

Desztinációs digitalizáció felmérése
tanulmány

„A Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség fejlesztése és pozicionálása" című, GINOP-I.3.4-17-2018-00003 azonosító számú projekt keretében

2020



Készítette: Effix-Marketing Kft.

Tartalom

1.	Vezetői összefoglaló	3
2.	Bevezetés, vizsgált desztináció bemutatása	4
3.	Trendek, jó gyakorlatok	5
3.1	A kereslet elvárásai a turizmusban	7
3.2	A turisztikai kínálat	8
3.3	Influencerek a turizmusban	10
3.4	Digitális trendek	19
3.5	Új technológiák, a közösségi média, mobilmarketing és a különböző smart megoldások (pl. IoT, Internet of Things)	21
3.6	Honlap trendek	22
3.7	AR, VR példák a világból	28
4.	Helyzetelemzés	29
	Digitalizáció és családbarát turizmus	29
4.1.1.	Mit jelent a digitalizáció a turizmusban?	29
4.1.2.	Mitől családbarát egy turisztikai attrakció?	35
4.2	Desztinációs digitalizáció felmérése	39
4.3	Kutatási eredmények ismertetése	41
4.3.1.	Kvalitatív fázis: a szakértői mélyinterjúk eredményeinek ismertetése	41
4.3.2.	Turisztikai szolgáltatók között végzett online kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása	47
4.3.3.		60
	Online jelenlét a legnagyobb, magyar turisztikai szempontból fontos városokban	60
4.4	Térségi szolgáltatók egyedi online megjelenése (szekunder kutatás)	65
5.	Célcsoportok	68
6.	Javaslatok	71
6.1	Térségi javaslatok	71
6.2	Egyéni fejlesztési javaslatok	73
7.	Költségvetés	78
8.	Irodalomjegyzék	79
9.	Mellékletek	80
9.1	I. Számú melléklet - Kérdőív Sopron-Fertő és Bükkfürdő kiemelt turisztikai térség területén tevékenykedő turisztikával foglalkozó vállalkozók körében	80
9.2	II. számú melléklet - interjúvázlat	84
9.3	III. számú melléklet – szolgáltatók elemzése	86

1. Vezetői összefoglaló

A tanulmány célja a Sopron-Fertő térség turisztikai szolgáltatóinak digitalizációs felmérése, ezen belül az egyéni honlapok struktúrájának, a közösségi média aktivitásoknak, illetve a főbb turisztikai -információs és/vagy foglalási - oldalakon való megjelenések vizsgálata, elemzése és értékelése. A tanulmány részét képező kérdőíves kutatás és mélyinterjúk során vizsgáltuk az egyes szolgáltatók felkészültségét, a megjelenés hatékonyságát, informativitását, felhasználóbarát kialakítását, különös tekintettel az online foglalható szolgáltatásokra, illetve a családbarát szolgáltatások digitális megjelenésére, promóciójára. A térség földrajzi, gazdasági és turisztikai lehatárolása eltérő metodika szerint történt, így a kutatás során szükségessé vált a turisztikai térség határain túl nyúló vizsgálat is. Kőszeg, bár nem része a Sopron-Fertő turisztikai térségnek, a Soproni borvidék második legjelentősebb körzete, a büki szolgáltatói háló pedig ezer szálon kapcsolódik a településhez, ezért tanulmányunk néhány pontján szükségesnek találtuk kitekintést tenni, Kőszeg vonatkozásában is.

Az elemzést megelőző kutatás kvalitatív és kvantitatív módszertannal készült. A térségi szolgáltatók direkt megkérdezése mellett kérdőíves kutatás keretében is felmértük a digitális ismeretek általános szintjét, az alkalmazott digitális megoldások számosságát, használatuk mértékét. A megkérdezés részeként sor került a desztináció célcsoportjainak szolgáltató oldali megítélésének vizsgálatára is, a jelenlegi tapasztalatok és a potenciális célcsoportok is egyaránt feltérképezésre kerültek. A digitális jelenlét konkrét vizsgálata szekunder kutatás keretein belül került felmérésre. Ebben a térségi szolgáltatók digitális elérhetőségén túl az online megjelenés minősége is elemzés tárgyát képezte. Ez utóbbinál is a minél szélesebb szolgáltatói kör felkutatása, és megjelenítése volt a cél a desztinációból, így alakult ki a 106 megkérdezettet tartalmazó minta.

