(több válasz is lehetséges)*
 1 - Gyalog 2 - Kerékpár 3 - Motorkerékpár 4 - Autóbusz
 5 - Autó 6 - Vonat 7 - Egyéb, éspedig:

12 Amennyiben dolgozik, vagy iskolába jár: Általában hány perc alatt jut el a munkahelyére/az iskolába?
 perc - nem vonatkozik rám

13 Hol, melyik településen dolgozik, jár iskolába?
 1 - Fertőszéplakon 2 - Más magyarországi településen, éspedig:
 3 - Ausztriában településen
 - nem vonatkozik rám

14 Napi bejáró/ingázó, vagy heti ingázó?
 1 - napi bejáró/ingázó 2 - heti bejáró
 3 - Egyéb éspedig: - nem vonatkozik rám

15 Jelölje meg, kérem, hogy az alábbi csoportok közül Ön melyikbe tartozik!
 1 - dolgozik (alkalmazott, vállalkozó, segítő családtag, alkalmi munkás, stb.)
 2 - oktatási intézménybe jár (óvoda, általános iskola, középiskola, főiskola, egyetem)
 3 - munkanélküli, álláskereső
 4 - nyugdíjas
 5 - háztartásbeli
 6 - egyéb, éspedig:

16 A munkája során kapcsolatba kerül a turizmussal?
 1 - igen 2 - nem - nem vonatkozik rám

17 Iskolai végzettsége:
 1 - Általános iskola 2 - Középiskola
 3 - Szakiskola, szakmunkásképző 4 - Főiskola, egyetem

18 Milyen nyelven, nyelveken képes az anyanyelvén kívül megértetnie magát?

19 Hogyan ítéli meg Fertőszéplakon az alábbiakat? *Tegyen X-et a megfelelő négyzetbe! (1 – elégedetlen, 5 – nagyon elégedett)*

	1	2	3	4	5
Fertőszéplak tisztaságát	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak biztonságát	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak közlekedési lehetőségeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak vásárlási lehetőségeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak szabadidős lehetőségeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak munkalehetőségeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak kulturális lehetőségeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak egészségügyi ellátását	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20 Részt szokott-e venni a település rendezvényein?
 1 - igen, gyakran 2 - néha igen, néha nem 3 - nem

21 Részt vesz-e Ön a település életében valamilyen önkéntes tevékenységgel?
 1 - igen, mivel, hogyan?
 2 - nem

22 Tagja-e a településen valamilyen civil szervezetnek?
 1 - igen, éspedig:
 2 - nem

23 Tagja-e valamilyen civil szervezetnek a településen kívül?
 1 - igen, éspedig:
 2 - nem

24 Milyen gyakran szokta nézni a település honlapját az interneten?
 1 - többször egy héten 2 - egyszer egy héten 3 - ritkábban 4 - soha

25 Milyen információk érdeklik a legjobban Fertőszéplak honlapján? *Több válasz is lehetséges!*

1 - a sportesemények, sport eredmények	2 - esküvői, házasságkötési hírek
3 - halálhírek	4 - időjárás hírek
5 - béli hírek, szórakozási események	6 - az önkormányzat eseményei
7 - közlekedési hírek	8 - az iskola, az óvoda eseményei, hírei
9 - munkaalkalmak	10 - vásárlási lehetőségek

26 Jelölje X-szel, mikor járt utoljára az alább felsorolt helyeken/eseményeken! *Több válasz is lehetséges!*

	ebben a hónapban (2016. márc.)	2-3 hónapja	fél éven belül	egy éven belül	2-3 éven belül	3 évnél régebben	soha	nem tudom
Színházi előadáson (színházi épületben)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Színházi előadáson máshol (pl. művelődési házban, szabad téren, stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Művelődési-, közösségi házban (nem színházi előadáson)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iskolai kulturális rendezvényen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Könyvtárban	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Komolyzenei hangversenyen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Könnyűzenei koncerten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galériában, kiállító teremben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Moziban	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Étteremben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Szórakozóhelyen (pl. disco, presszó, kocsmá, stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportpályán, sportcsarnokban nézőként	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Az alább felsorolt helyszíneken:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
▶ 1. Fertőszéplaki Falumúzeum	<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. Széchenyi-kastély (Fertőszéplak)	<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. Vasúti Lámpamúzeum (Fertőszéplak)	<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. Esterházy-kastély Fertőd (múzeum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
▶ 5. Széchenyi István Emlékmúzeum (Nagyecenk)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
▶ 6. Csipkeház (Hegykő)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
▶ 7. Gloriette kilátó (Fertőboz)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
▶ 8. Kócsagvár, FHNP Látogatóközpont (Sarród)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Hogyan ítéli meg a településen megjelenő turistákat? Osztályozza a véleményeket 1-től 5-ig külön-külön!
(1 nem ért egyet – 5 teljes mértékben egyetért)

	1	2	3	4	5
A turisták jelenléte megkönnyíti az életünket, mert munkalehetőséget és bevételi forrást teremt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A turisták jellemzően barátságosak, és alapvetően pozitív kapcsolatot alakítanak ki a helyi lakosokkal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A turisták veszélyeztetik a helyi természeti értékeket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A turisták a hétköznapi életünket zavarják, idegenek számunkra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A település turizmusfejlesztését a kerékpáros turizmusra kellene alapozni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Véleménye szerint mennyire készült fel a település a turisták fogadására? Osztályozza a véleményeket 1-től 5-ig külön-külön!
(1 nem ért egyet – 5 teljes mértékben egyetért)

	1	2	3	4	5
Az Önkormányzat elkötelezett és felkészült a turizmus fogadására	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lakosság vendégszeretete megfelelő a turisták fogadására	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Helyi vendégfogadók felkészültek a turizmusra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Szálláslehetőségek a faluban elegendőek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kirándulási lehetőségek a környéken kielégítőek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Szórakozási lehetőségek kielégítőek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturális és sportrendezvények	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturális intézmények tevékenysége megfelelő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kereskedelmi szolgáltatások (bolthálózat) elegendőek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Falukép rendezettsége és gondozottsága nagyon jó	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Közlekedési kapcsolatok kielégítik az igényeket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fertőszéplak kerékpáros turizmuskínálata megfelelő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Elköltözne-e más településre, ha lenne erre lehetősége?

1 - igen, hová:

2 - nem

30. Tervezi-e, hogy elköltözik más településre?

1 - igen, hová:

2 - nem

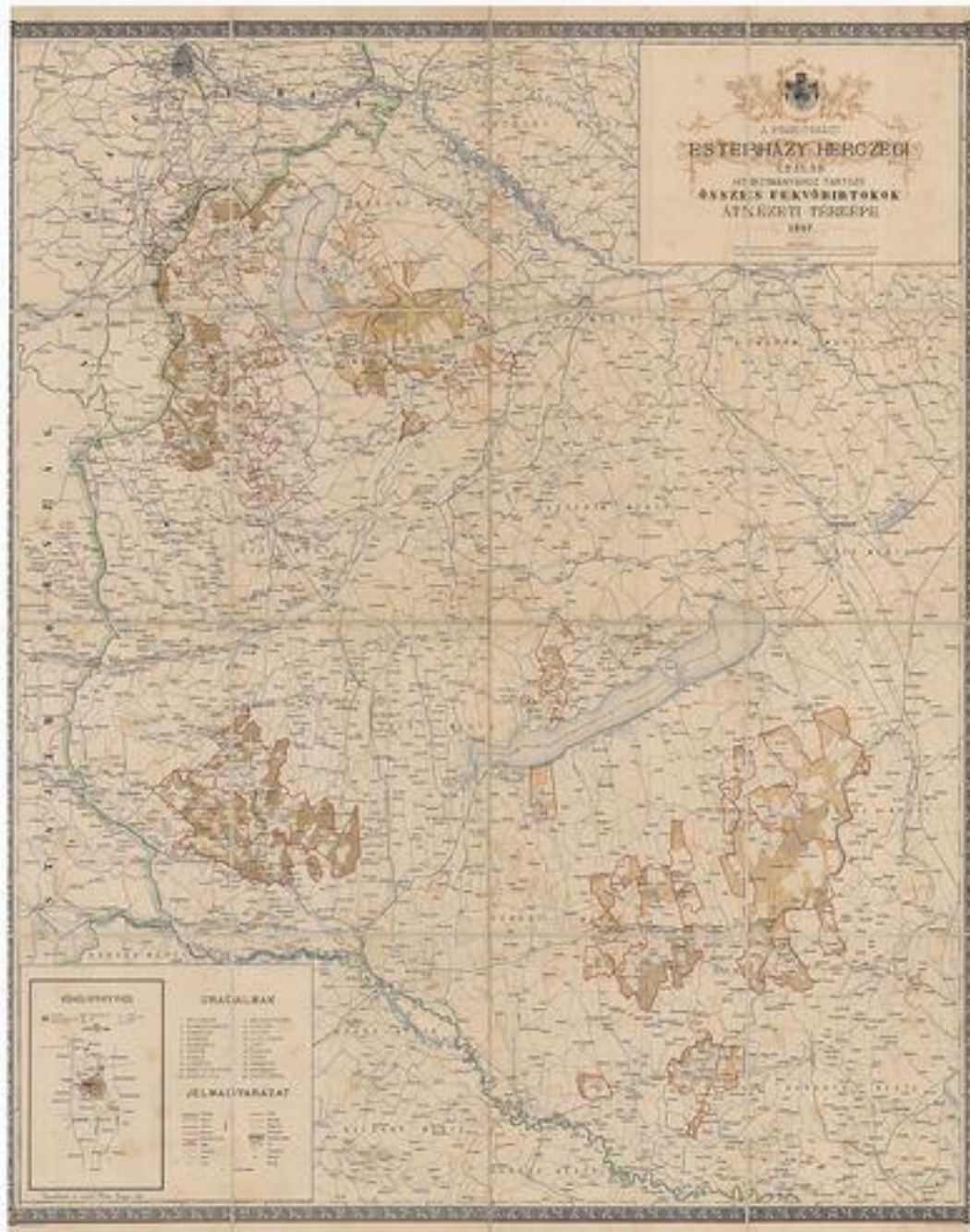
Köszönjük értékes válaszait!