A térségi turisztikai szereplőktől, illetve szereplőkről nyert információk részletes kiértékelése képezi tanulmányunk gerincét. Az adatokból egyértelműen megállapíthatók a térség jelenlegi kompetenciái mind desztinációs, mind egyéni szolgáltatói szinten, a jelenlegi és a potenciális fogyasztói csoportok köre is egyértelműen kiolvasható a kapott válaszokból. A szolgáltatói visszajelzésekben kirajzolódó kép alapján a szereplők a magyar és idősebb, kevésbé fizetőképes turistákat azonosították a vendékör meghatározó részeként, miközben szívesen látnának nagyobb költési hajlandósággal és vásárlóerővel bíró réteget, akár a fiatalabb korosztályból. Az életkori sajátosságok, és a turisták nemzetiségét illetően viszont már megoszlanak a vélemények, habár a többségben konszenzus van e téren is: fiatalítanak és nemzetköziesítenék a vendégek körét, főként a német nyelvterületről látnának szívesen több vendéget.

A fejlesztési irányok és javaslatok akkor nyújthatnak valós alternatívát a desztinációnak, ha a meglévő adottságok figyelembevételével törekszik a turisztikai- és fogyasztói trendeknek megfelelő kínálat kialakítására. Tanulmányunkban ez utóbbiakra is részletesen kitérünk, és nemzetközi-, valamint hazai jó példákat is bemutatunk ezekkel kapcsolatban. A szolgáltatások, létesítmények személyre szabása, az élményszerűség fokozása, új irányainak megteremtése a digitalizáció nyújtotta lehetőségeken keresztül a desztináció szereplői számára is remek lehetőségeket jelentenek. Jelenleg - a nagyobb szereplőket leszámítva - a digitális jelenlét többnyire az online térre korlátozódik, többnyire gyűjtőoldalakon történő megjelenésre, kisebb mértékben saját honlap üzemeltetésére. A legtöbb szereplő esetében a honlap, a közösségi fórumok használata és a folyamatos interaktivitás bár kívánatos, mégsem valósul meg, miközben világszinten, illetve országosan is ez már minimum elvárás. Az oldalak tartalma, azok naprakészsége is elmarad a kívánatos szinttől, a vizsgált honlapok csak elenyésző hányadban felelnek meg a kor követelményeinek, trendjeinek. Az olyan előremutató, de már napjainkban is egyre több helyen alkalmazott megoldások, mint az augmented reality (kiterjesztett valóság), a virtual reality (virtuális valóság) jól illeszkednek a legfrissebb fogyasztói trendekhez, így ezek idővel szintén megkerülhetetlenné válnak a megfelelő versenyképesség megőrzésének érdekében.

Lehetnek egy desztinációnak, szolgáltatónak jó adottságai, a legújabb trendekhez illeszkedő, megfelelő szolgáltatás kínálata, és hiába van tisztában azzal is, hogy kiket szeretne megszólítani, ha ezek az információk nem jutnak el a potenciális célcsoportokhoz. Így tanulmányunkban kitérünk a marketingeszköztárra is, különös hangsúlyt fektetve a digitális megoldásokra, és az itt tapasztalható tendenciákra. Példákat mutatunk be a modern honlapelrendezésre, az ezen a területen várható változásokra, a marketing eszközök új elemeire, mint amilyen például az influencer marketing is.

A tanulmány végén kapott helyet a tervezett költségvetés, amely egy-egy fejlesztés hozzávetőleges, a rendelkezésre álló információk alapján kalkulált forrásigényét tartalmazza.

A mellékletek részletes betekintést engednek a kutatási anyagokba, amelyek további elemzéseket tesznek lehetővé.

2. Bevezetés, vizsgált desztináció bemutatása

A tanulmány célja a térség **turisztikai** szolgáltatóinak **digitalizációs felmérése**, a **honlapjaik** struktúrájának, a **közösségi média** aktivitásoknak, illetve a **főbb turisztikai** -információs és/vagy foglalási - **oldalakon** való **megjelenésüknek** vizsgálata, **elemzése és értékelése**. A tanulmány részét képező szolgáltatók körében végzett kvantitatív kutatás - kérdőíves megkérdezés és kvalitatív fázis, amikor is mélyinterjúk segítségével, vizsgáltuk az egyes **szolgáltatók felkészültségét**, a megjelenés hatékonyságát, informativitását, felhasználóbarát kialakítását, különös tekintettel az **online foglalható** szolgáltatásokra, illetve a **családbarát** szolgáltatások digitális megjelenésére, promóciójára.

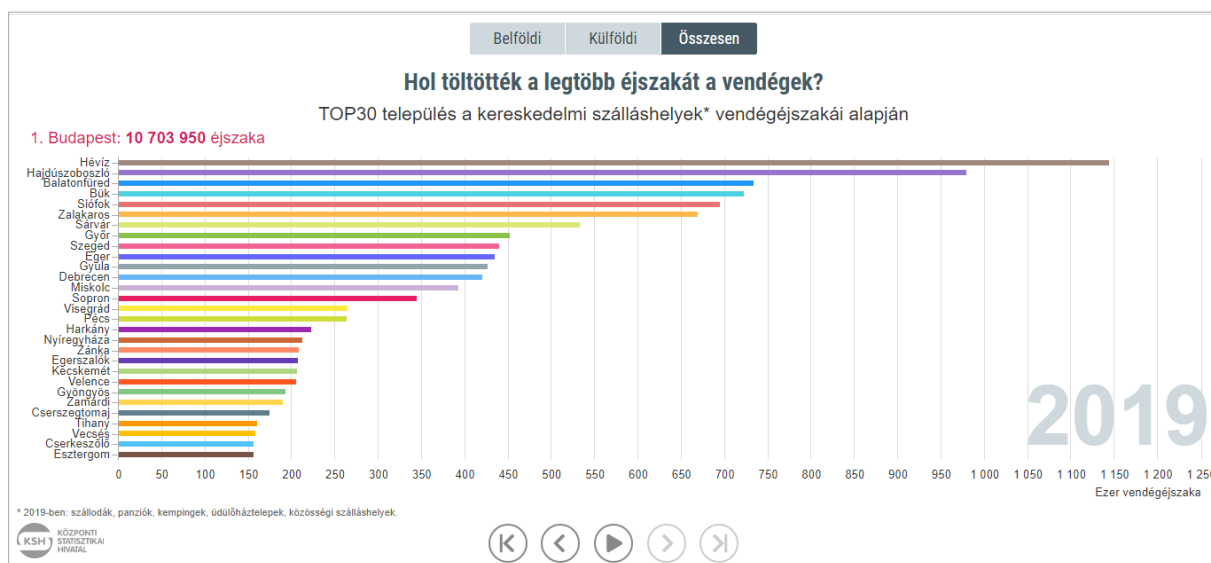
A 2016. évi CLVI törvény alapján a térségek jelentik országunk turizmusának fő fejlesztési céljait. Jelenleg öt kiemelt turisztikai térség van az országban, ebbe tartozik Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség. A térség fejlesztését a „Sopron-Fertő kiemelt turisztikai térség meghatározásáról és a térségben megvalósítandó egyes fejlesztések megvalósításához szükséges források biztosításáról” szóló 1862/2016. (XII. 27.) határozat írta elő. A turisztikai térség a 429/2016. (XII. 15.) Kormányhatározat alapján az alábbi településeket foglalja magába: Sopron, Fertőboz, Fertőd, Fertőhomok, Fertőrákos, Fertőszéplak, Hegykő, Hidegség, Sarród, Fertőújlak, Fertőszentmiklós, Nagycenk, Rőjtökmuzsaj, Sopronhorpács, Zsira, Bük, illetve a Fertő-Hanság Nemzeti Park területe.