Kérjük, hogy a kitöltött kérdőíveket az alábbi gyűjtőpontokon kihelyezett dobozokba szíveskedjenek 2016. április 6-ig bedobni:

- ▶ Fertőszéplaki Közös Önkormányzati Hivatal (Fertőszéplak, Petőfi u. 2.)
- ▶ Posta (Fertőszéplak, Petőfi u. 4.)
- ▶ Coop ABC
- ▶ Széchenyi Ferenc Általános Iskola (Fertőszéplak, Soproni utca 1.)
- ▶ Margaréta Óvoda (Fertőszéplak, Soproni u. 6.)

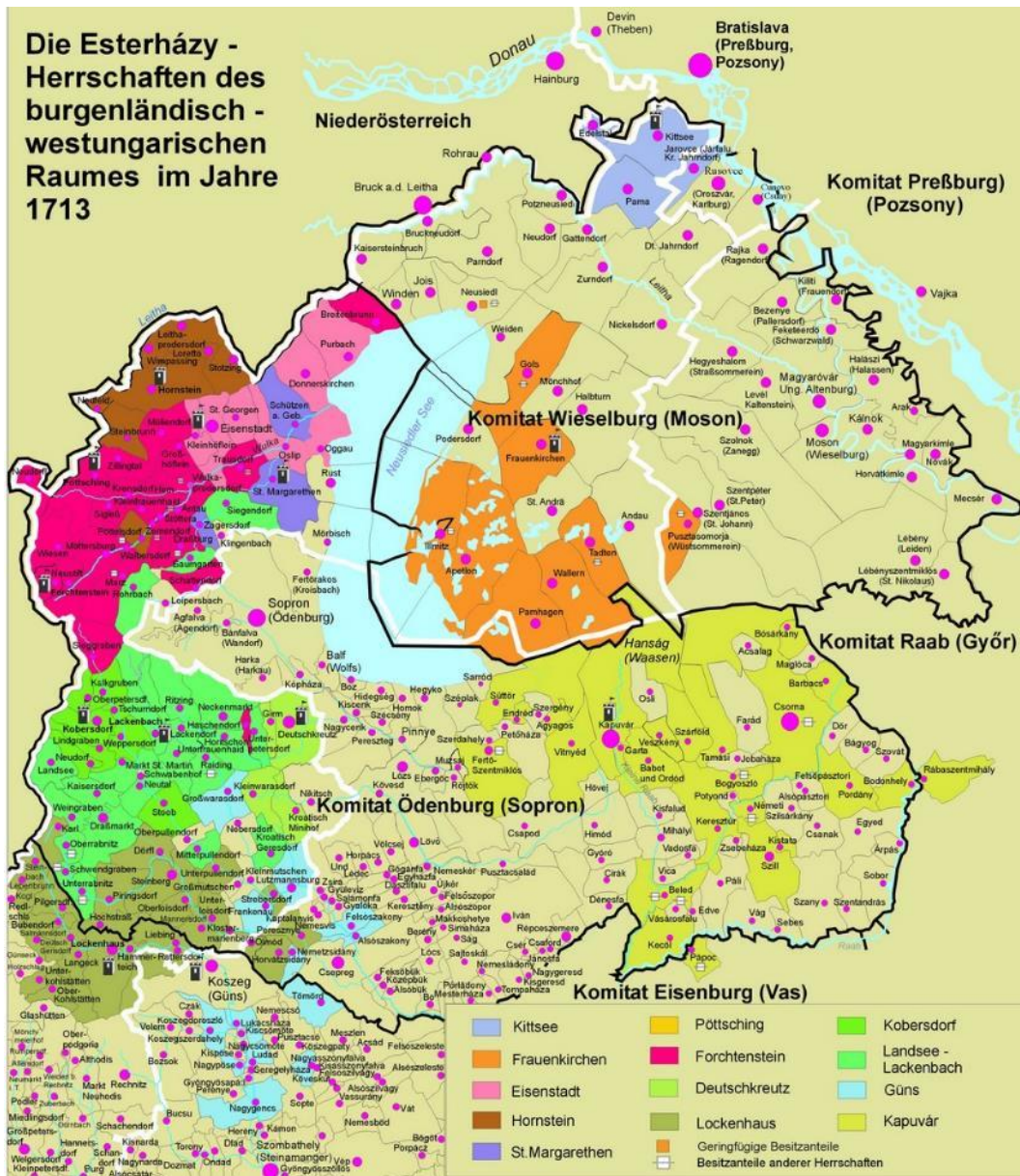
10.3. Az 5.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek

36. ábra: A Főméltóságú Esterházy Herczegi Család hitbizományához tartozó összes fekvőbirtokok átnézeti térképe, 1887



Forrás: Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltára,
<https://maps.hungaricana.hu/hu/MOLTerkeptar/7978/>

37. ábra: A burgenlandi-nyugat-magyarországi Esterházy uradalmak 1713-ban



Forrás: Dr. Felix Tobler – Zeichnung: M. Floiger,

https://atlas-burgenland.at/index.php?option=com_content&view=article&id=171

10.4. Az 5.3. fejezethez kapcsolódó mellékletek

Földrajzi elhelyezkedés

Fertőszéplak település a Kárpát-medence ÉNy-i területén helyezkedik el, a Fertő tó D-i partjától néhány száz méterre. A korábbi földtörténeti és történelmi kitekintésben a település a Fertő D-i határoló vízjárta területeiről kiemelkedő magaslatokon helyezkedik el. A tó visszaszorulásával váltak használhatóvá mind a lakossági megtelepülésre, mind a mezőgazdaság számára a víz által már nem érintett területek. Az elmúlt 150 évben nagyon jelentős változások következtek be a településhez kapcsolódó vízfelszín esetében (38. ábra).