A Sopron-Fertő turisztikai térség kitűnő adottságokkal rendelkezik, azonban pontszerűen elhelyezkedő helyszínei, területei és élménykínálata jelenleg még nem kapcsolódott össze egységes kínálattá. Jelenleg is zajló és jövőbeli fejlesztések eredményeként várható a markáns térségi márka kialakítása, melynek részeként egyrészt az ezt támogató egységes arculat, másrészt az eddig jellemzően külön helyszínenként értékesített terület komplex pozicionálása is megtörténik. A térség egyedülálló természeti és épített látnivalói, sajátos kulturális és történelmi öröksége, az ezekre épülő turizmuságak kitűnő alapot szolgáltatnak a hazai és külföldi célcsoportok körében versenyképes és attraktív kínálat kialakítására és értékesítésére, a turisztikai relevanciájú integrált stratégiák megvalósítása emellett azt is lehetővé teszi, hogy a jelenleg legnagyobb vonzerőt képviselő területek mellett a kistelepülések attrakciói is láthatóvá váljanak a térségbe érkező turisták számára.

A jelenlegi turisztikai kínálat bőségesen szolgáltató kiindulópontot a jövőbeli fejlesztések megvalósításához, melyek a turizmus számos ágához kapcsolódnak. Sopron, a „húság városa” ma jellemzően történelmi és kulturális örökségével, valamint az egészségturisztikai szolgáltatásaival hívja fel magára a figyelmet, kifejezetten az orvosi és szépségipari kínálatán keresztül. A térség kiemelkedően teljesít gyógyvizeivel az egészségturizmus palettáján is, melynek legfontosabb képviselői Bükfürdő, Hegykő és Balf, előbbiek közül Bük mind a kül- és belföldi, Hegykő pedig elsősorban a külföldi vendégek körében kedvelt országos összehasonlításban. Nem szabad megfeledkezni a világörökségi címet viselő Fertő-tó hazai szakaszának látnivalóiról, illetve ezeknek és a kapcsolódó szolgáltatásoknak a jövőbeli fejlesztéséről sem, amelyek a vízparti élmények és kerékpáros turizmus további erősítésére, a szabadidős és vízisportok kínálatának kialakítására illetve a természeti környezet eddigieknél markánsabb bemutatására és élménykínálattá való alakítására fókuszálnak, kiegészülve a Fertő-táj kistelepülési attrakcióinak bemutatásával. A térség jelenlegi identitásában fontos elemként jelennek meg a történelmi és kulturális örökség helyszínei (Sopron, Nagycenk, Fertőd), földrajzi adottságainak és hagyományainak köszönhetően pedig a bor- és gasztroturizmus is.

A KSH elemzése, illetve a Magyar Turisztikai Ügynökség 2019-es adatai alapján, az országos listán az összes vendégforgalmat tekintve a legnépszerűbb úti célok rangsorában 2,5 %-os vendégéjszaka szám csökkenés mellett is ötödik helyen szerepel Bük nagyjából 723 ezer vendégéjszaka számmal, míg Sopron a tizenötödik legnépszerűbb hazai úti cél több mint 315 ezer vendégéjszaka számmal. Az országos összesített adatok alapján a 2018-as évhez képest 0,8%-os emelkedés volt tapasztalható a

vendégéjszakák számában, számuk megközelítette a 31,3 milliót 2019-ben. Sopron viszont – bár a rangsorbeli helyét megőrizte, - 9 %-os csökkenéssel zárta a tavalyi évet.



Vendégéjszakák számának alakulása 2019-ben a kereskedelmi szálláshelyeken, forrás: KSH

A beföldi vendégeket tekintve Bük a továbbra is a tizedik helyet foglalja el a rangsorban. 2018-ban 6,5 százalékkal többen látogatták, mint 2017-ben, 2019-ben sem változott jelentősen a vendégéjszakák száma, minimális csökkenéssel megismételve az előző évi eredményt. Sopron a belföldi vendégéjszakák sorában két helyet rontva korábbi helyezését, a 13. legkedveltebb desztinációnak számít hazánkban, amely 11%-os csökkenéssel közel 267 000 eltöltött éjszakát jelentett 2019-ben.