38. ábra: A Fertő tó kiterjedésének változása



Forrás: http://www.nationalpark-neusiedlersee-seewinkel.at/tl_files/images/Naturraum/Schilfguertel/sgverlauf_gross.jpg

Nyugat-dunántúli Régió

Magyarországon a regionális rendszer több mint 20 évvel ezelőtt jelent meg, mint új fogalomrendszer. Az Európai Unió regionális politikájához való illeszkedés elősegítésére, több megyére kiterjedően kialakításra került a tervezési-statisztikai régiók rendszere, amelyet a területfejlesztésről és területrendezésről szóló 1996. évi XXI. törvény módosításáról szóló 1999. évi XCII. és a 2004. évi LXXV. Törvény erősített meg. Ez jelenti hazánkban a NUTS-rendszer (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) 2. szintjét. Ez a területi felosztás a

magyarországi megyerendszerhez kapcsolódó gondolkodásmódtól jelentősen eltér. Ezek a nagy egységek Magyarországon a következők (39. ábra):

39. ábra: A NUTS rendszer területi felosztása



Forrás: https://www.ksh.hu/teruleti_atlasz megyek

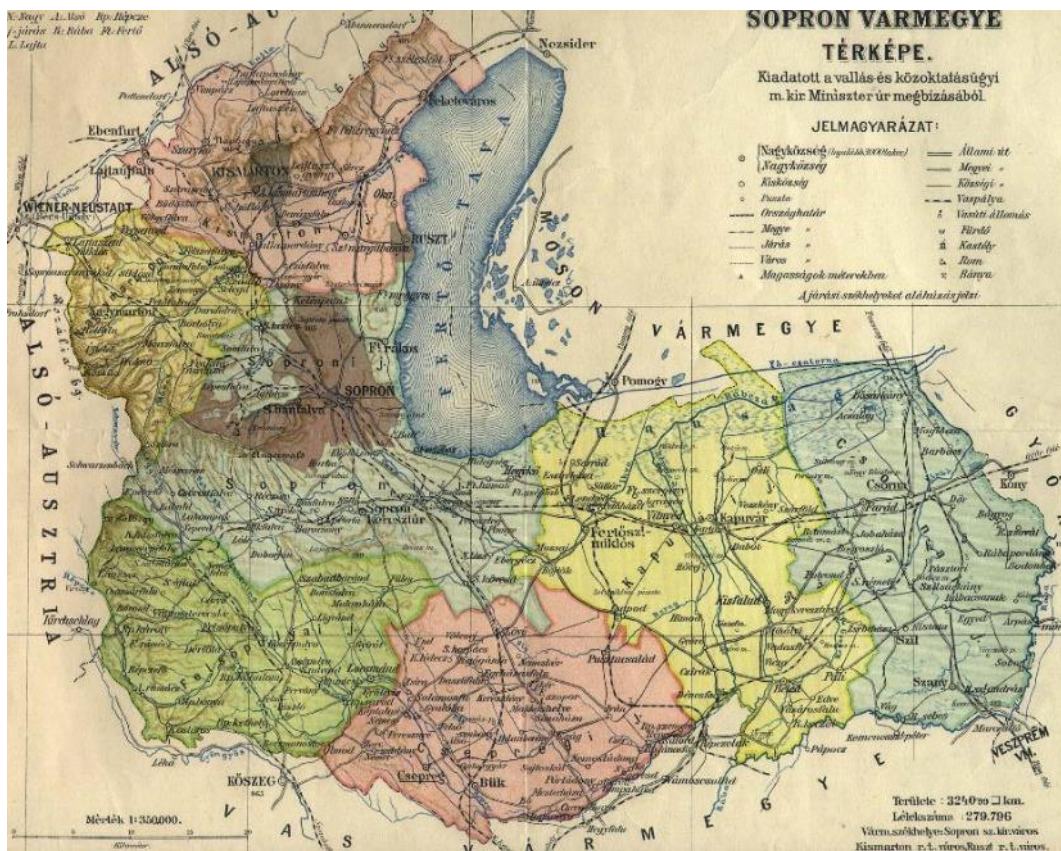
Győr Moson Sopron vármegye

Magyarországon az alap térségi identitási egység napjainkban is a vármegye rendszer (bizonyos vonatkozásban a járásokhoz való tartozás is). A mai vármegye rendszer Trianon utáni átalakult határai már nem a természetes határvonalakkal rendelkező, alapvetően természeti egységeken alapuló, a történelmi Magyarország kialakult egységeit jelentik. Mégis az ezeréves történelmi tradíciók tekintetében mélyen él a magyar társadalomban ez a vármegye rendszer. A jelenlegi Győr-Moson-Sopron vármegye egy újonnan létrehozott egység, amely ma már nem fejezi ki azt az identitást, amint korábban évszázadokon keresztül az itt élőknek jelentett a tradicionális Sopron Vármegye (40. ábra). A Trianoni Békediktátum ezt az ezeréves történelmi egységet törte darabokra, illetve építette újjá, már nem azonos identitástartalommal a több vármegye összevonásával létrejött új vármegye-elnevezésekkel. Ebben a térségben is ilyen módon a területi identitás nagyon jelentős értéket veszített a térségi hovatartozás tekintetében. Ma már sajnos nem, vagy nehezen értelmezhető az egykori Sopron vármegyéhez való tartozás. Az európai történelemben a magyarországi vármegye rendszerhez hasonló erős identitással azok a történelmi tartománynevek, régiós elnevezések jelennek meg dominánsan, amelyek hosszú évszázadoktól fogva még napjainkban is jelen vannak. Például Toscana, vagy Bajorország,

amelyek méretüknél fogva ma már akár az Európai Unió NUTS II. rendszerében is önállóan tovább élnek. Ezek az elnevezések az európai legjelentősebb, legismertebb turisztikai márkanevek is. A helyi identitás az ilyen esetekben tovább él és adja a térség identitásának stabil alapjait.

A Fertőpart szomszédos vármegyéje a korábbi évszázadokon keresztül a Fertő tó partjától K-re található Moson Vármegye volt (41. ábra). A közvetlen kapcsolódó területek ma Ausztriához, Burgenlandhoz tartoznak.

40. ábra: Sopron vármegye térképe (1911)



Forrás: http://www.the-burgenland-bunch.org/Hungary/Sopron_1.jpg (a szerző tulajdona)

Forrás: Google maps

A Fertő tó déli partján található, földrajzi értelemben vett legszűkebb térségi egység a Fertő-táj (42. ábra). Tíz település alkotja a térséget: Fertőrákos, Fertőboz, (Sopron-)Balf, Hidegség, Nagycenk, Fertőhomok, Hegykő, Fertőszéplak, Fertőd és Sarród.

A tíz település lakói számára a Fertő-táj az összetartozást jelenti, a Világörökségi területi rang pedig egyben rangot és ismertséget is. Továbbá kitűnő lehetőség marketing szempontból az idetartozás előnyeit élvezni, felhasználni. Ausztria és Magyarország közös felterjesztésére 2001-ben az UNESCO felvette a világörökségi helyszínek listájára a Fertő / Neusiedler See Kultúrtájat (43. ábra). A világörökségi terület teljes kiterjedése 74.716 hektár, amelyből a magterület 68.369 hektár. Hazánkban a Fertő-Hanság Nemzeti Park teljes fertői védett természeti területe mellett a nagycenki Széchenyi- és a fertői Esterházy-kastélyok műemléki környezetét, Sarród, Fertőd, Fertőszéplak, Hegykő, Fertőhomok, Hidegség, Fertőboz, Balf, Fertőrákos települések belterületét, valamint a Fertő tó felé eső külterületét is magában foglalja a világörökségi terület.

A térség elsősorú örökségturisztikai attrakciója a Fertődön (Eszterháza-Süttör) található Esterházy-kastélyegyüttes, amely Európa harmadik legnagyobb barokk- rokokó kastélyegyüttese (Versailles és Schönbrunn mögött). A térség másik kiemelkedő turisztikai vonzereje a Hegykő településen található egészségturisztikai termékrendszer (termálfürdőfürdő, camping, Csipkeház, szálláshelyek stb.). A település 2008 óta évi 100.000 vendégéjszakájával nemcsak a Fertő-parti térség legjelentősebb turisztikai fogadóhelyszíne, hanem országosan is kiemelkedik az egy főre jutó vendégéjszakák számával. Mindkét helyszín Fertőszéplak település szomszéd települése K-ről és Ny-ról, és összeköti őket a Fertő tavi kerékpárút rendszer.⁴³

⁴³ A témáról bővebben a Fertő-táj – Kultúrtáj kezelési tervében olvashatunk. <http://whc.unesco.org/en/list/>, <http://www.vilagorokseg.hu/>, <http://www.fertotaj.hu/>

43. ábra: A Fertő-táj - Világörökség térképe



Forrás: <http://oroksegnapok.gov.hu/>

Fertő-Hanság Nemzeti Park

44. ábra: A Fertő-Hanság Nemzeti Park logója



Forrás: <https://www.ferto-hansag.hu/>

A terület természetföldrajzi lehatárolásának egyik legfontosabb földrajzi tematikus rendszere a Nemzeti Park által lefedett területrendszer. A Fertő-Hanság Nemzeti Park teljes területe hazánkban 23.731 ha, amelynek Fertő táji része – 1977-től tájvédelmi körzet, 1979-től az UNESCO Bioszféra Rezervátum hálózatának tagja, 1989 óta pedig mint jelentős vizes élőhely, az ún. Ramsari-területek (<http://www.ramsar.hu/>) között is szerepel – 1991-ben nyerte el a Nemzeti Park rangot (44. ábra).