Bük évek óta őrzi bronzérmes helyét az országos listán a külföldi vendégéjszakák számát illetően a főváros és Hévíz mögött, maga mögé utasítva többek között Hajdúszoboszlót, Sárospatakot, Balatonfüredet. 2019-ben közel 416 000 éjszakát töltöttek el a külföldi vendégek Bükön, ami 4 %-os forgalomcsökkenést jelent a megelőző évhez képest. Sopron a külföldiek által a 17. leglátogatottabb település országunkban, több mint 82 ezer eltöltött vendégéjszakával, ami 3 %-os növekedést jelent a 2018-as év eredményeihez képest, míg ezen a listán már megjelenik Hegykő is, ahol több mint 92 ezer vendégéjszakát töltöttek el külföldi turisták, ezzel 3 %-os növekedést és a ranglistán egy helyes javítás után a 14. pozíciót eredményezve a településnek.

Összességében elmondható, hogy vendégforgalmat tekintve kiemelendő települések Bük, Sopron, illetve Hegykő, ezen a három településen realizálódik a vendégforgalom döntő része. Ez valószínűleg annak is betudható, hogy a legtöbb szálloda Sopronban, illetve Bükfürdőn található, illetve az egészségturizmushoz kapcsolódóan két jelentős település van a térségben: Bük, illetve Hegykő. A térségi vendéglátóhelyekből a legtöbb Sopronban és Bükön található. A termelői borkimérés tekintetében pedig Sopron a vezető település a térségben.

3. Trendek, jó gyakorlatok

a. Turisztikai trendek

Tanulmányunk ezen fejezetében áttekintjük általánosságban a turisztikai szegmens keresleti-, majd kínálati trendjeit, melynek szükségességét az indokolja, hogy a digitális trendek nem választhatók el élesen az általános trendektől, mivel előbbieket között akad nem egy olyan, amelyet az általános trendekre adandó válasz generálta. Jó példa erre a sharing economy manapság már szinte a teljes

gazdaságot átszövő tendenciája, vagy éppen a más iparágakból érkező szereplők megjelenése, ami abból fakad, hogy elmosódnak a különböző gazdasági szektorok közötti határvonalak, stb.

Számos piaci szereplőt hamis biztonságérzetben ringathatja az a tény, hogy évről évre növekvő számú vendég látogatja, javul kihasználtsága, vagy éppen a tartózkodási idő emelkedik. Betudhatja ezt sikeres marketingjének, annak, hogy korábbi fejlesztési beértek, érzékelheti úgy, hogy versenytársaihoz képest jobb pozícióban van, vagy, hogy lépést tart az új innovációkkal. Ha nem tekint a „kerítésen túlra” akkor olyan válaszokat adhat, mint amilyent primer kutatásunkban is több vállalkozó adott pl.: „nincs szükségem online jelenlétre, mert a vendégek megtalálnak, vagy nem hiszek a digitalizációban, inkább a szájreklámban”, stb.

Az igazság az, hogy az elmúlt évtizedben robbanásszerű növekedés zajlott le a hazai-, és a nemzetközi turizmusban is, melynek előnyeit szinte minden szereplő élvezhette. Ez a növekvő tendencia, a pandémiás helyzet okozta sokkot követően minden valószínűség szerint folytatódni fog, hisz a turizmus az egyik legdinamikusabban fejlődő iparággá vált, mely nemcsak a gazdasági mutatókkal mérhető, hanem minőségi változásokban is. Azonban a verseny erősödik mind országon belül, mind az országok között, az általánosságban is megfigyelhető turisztikai trendek hatást gyakorolnak az utazási szokásokra, ezen keresztül pedig ugyanúgy a turisztika digitalizációjára is.

Ilyenek például az új küldőterületek megjelenése, vagy az olcsó fapados légitársaságok számának növekedése, a kialakulóban lévő modern, mobil életstílus. Sajnos azonban nem csak pozitív externáliák befolyásolják a szektor alakulását, ilyen például az éghajlat változás, az egyre gyakoribbá váló terrorcselekmények, a határok visszaállítása, vagy az életünket jelenleg meghatározó vírushelyzet.

Ezen tendenciák ismerete nélkülözhetetlen a megfelelő pozicionáláshoz és akár az online, vagy offline térben történő helyes kommunikációhoz, a megfelelő eszközök kiválasztásához. Ugyanígy hatással bír a szolgáltatási struktúrára is, hiszen például a mobil és modern életstílus kiköveteli a potenciális fogyasztók megszólításának új csatornáit elsősorban a maximális mobilitást biztosító digitális eszközök révén.

A turizmus az a terület, mely a tradicionális tudásra és tapasztalatra építve ötvözi az új megoldásokat, napjaink turbulens változásait azonban korlátozott mértékben képes befogadni. Nyilvánvaló, hogy a nagyobb tőke erejű cégek, a koncentrációt és piaci erőt mutató szervezetek tudnak leginkább az új viszonyokhoz alkalmazkodni. Az alkalmazkodás a merev struktúrákban ragadt kisebb turisztikai vállalkozók körében meglehetősen nehezen valósul meg, ezt saját primer kutatásaink is alátámasztják a Sopron-Fertőtérsgében. Elég azt kiemelni, hogy nagy részük küzd a minőségi munkaerő hiányával, a fogyasztók változó preferenciáival. A gazdasági környezet is állandóan újdonságokkal szolgál, elég csak az olyan új üzleti megoldásokra gondolni, amelyek alapjaiban rengették meg a területet.

Kiemelhető a sharing economy, aminek kapcsán akár maga a vevő ad kínálatot, a vevők kapcsolódnak össze újszerű módon. Ez az új, az internet terjedésével elérhetővé vált megosztásos kínálat megingatta a szállásadókat, sok esetben a közlekedési megoldásokat eddig birtokló cégeket, bár a kialakult sokk hatása az évtized végére jelentősen gyengült, de a járvány újból felerősítette az ellentétet, a tradicionális és az új szereplők között – pl.: Airbnb – olyannyira, hogy kormányzati beavatkozása is sor került a piaci verseny tisztítása érdekében.

Nehezen kezeli a turizmus azt is, mint sok más terület, hogy szektoron kívüli versenytársakkal kell szembenézni, más iparágakból érkeznek a konkurensok, főképp erős technológiai háttérrel, mint például az Amazon, Uber, Google. A digitális innováció ellovasai kifejlesztett technológiáikkal igyekeznek minél szélesebb körben profitot realizálni. Versenytársat jelent ezen felül maga a vevő, aki okos eszközei, a közösségi média és az internet segítségével sokkal szélesebb körű tájékozottságra tett szert, mint korábban bármikor. Ily módon kell egy gyorsan változó versenytársi környezetben a ma még mindig inkább hagyományosan gondolkodó, és kisebb üzemméretű, kkv-szektorba tartozó turizmus-vállalkozásoknak alkalmazkodniuk, miközben a hazánkban a kkv-k csupán fele aktív digitálisan. Minden második vállalkozásnak van saját honlapja, és közel minden harmadik cég marketingtevékenység nélkül próbál életben maradni, ezen általános trendhez képest, a Sopron-Fertőtérsga még lehangolóbb képet mutat.

Változnak a fogyasztói csoportok is, olyan új generációk jelentek meg vásárlóként, akik számára a digitális kultúra természetes, döntési magatartásuk jelentős mértékben az online elérhető

információkon alapul. Nem csupán az információszerzésben új a generációk magatartása, hanem abban is, hogy aktívan értékelik a megtapasztalt szolgáltatások színvonalát, így közvetlen kontroll alá kerülnek a turisztikai vállalkozások és azok munkatársai. Ez a fajta, laikusok által működtetett véleményvezetés, a kritika, sőt akár bojkott, szokatlan és sok esetben feldolgozhatatlan a vállalkozók számára. Az is gondot okoz, hogy az eddigi árképzési, üzletvezetési gyakorlatot is végig kell gondolni, hiszen sokkal transzparenssebbé váltak a kínálat elemei, mint a korábbi időszakban. Az új magatartások, az új elvárások ugyanúgy megjelennek az idősebbek esetében, bár az kétségtelen, hogy a fiatalok reagálása a leginkább látványos, főképp a gyorsulás irányába ható trendeknél.