A Fertő vidéke éghajlati övezetek, növény- és állatföldrajzi határok találkozási helye. Ezek az Európában egyedülálló adottságok és a kis területen előforduló élőhelyek sokszínűsége határozzák meg e táj arculatát. A nemzeti park mozaikos szerkezetű. Főbb területei a Fertő-táj, a Hanság a Töközzel, valamint a Répce mente (45. ábra).

A mintegy 309 négyzetkilométeres kiterjedésű Fertő az eurázsiai sós sztyepptavak legnyugatibb tagja; magyar oldalának jelentős része nádas mocsár. A tavon és a tó nádas mocsarában, a Fertőzug szikes tavain, valamint a környező vizenyős mocsár- és lápréteken vízi gerinctelenek, halak, kételtűek, madarak páratlan fajgazdagsága figyelhető meg.

A Fertő-Hanság Nemzeti Park területe hazánkban 23.731 ha, míg Ausztriában 10 500 ha. A Nemzeti Park mozaikos szerkezetű, azaz a védett területek nem alkotnak összefüggő, egységes területet. A magyarországi területnek mintegy harmadát teszi ki az ún. természeti övezet (magterület), ahol elsősorban a természeti folyamatok érvényesülnek. Ezen az övezeten belül gazdasági tevékenység nem folytatható, a kezelés részeként végzett munkák kizárólag az élővilág érdekében folynak. Ezt veszi körül az ún. kezelt természeti övezet, ahol extenzív területhasználat biztosítja a természeti értékek megőrzését. A külső, ún. bemutató övezetben van lehetőség a hagyományos területhasználat mellett a területek természeti értékeinek bemutatására.⁴⁴ Ausztria összesen 9 világörökségi helyszínnel rendelkezik, ebből 2 határon átnyúló. Magyarország 8 világörökségi helyszínnel rendelkezik, ebből szintén 2 határon átnyúló.

⁴⁴ <http://magyarnemzetiparkok.hu/ferto-hansag-nemzeti-park/>

45. ábra: Fertő-Hanság Nemzeti Park



Forrás: http://tura.network.hu/kepek/a_fertoto_videke/terkep

Nyugat-dunántúli Turisztikai Régió

A Magyarországon egykor kijelölt kilenc turisztikai régió nem egyezik az ország statisztikai régiós felosztásával. A Fertőszéplak települést magában foglaló Nyugat-dunántúli Turisztikai Régió (46. ábra) viszont földrajzi területi elhelyezkedésével megegyezik a statisztikai régiós felosztással (a Balaton térségének Zala megyei eltéréseit elkülönítve). A három megyét lefedő régió turisztikai jelentőségének ismeretei alapján nem meglepő, hogy a Turisztikai Régió központjaként Sopron város jelenik meg.

A térség Budapest és Balaton mögött a harmadik egykori legjelentősebb turisztikai régió az országban (a kereskedelmi vendégéjszakák száma 2,87 millió). A nemzetközi vendégforgalom tekintetében is a harmadik helyen áll Budapest mögött. A belföldi és külföldi látogatók

tekintetében közel azonos vendégforgalom figyelhető meg. Sopron a magyarországi leglátogatottabb települések (vendégéjszakák száma kereskedelmi szálláshelyeken) között a 10. helyen található (379 000 vendégéjszaka). Sopront Budapesten és a fürdővárosokon túl csak Eger előzi meg. Szintén Fertőszéplak turisztikai potenciálját erősíti, hogy a szomszédos Hegykő település évek óta 100.000 vendégéjszakát realizál egészségturisztikai termékfejlesztésre alapozva. (KSH 2015)

Fertőszéplak településnek ebben a turisztikai régióban számos multiplikatív előny áll a rendelkezésére, amelyet a jövőben ki lehet és kell kiemelni a település imázsának erősítése érdekében.

46. ábra: Nyugat-dunántúli Turisztikai Régió



Forrás: Topográf <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Magyarorsz%C3%A1g%20idegenforgalmi%20r%C3%A9gi%C3%B3i/book.html>

Sopron-Fertő TDM (Sopron és Fertő-táj – Sopron Régió Turisztikai Központ Nonprofit Kft.)

A térségi TDM szervezet (Tourism Destination Management) többek között a Sopron – Fertő-táj térség márkanévvé alakításának kommunikációs feladataival igyekszik foglalkozni. A térség turisztikai egységként való hatékony képviselete még éppen túl van az embrionális szakaszon. A TDM szervezet feladata, hogy a Sopron várost és a Fertő-táj térségét egy turisztikai desztinációként jelenítse meg. Ez egy nehéz és jövőbe mutató feladat. Sopron és a Fertő-táj két markánsan eltérő termékfejlesztési életciklusban lévő terület, amelyet csak tudatos termékfejlesztési folyamat során lehet térségi termékportfólióvá fejleszteni. Ebben a jelenlegi folyamatban egy rendkívüli lehetőség áll Fertőszéplak előtt. Ebben az időhorizontban önmaga pozicionálása, saját termékfejlesztési törekvései egybeesnek a TDM szervezet jelenlegi útkeresésével.

Ezt a típusú törekvést a település úgy tudja támogatni és saját pozícióját erősíteni, ha a felújításra kerülő Széchényi-kastélyban egy egész éven át működő turisztikai információs pontot hoz létre. Ezen keresztül képes a maga sajátos kommunikációs és pozicionálási lehetőségeit ezzel a helyzeti szinergiával biztosítani, a saját turisztikai elképzeléseit pedig következetesen a szervezet irányába felajánlani.

Emellett működik az Alpokalja-Fertő-táj Vidékfejlesztési Egyesület (47. ábra), mely munkaszervezetének működési helyszíne Fertőszéplakon található, a Széchényi-kastély felújított részeiben. A munkaszervezet szoros kapcsolatot ápol a településsel⁴⁵.

⁴⁵ Alpokalja-Fertő táj Vidékfejlesztési Egyesület (2015): „ÁLMODTUNK, TERVEZTÜNK, MEGVALÓSÍTOTTUNK...” 2007 - 2013/15. https://aft.csla.hu/site/upload/document/page/page_LocalStrategy/Eredm%C3%A9ny%C3%B6sszegz%C5%91Kiadv%C3%A1ny_2007_15.pdf

47. ábra: Alpokalja-Fertő táj Vidékfejlesztési Egyesület



Forrás: <https://www.alpokalja-fertotaj.hu/tersegunk-az-alpokalja-ferto-taj>

Fertőszéplak térségi közlekedés-földrajzi helyzete

Fertőszéplak a Nyugat-dunántúli Régió (NUTS II) északi részén található, mely két szomszédos ország fővárosából, Pozsonyból (78 km) és Bécsből (98 km) kevesebb, mint egy óra menetidővel elérhető. Budapesttől mért távolsága 190 km (2óra 5 perc). A Közép-európai térség legnagyobb légitikötőjétől (Wien – Schwechat Airport) egy órányi (85 km) autóútra helyezkedik el. A terület közúti közlekedési hálózata jelenleg zsúfolt, áteresztőképessége szűkös, bizonyos napszakokban túlterhelt.

Fertőszéplak település a Fertő tó szomszédságában, Győr és Sopron között, a 85. számú közúttól 3 km-re, az osztrák-magyar államhatártól (Pamhagen/Pomogy) pedig 10,5 km-re fekszik. Fertőd Kapuvártól 17 km, Soprontól 25 km távolságra található. A tavat körülvevő belső út – amely érinti Fertőszéplakot is – a tóparti települések lakóinak a közlekedésére szolgál. A Fertő tó köré épített kerékpárút fontos a környék turizmusa szempontjából.

A közlekedés-földrajzi helyzet tekintetében több tényező is befolyásolja a lakónépesség számának megtartó képességét, növekedését illetve csökkenését:

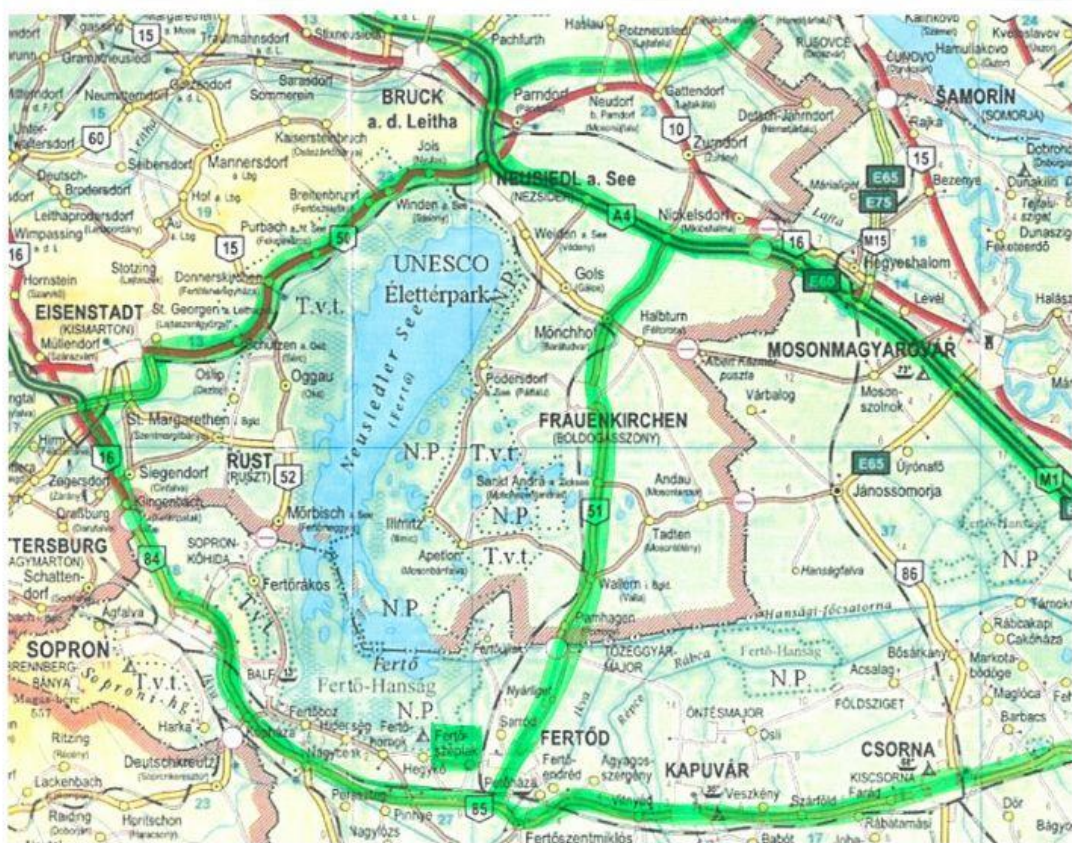
- megtartó képesség a munkavállalók nem helybeli foglalkoztatása tekintetében (Fertőszéplak esetében a munkavállalók 76,6%-a ingázik),
- a nem helybeli munkahelyek megközelítésének időtényezője,
- a földrajzi elhelyezkedés tekintetében csak kelet-nyugati és kiegészítő déli közlekedési folyosó biztosított a Fertő tó és a település elhelyezkedése tekintetében,
- közlekedési hálózat minőségének és áteresztőképességének pozitív és negatív hatásai

A leendő M84-85-ös közlekedés folyosó (Csorna-Sopron-Eisenstadt) jelentős térszerkezeti változást fog jelenteni a tervezett 2024. évi befejezésével. A jelen kelet-nyugati irányú közlekedési tengely (Fertő-parti út, 85-ös főút) jelentős terhelésbeli csökkenése várható. Ehhez az Fertő tótól nyugatra elhelyezkedő osztrák területek megközelítése a Sopron-Eisenstadt közti autóút kiépülésével válik teljessé. Ennek várható előnyös hatásai Fertőszéplak lakosságának tekintetében:

- az településen kívüli munkahelyek gyorsabb elérhetősége (a kérdőívben megjelenő időtartam alatti elérések rövidülnek, illetve az akcióradiusz növekszik),
- a településen keresztülmenő Fertő-parti út terhelésének változása következhet be: amennyiben a főútvonal zsúfoltsága az autóút tehermentesítésével megvalósul, és nem a Fertő-parti út a „menekülő útvonal” kelet-nyugati irányban,
- a soproni dinamikus társasházi, lakóházi beruházásoktól emberléptékű távolságban helyezkedik el a fertőszéplaki családi házas település,
- vizsgálandó, hogy a térségi jelentős teherforgalmát generáló vállalatok a fertődi-fertőszentmiklósi vagy a fertőszéplaki kivezető útvonalat használják a főút/autóút eléréséhez,
- a Fertő-parttal párhuzamos kerékpárútszisztéma mellett csökkenő forgalom várható – üdülőkörzeti jellege erősödhet a forgalom csillapításával.

Fertőszéplakon található vasúti megálló a Fertőszentmiklós – Neusiedler See közti vasútvonal mentén, amely ütemes menetrenddel rendelkezik és kerékpárszállításra is szolgál. A település esetében megállapítható, hogy a közösségi autóbussz-közlekedés tekintetében hétköznapi átlagosan 36 járat köti össze Sopronnal és 27 járat Kapuvárral.

48. ábra: A Fertő tó közlekedés-földrajzi erőtere



Forrás: europaconsortium.eu és szerző szerkesztése

A térkép (48. ábra) alapján látható, hogy Fertőszéplak egy nemzetközi szinten is jelentős gazdasági-társadalmi-közlekedésföldrajzi és turisztikai erőterben, térhálózatban helyezkedik el. Annak minden előnyével:

- közlekedési úthálózat révén minden elérhető, de a zavaró forgalmi kitettség nem érinti a települést,
- a települést, mint lakóterületet minden tekintetben puffer területek veszik körül,
- Európa és a világ egyik legélhetőbb településének és annak térsége közelében található (Bécs)
- az Európai Unió gazdaságilag két legfejlettebb NUTS II. régiójának közelében (Bécs – Pozsony) helyezkedik el.

10.5. Az 6.3.2. fejezethez kapcsolódó interjú idézetek

„Itt minden van: ökoturizmus, a rekreációs turizmus, borturizmus, termálturizmus. S akkor nem beszélünk itt a kulturális értékekről, történelmi emlékekről, azt gondolom, a kínálati oldalról nézve, a versenyképesség egyértelmű. A szolgáltatói oldalról nézve, ott sok tennivaló van”. (interjúalany 1)

„Abban van a veszély, hogy nem képesek az emberek térségben, régióban gondolkodni. Abban látom a problémát, hogy mihelyest elindul egy szeker, abban a pillanatban mindenki csak a saját és az egyéni településének az érdekébe akarja azt fordítani. Mindig ez volt az elmúlt években. És nem képesek régióban gondolkodni.”

„Nagyon fontos lenne az, hogy az önkormányzatoknak tényleges együttműködés legyen turisztikai területen. Nincsen tényleges együttműködése, semmilyen együttműködése nincs az önkormányzatoknak turisztikai területen”.

„Tehát hazai szinten egyértelműen ott vagyunk a csúcson. De nekünk ugye az Ausztriát is nézni kell, hisz egy határon átnyúló térségben vagyunk. Itt is azt gondolom, hogy infrastruktúra az, amiben elmaradunk.”

„Amikor létrejött a Fertő-Hanság Nemzeti Park, akkor az osztrákok már ott voltak, és a magyarok csak a rendszerváltás időpontjától csatlakoztak ehhez, és az osztrákok már akkor ezeket a tóparti üdülő lehetőségeket kiépítették, és a magyarok mostan nem tudnak már, mert a Nemzeti Park nem engedi meg, hogy legyen vitorlás kikötő, hogy legyen strand, hogy egyen ez, az, amaz. A magyar részen, mert ott nem volt még semmi és most már utólag nem lehet, vagy nem szabad”.

„Nincs egy vezető vonzerő, amire lehetne jönni, s majd ehhez kapcsolódik a többi. Nem mondhatjuk azt, hogy ide fürdeni jönnek az emberek, mert nem akkora a fürdő. Ilyen szempontból a versenyképességben ezt én egy kicsit hátránynak érzem. Nyilván a kastély az a mostani fejlesztések alapján egy ilyenné válhat egy idő után”.

„Létrejött a Nemzeti Park és a Nemzeti Park okozta korlátozásokból származó traumák miatt az emberek még mindig aléltak. Nem lehet használni a földeket, a falvak nem fejlődhetnek, tehát egy csomó minden, ami más településeken megvan, azt a Nemzeti Park és a védelem miatt nem lehet megcsinálni”.

„Legfontosabb turisztikai vonzereje a környéknek az Esterházy-kastély. Akkor még van természetesen ugye a Világörökség, a Fertő-Hanság Nemzeti Park az is egy nagyon jó hívó szó”.

„Azt gondolom, hogy a mi térségünkben a belföldi turisták számára azért bent van Ausztria ígérete. Tehát amit mi nem érzékelünk, az az, hogy az ide érkező kelet-magyarországi vendég az egyben Ausztria ígérését, Burgenland ígérését is belénk látja. Azt a nyugati életszínvonalat, értékrendet. Az értékeinket tekintve még nagyon fontosnak tartom azt, hogy megőriztünk nagyon sok mindent építészetben, kultúrában, természeti örökségben, ami érték. Az, hogy nálunk Nemzeti Park kialakulhatott, Világörökség kialakulhatott, ahhoz kellett az, hogy itt negyven éven keresztül gyakorlatilag, ezt a térséget csak a határőrök, a vadászok, a halászok látogathatták”.

„Ahhoz, hogy tovább tudjunk lépni, ahhoz pedig be kéne látni, hogy egy közös európai piacon nincs értelme magyar és osztrák Fertő tóról beszélni, illetve Fertő térségről beszélni, hanem egyről. Tehát valamiféleképpen, ahogy ezt a Bodeni-tónál három ország eléri, hogy egy közös, megegyeznek dolgokban, hogy mi a termék, hogyan kommunikáljuk, és mindenki ezt próbálja követni. Ebben nagyon-nagyon le vagyunk maradva, és ebben viszont nem látok semmiféle biztató jelet”.

„Tehát mi hiába hirdetjük magunkat egységesnek, én úgy gondolom, hogy még mindig erősebb az osztrák lokálpatriotizmusban, nacionalizmusban az, hogy kevésbé engedik ki a vendéget kívülre. Ez olyan, mint egy szálloda, amiből a vendéget nem nagyon akarjuk kiengedni a környékre, hogy minden fogyasztása nálunk realizálódjon, miközben úgy hirdetjük, hogy magát a környékét mutatjuk be.”

„Erősségeink: földrajzi helyzet, közlekedési elérhetőség, mégis csak Pozsony, Bécs repterei egy órán belül vannak, tehát az elérhetőségünk azt gondolom, hogy nem rossz. Autópálya csatlakozás nyugati irányból szinte határig megoldott, most Csornáig az autótút elkészült, azt gondolom, hogy ez is már egy óriási eredmény. Az erősségünk a mégiscsak azt gondolom, hogy a vonzó és változatos turisztikai vonzerők. Az a sajátosság, hogy mégiscsak itt az Alpok és a síkság és a sztyeppe-tó találkozik. Gyengeségeinek tartom a stratégiai gondolkodásnak a hiányát, Egy Fertő-tavi strand nem tud igazán versenyképes lenni egy osztrák strandhoz képest, mert a fejlesztések elmaradtak. Gyengeségnek érzem azt, hogy nincsen széles spektrumú szálláshely kínálat, tehát a kempingeknek a hiánya, vagy például éppen az ötcsillagos szálláshelyeknek a hiánya. Gyengeségnek érzem, hogy a legfőbb szereplők között nincs

párbeszéd, érdemes lenne beszélgetéseket folytatni azért, hogy tudják azt elérni, hogy a távolabbi piacokon nem versenytársként, hanem együtt lépnek fel ezt a fajta együttműködést hiányolom.”

„Én a kerékpáros turizmusnak a fejlődésében hiszek, látom, hogy ez egyre jobb téma lesz itt a térségben, tehát a kerékpáros turizmusnak ez a térség és a kastély is egy megálló helye”.

„Nekünk nagy problémánk az, hogy tulajdonképpen ez az óriási turisztikai létszám, ami megjelenik itt a Fertő parton, az rajtunk úgymond csak áthalad. Tehát nagyon kevés a szálláshelyünk, illetve a Fertőszéplakiak nem ismerték fel az értékeket, amelyekkel rendelkeznek, itt gondolok elsősorban a Széchenyi örökségre, másrészt pedig ugye nálunk található az egyetlen olyan Fertő táj építészetét bemutató skanzen, amely hát szerencsétlen módon eddig nem az önkormányzat kezelésében volt és jelenleg sincs ott. Így én úgy gondolom, hogy ebből sokkal nagyobb turisztikai attrakciót lehetne varázsolni, hogyha a mi kezünkben lenne.”

„A kulcskérdés az ebben a tekintetben, hogy sikerül-e úgy fejleszteni még a jövőben, akár a kastélyt, akár az egyéb vonzerőket, lehetőségeket, hogy a magántőke erősebb lehetőséget lásson a szálláshely fejlesztésben. A hiányérzetem az a térség tekintetében, hogy az elmúlt éveknek a fejlesztések nem vonzottak magántőkés fejlesztéseket”.

10.6. Az 6.3.3. fejezethez kapcsolódó interjú idézetek

„A kulturális programokat, a koncerteket nagyon jónak tartom. Az idegenvezetésnél a külsőségekre viszont nagyobb hangsúlyt kell helyezni. Azt értem ezalatt, hogy az idegenvezetők korabeli ruhákban várnák a vendégeket, és vezetnék őket a kastélyban.”

„Magyarország legnagyobb barokk kastélya, a miliője, a hangulata. Én mindig úgy vagyok, ha egy ilyen történelmi helyre megyek, akkor szinte megborsózok, hogy előttem itt hercegek, királyok jártak, meg királynők jártak. Én nagyon szeretem a történelmet, rengeteg várat járok, meg csataterekre elmegyek. Megnézem, engem megérintenek ezek a dolgok, ugyanígy gondolok erre a kastélyra is”.

„Igazából hatalmas szakadék van Eszterházában a kastély és a település között. Tehát a kastély most nagyon szépen fejlődik, a település nagyon le van maradva. Valamit itt kellene tenni, ennek érdekében. Ha én lennék itt a polgármester, ezen dolgoznék éjjel nappal. Nálunk Hegykőn a zöld területeket már pázsitra nyírjuk, már nem traktorral kaszálatjuk, főleg a fürdő környékét, a frekventált helyeket, már pázsitra nyírjuk. Úgyhogy már az hozzá tartozik Hegykő rangjához, miliőjéhez, a sok vendéghez, hogy megfelelő a környezet, ezt még nem látom Fertődön”.

„Nagyon jó a honlap én szerintem. Prospektusokat is láttam, viszont a prospektusoknak a frekventáltabb helyeken lévő elhelyezése, terjesztése, tehát azt mindenképpen kellene. És nem csak prospektusok vannak, hanem a szájába kellene rágni a környék vendéglátásainak, panziósainak, hogy ajánlják, mert sokszor ez a problémám nekem Hegykőn is. Azt kell elérni, hogy ajánlják a fertődi kastélyt is, nagyon jó reklám a szóbeli ajánlás.”

„Az legyen a célunk, hogy térséget adjunk el, hát a térségnek a legfőbb zászlós hajója a fertődi kastély”.

„Az erőssége az az abszolút értéke, egyedi, unikális, európai szinten is hirdethető objektumrendszer, továbbá Haydn⁴⁶ neve és tevékenysége”.

„A kastély célcsoportját azért is nehéz külön kezelni, mert az nagyon nem térhet el a térség célcsoportjától, mert akkor baj van. De a térség célcsoportjai sincsenek tisztán definiálva, ami egy térségi probléma is”.

⁴⁶ Joseph Haydn 1766-1790 között vezető karmester és zeneszerző volt Eszterházában, herceg Esterházy Miklós szolgálatában. Híres búcsú szimfóniáját Mária Terézia Eszterházi látogatásának tiszteletére komponálta és mutatta be először.

„A szálláslehetőségeket abszolút rossznak értékelem. Tehát Eszterházán, Fertődön, Süttődön nincsen olyan szállásháttér, ami méltó a kastélyhoz. Ez nem alakult ki sem magántőkés befektetésben, sem pályázati támogatásból. Én úgy vélem, ugyan csúcs gasztronómiát képviselő étterem nincsen, de a vendéglátás, éttermi szolgáltatás az megfelelő. Van egy kerékpárút, de a kastély mellett nem jelennek meg, nem igazából jelennek meg. Ugye látunk erre példákat Nyugat-Európában is, hogy egy-egy ilyen történelmi emlékhely, kastély mellett, akár valami új dolog is megjelenik, például kaland park, játszópark és a többi, ami jól kiegészíti egymást akár célcsoportok elérésében, akár az itt eltöltött idő vonzásában. Ami ugye még az egész térségnek problémája, ez a nyári strand fürdési lehetőségeknek a hiánya. Azt gondolom, hogy ha csak a táblától tábláig Eszterházát, Fertődöt vizsgáljuk, akkor a turisztikai háttér akár gyengének is minősíthető, a Fertő-tájnak pedig összességében egy közepes szolgáltatási, turisztikai háttere van jelenleg.”

„Csak egy pár példa: Joseph Haydn, herceg Esterházy Miklós, Mária Terézia, őket egy kicsit jobban megjeleníteni. Akár ott van az a gyönyörű Esterházy porcelán teríték, lehetőséget adni neki, hogy oda üljön, oda ültesse a gyereket, hogy azt mondani, hogy itt ült Mária Terézia, kiválasztani egy gyereket a csoportból és leültetni oda, hogy most te vagy Mária Terézia, itt ült a férje a lotaringiai herceg, ez a főúr, itt ült a herceg, itt ült Haydn. Ezeket a dolgokat erősíteni, mert ez egy rendkívül fontos dolog. A kastély szempontjából, jövőbeni kommunikáció szempontjából nem mindegy, hogy a közösségi helyeken mi jelenik meg. Hogyha én eljövök ide, mint egy apa, akkor felteszem a facebook-ra, hogy ha olyan facebook-os vagyok, hogy Esterházy kastélyban voltam, ez a jó eset, hogy ezt megosztom, ugye ez az összes ismerős számára. De ha az én lányomat oda ültetik, hogy ott ült Mária Terézia, akkor csinálom róla tíz fotót, és két héten keresztül ezt küldöm az ismerősöknek, hogy láthatják, hogy az én lányom az a Mária Terézia, az én fiam meg a lotaringiai herceg, az én gyerekem meg a Joseph Haydn székében ült és megfogta a Joseph Haydn hangszerének az utánzatát. Tehát én azt gondolom, hogy ha kicsit elkalandoztam is, de aki ide bejött, az egy célcsoport tagja is egyben. De egy kommunikációs csatorna is egyben. Úgy vélem, hogy ezt lehet és kell még megerősíteni.”

„A gyengeségekben úgy vélem, hogy az áteresztő képességről kell beszélnünk, azért meg kell gondolni, hogy milyen számú látogatót lehet ide beengedni, hogyan lehet kezelni ezeket a csoportokat, hogy igazából élvezhető legyen. Marketingesként, a gyengeségek közé kell sorolnom a programoknak a késői kommunikálását”.

„A kastélynak a hatalmas előnye az a kulturális és történelmi háttér és az a műemlék, ami kincs, ami itt van. A hátrány, hogyha a régióban csak egy Esterházy kastélyban gondolkodunk.

Tehát nem szabad egy Esterházy kastélyban gondolkodni, mert vannak olyan emberek, akik nem szeretik a kiállítást, meg a múzeumot, bejönnek, megnézik és tovább mennek. Tehát mindenféleképpen régióban, természetesen ennek a régiónak a vezető csúcs pozíciójának az Esterházy kastélynak kell lenni, mint fő attrakció, de mellette kell lenni másnak. Veszély az, hogy ha valaki elbízta magát és azt mondja, hogy ő nálunk itt az Esterházy kastély, majd jön a turista. Hát erre így önmagában nem fog jönni a turista. Ez nagyon szép lenne így, de ez nem így van.”

„Az Esterházy-kastély úgymond zárványként működött itt akár Fertőd településen belül is, akár a régióban is. Tehát külső szemlélő számára mindig úgy tűnt, hogy az Esterházy-kastély és Fertőd város vezetése között egy ilyen kibékíthetetlen, ha nem is ellentét, de egy közönyös viszony áll. Egyéb települések tekintetében pedig tényleg azt lehetett elmondani, hogy se hasznunk, se kárunk nem volt az Esterházy kastélynak a létéből. Ez örvendetesen az elmúlt egy-két évben látványosan változott meg, ennek számos oka van. Mondjuk akár négyet is tudnék itt hirtelen említeni, ugye egyrészt egy olyan vezetés került az Esterházy Központ élére, akik a tehetségükkel előre tudták mozdítani a kastély ügyét. Másrészt kialakult egy valamiféle stratégia és irány, hogy ők mit szeretnének elérni, ami eddig ugye nem volt, tehát a kastély csak létezett. Volt néhány koncert, volt ez a megszokott kiállítás, amibe én gyerekkoromban voltam, azóta sem, mert semmi újat nem láthattam volna. Tehát most azért van egy kialakult irány, másrészt van úgymond egy politikai akarat, ami nagyon fontos, hogy a komplexum létezzen és fejlődjön. Másrészt meg van egy gazdasági háttér, mert azért azt tudnunk kell, és nyilvánvalóan látszik is, hogy az Esterházy-kastély az nem egy a sok közül. Közép-Európa legszebb és legnagyobb barokk kastélya, ez egy épület komplexum, aminek a részei anno azért épültek, hogy ezt a nagy, szép kastélyt valamilyen szinten kiszolgálják. Ezek most már funkciót vesztek, ezeknek az épületeknek funkciót kell találni. Ez soha nem lesz rentábilis beruházás, ennek az eszmei értéke, illetve az egyedülálló volta biztosítja azt, hogy ez fenn tudjon maradni. Az hogy ez jól működik, és szépen működik és vonzza ide a turistákat ebből mi is tudunk profitálni, hiszen ha sok ember jön, akkor sok ember fog elmenni a környékre.”

„Amit egy kicsit, úgy gondolom, hogy lehetne fejleszteni, ez a külső kapcsolatok a régiónak, illetve a környező településeknek akár a civil szervezeteivel, akár az önkormányzataival.”

„Nálunk a kapát nem lehet belevágni a földbe úgy, hogy ne egyeztessünk valamivel. Hogy bárcsak adná az Isten, hogy hétfőről keddre átesne ez a kastély Kinába és akkor lenne a dombtetőn egy gyönyörű szép halas távunk, de hát ennek viszonylag kevés az esélye, tehát kínlódni kell holtig ezekkel az ügyekkel.”

10.7. Az 6.4.2. fejezethez kapcsolódó mellékletek

49. ábra: Sportlich aktiv - Unter der pannonischen Sonne – Sportosan aktív a Pannon napfényben aloldal a burgenland.info weboldalon



Das Burgenland ist die richtige Adresse, wenn man nach sportlicher Abwechslung sucht. Ob Radfahren, Wandern, Golf oder Wassersport - das Burgenland bietet Bewegungshungrigen eine Fülle von Möglichkeiten. Und im milden pannonischen Klima können viele Sportarten fast ganzjährig ausgeübt werden.

Auf Pedalritter warten rund 3.300 Radwege-Kilometer - von der gemütlichen Familientour bis zum herausfordernden Mountainbike-Trail. Besonders beliebt ist der Neusiedler See-Radweg. Mountainbiker:innen toben sich auf den **Burgenland-Trails** am Geschriebenstein, im Rosalien- oder Leithagebirge aus. Und E-Bike-Runden sind im Burgenland ebenso „in“ wie Draisinentouren oder Ausflüge mit dem Quad und Segway.

Abwechslungsreiche Wanderwege durchziehen das ganze Land. Von der kurzen, familienfreundlichen Strecke bis hin zum anspruchsvolleren Weitwanderweg: Die Sonne ist im Burgenland immer mit dabei. Entdecken Sie den Bernstein Trail, Top-Wanderwege und gemütliche Routen für Spaziergänge in der Natur.

Golfer:innen schätzen das Burgenland vor allem wegen des milden Klimas. Das ermöglicht nahezu ganzjährig schwingvolles Abschlagen auf den heimischen Plätzen. Auch der Neusiedler See bietet ganzjährig Sportmöglichkeiten: In der warmen Jahreszeit gilt er als eine der begehrtesten Wassersport-Destinationen Europas. Auch der Schilfgürtel des Sees sowie die Raab, die Leitha und die Mäander der Lafnitz laden zum Bootssport ein.

Forrás: <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv>

50. ábra: Radeln im Burgenland – kerékpározás Burgenlandban aloldal a burgenland.info weboldalon



Das Burgenland ist ein Paradies für alle, die gern radeln. Sportliche Routen findet man hier ebenso wie gemütliche Strecken. E-Bikes bieten Unterstützung, wenn reine Muskelkraft nicht mehr ausreicht. Und die Familie wird hier ebenso glücklich wie der ambitionierte Rennradfahrer. Das Burgenland bringt alle auf den richtigen (Rad-)Weg.

300 Sonnentage im Jahr sind für viele schon Argument genug, auch im Urlaub auf das Rad zu steigen. Aber das Burgenland bietet Radfahrern noch vieles mehr. Ein gut ausgebautes Netz an Radwegen, Service- und Verleihstationen sowie spannende Erlebnisse am Wegesrand bieten erfrischende Abwechslung. Rasante Mountainbike-Trails findet man hier ebenso wie familienfreundliche Routen oder Themenwege für Genussradfahrer.

Bei rund 3.300 Kilometer an Radwegen mit durchgehender Beschilderung ist Langeweile fehl am Platz. In jeder Region gibt es außerdem Besonderheiten zu entdecken, die das Raderlebnis so einzigartig machen. Großteils eben und deswegen für Familien besonders interessant verläuft das Radwegenetz rund um den Neusiedler See. In der Rosalia wird man mit spektakulären Ausblicken belohnt. Noch eher unentdeckt sind die Touren durch das Mittelburgenland. Und für E-Biker schon lange kein Geheimtipp mehr ist das Südburgenland mit seiner Paradiesroute.

Forrás: <https://www.burgenland.info/erleben/sportlich-aktiv/mit-dem-rad>

51. ábra: B10 Neusiedler See-Radweg, Die Route der Seen-Sucht – B10 Fertő-tavi kerékpárút – A tófüggőség útja aloldal a burgenland.info weboldalon

BUCHEN DE EN

burgenland
die sonnigste österreich

B10 NEUSIEDLER SEE-RADWEG

DIE ROUTE DER SEEN-SUCHT

Es gibt viel zu erleben, auf Ihrer Runde um den See. Der B10 Neusiedler See-Radweg eignet sich mit diversen Abkürzungen und zahlreichen Zwischenstationen als Familientour ebenso wie für flotte Sportradler.

BUCHEN DE EN

burgenland
die sonnigste österreich

Ob Sie im oder gegen den Uhrzeigersinn um den See fahren, entscheiden Sie am besten nach aktueller Windrichtung. Die österreichische Segelwetterzentrale informiert online tagesaktuell über die Verhältnisse und lässt auch den Trend für die kommenden Stunden erkennen. Der Weg führt Sie durch traumhafte Landschaften, lässt Sie Naturschönheit erleben, kulinarische Schmankerl genießen und wartet mit kulturellen Besonderheiten auf.

Die Wege sind größtenteils asphaltiert und teilweise geschottert, also sowohl für Tourenräder als auch für Mountainbikes geeignet. Und mit dem Rennrad kommen Sie ebenfalls gut zurecht, denn die Schotterpassagen sind kurz und der Splitt ist fein. Immer einen Abstecher wert ist der See, denn jedes der vielen Seebäder hat seinen eigenen Reiz. Viele Rastplätze entlang der Strecke laden zu gemütlichen Pausen.

Bei einer kompletten Seeumrundung passieren Sie die Grenze nach Ungarn, eine EU-Binnengrenze, für die Sie dennoch Ihren Reisepass dabei haben sollten. Die Informationen sind auch hier übersichtlich und vollständig. Der Radweg in Ungarn ist teils neu asphaltiert und das Stück zwischen Balf und Fertőrákos verläuft auf einer komplett neuen Strecke. Es erwarten Sie malerische Weinberge und fantastische Ausblicke über den Schilfgürtel bis zum Neusiedler See. Mitunter kann es recht steil und bei hochsommerlichen Temperaturen durchaus anstrengend werden.

Achtung: In Ungarn gilt Warnwestenpflicht in der Dämmerung, bei Dunkelheit oder bei schlechter Sicht!


Entlang der Strecke finden Sie mehrere Verleihstellen für E-Bikes. Mit einer Schifffahrt zwischen Illmitz und Mörbis am See lässt sich die Tour verkürzen bzw. variieren.

WEITERE INFORMATIONEN:

Forrás: <https://www.burgenland.info/dc/detail/Strukturierter-Artikel/b10-neusiedler-see-radweg>


52. ábra: Neusiedler See Radweg – Fertő-tavi kerékpárút aloldal a burgenland.info weboldalon

BUCHEN
DE EN




☰

TOP
NEUSIEDLER SEE RADWEG



☰

Radtour · Neusiedler See



Neusiedler See
Foto: Velontour, Nordburgenland ©velontour, Tourismusverband Nordburgenland

Verantwortlich für diesen Inhalt
Tourismusverband Nordburgenland



CO
Tour
Details
Wegbeschreibung
Anreise
Literatur
Aktuelle Infos
Ausrüstung

ERLEBEN **ÜBERNACHTEN** **PLANEN**

Die Tour Details Wegbeschreibung Anreise Literatur Aktuelle Infos Ausrüstung

Der Neusiedler See Radweg (B10) ist besonders für Familien und Genussradler geeignet. Rund um den See warten zahlreiche kulinarische und vinophile Genusspunkte darauf von Ihnen entdeckt zu werden. Die geringen Steigungen entlang des Weges und die Fahrverbindungen zwischen dem Ost- und Westufer machen die Radtour zu einem gemütlichen Ausflug durch die Natur.

- 117,5 km, davon 41,5 km auf ungarischer Seite
- die österreichische Seite ist für Familien besonders geeignet
- minimale Steigungen zwischen Mörbisch und Oggau, aber starke Steigungen auf ungarischer Seite zwischen Balf & Fertőrákos

ACHTUNG:

Aufgrund der Maul- und Klauenseuche empfehlen wir den Neusiedler See Radweg aktuell nur in Österreich zu befahren. Ab 5. April verkehren die Fähren zwischen Illmitz & Mörbisch. Die Grenzen Pamhagen und Mörbisch sind zwar (noch) geöffnet, aber das Land Burgenland ruft alle dazu auf, nicht unbedingt notwendige Reisen in die Nachbarländer zu unterlassen!

„Entspann di“ am Neusiedler See Radweg

Unsere Gäste lieben ihn und der ADFC hat ihn mit 5 Sternen ausgezeichnet. Den beliebtesten Radweg der Region: den NEUSIEDLER SEE RADWEG (B10). Einmal umrunden haben Sie 117,5 km hinter sich. Auf romantischen Wegen entlang des Schilfgürtels mit einem traumhaften Ausblick zum See und idyllischen Wegen zwischen Weingärten, Feuchtwiesen und Salzackern fahren Sie in eine andere Welt. Dies bedeutet nicht nur Entspannung für Geist und Seele sondern auch die „Neuverweckung“ all Ihrer Sinne! Egal ob Ihre Kinder vorausdüsen und Sie hinterdrein radeln, ob Sie in einer fröhlichen Fahrradpartie einen lustigen Ausflug machen oder ob Sie als Mountainbiker eine windige „Herausforderung“ suchen – der Neusiedler See Radweg wird allen Ansprüchen gerecht. Mit Ihren Kindern, aber auch in der lustigen Freundesrunde können Sie Ihre Tour mit einer Schifffahrt von Illmitz nach Mörbisch am See abkürzen. Vergessen Sie nicht, immer wieder Pausen einzulegen - nicht nur der Erholung wegen! Ob Sie nun zur Stärkung in einer der zahlreichen Buschenschenken einkehren oder auf Ihrer Fahrt das vielfältige Kulturangebot „einsammeln“ – der Genuss kommt auf dieser Strecke sicher nicht zu knapp. Immer einen Abstecher wert ist der See, denn jedes der vielen Seebäder hat seinen eigenen Reiz! Immer im Gepäck haben Sie die pannische Sonne, die nachweislich 2.000 Stunden und 300 Tage pro Jahr vom Himmel lacht. Also nichts wie ab zum Neusiedler See und rauf aufs Rad, denn hier können Sie bereits ab März radeln, radeln, radeln,...

Schwierigkeit mittel

Strecke	117,5 km ↔
Dauer	10:00 h ⌚
Aufstieg	324 hm ▲
Abstieg	324 hm ▼
Höchster Punkt	177 m ≙
Tiefster Punkt	113 m ≙

mit Bahn und Bus erreichbar
Rundtour
ausichtsreich

Finkkehrmöglichkeit
Flora
Fauna
familienfreundlich

STATISTIKEN 📌

Aktualisiert am	06.05.2025
Erstellt am	04.03.2011
Einblendungen	1.874.997
Seitenaufrufe	704.260
Aktionen	205.598
Druck & Download	30.137
Rank:	100

REGIONEN & ORTE

Forrás: <https://www.burgenland.info/dc/detail/Tour/neusiedler-see-radweg-6>

236