Tanulmányunk egyik alaphipotézise, hogy az emberek a turizmustermékek igénybevételéről hozott döntéseiket is életstílusuknak megfelelően hozzák meg, így azt feltételezzük, hogy a döntéshozatal az élettempó és az értékorientáció alapján a legjobb vizsgálni. Ezzel azt a kérdést helyezzük fókuszba, hogy adott döntéseinél az adott ember meghatározó mértékben akar-e gyors, vagy éppen lassú lenni. Olyan lehetőségeket keres-e inkább, hogy azokkal regenerálódjon, relaxálódjon, új dolgokat tanuljon, kiszakadjon a mindennapjaiból, gyökeresen más környezetbe kerüljön, időt adva annak, hogy ne csak a felületen, hanem lényegileg érintsék meg az új élmények. Azt is tudnunk kell, hogy mit jelent az, amikor a fogyasztó gyors akar lenni, amikor azt preferálja, hogy minél egyszerűbben, minél kevesebb idő alatt, minél hatékonyabban jusson új benyomásokhoz. Ha ezeket a ritmusbeli, élettempóbeli különbségeket érzékeljük, akkor talán azt is megtudjuk, hogy milyen típusú vendégeink vannak, melyek a vágyaik, amelyek az adott szolgáltatáshoz vezették.

3.1 A kereslet elvárásai a turizmusban

Valamennyi domináns iparághoz hasonlóan a turisztikai piac keresleti oldala is folyamatos változásokon megy keresztül. Alapvető különbség a korábbi jellemzőkhöz képest, hogy az utazók egyre tapasztaltabbak. Ez nagyrészt a közösségi média és a fejlett információs technológia hozadéka. Egyes kutatások kimutatták, hogy a fogyasztói döntések mintegy 75%-ában komoly szerepe van az interneten, social média felületeken történő információgyűjtésnek.

Ez a trend pedig nagy valószínűséggel erősödni fog, hisz az előrejelzések szerint 2025-re a világ turistáinak felét az Y generáció alkotja majd. Az életkor mellett a technológia használata is befolyással van az érdeklődés mennyiségére és minőségére. Ha csak az előző évtizedet vizsgáljuk, akkor elmondható, hogy az online foglalások száma az ötszörösére emelkedett, továbbá egyre többen intézik foglalásukat okostelefonjaik segítségével. Azok közül, akik szabadidős céllal utaznak okostelefonjukat használva, minden második bejelentkezett egy adott helyről, és majd kétharmaduk osztott meg képet úticéljáról.

Ezek a számok folyamatosan növekednek. A fiatalok mellett viszont a szenior korosztály is egyre nagyobb részt birtokol az összes keresletből, hisz a Föld népességére jellemző az öregedés. Az orvostudomány fejlődésével és az egészségtudatos szemlélet terjedése által a 60 év feletti lakosság egyre inkább ki tudja élvezni a kevesebb munkával töltött éveit, megtakarításaikat pedig szívesen fordítják bel- és külföldi utazásra egyaránt.

A vásárlást befolyásoló tényezők, mint bármely más szegmensben, ebben az esetben is összetettek. Ezek közül néhány szerepe felértékelődött a most zajló változások eredményeként:

- Ilyen például a biztonságérzet, mely a terrorcselekmények hatására alapvető érv lett az utazni vágyók nagy részénél.
- Részben az éghajlat változásának hatására a mediterrán térség útjai iránti kereslet nem növekszik.
- Egyre népszerűbbek a különböző városlátogatások.
- Higiéniai körülmények.

A társadalmi, kulturális és környezeti befolyásolóktól függetlenül elmondható, hogy összességében képesek és hajlandók az emberek többet költeni kikapcsolódásra, ha az kielégíti az élményszerzésre vonatkozó szükségleteiket.

3.2 A turisztikai kínálat

A turizmus az az ágazat amelyik talán leginkább ki van téve a globális- és főként a klímaváltozás hatásainak. A kínálati oldalon folyó versenyben új tényezőként jelenik meg az ezen következményekhez való gyors és hatékony alkalmazkodás képessége.

Elsőként említhetjük a főként szabadtéri programokra építő szereplőket, akiknek számolniuk kell az éghajlat módosulásával, ezáltal akár az addig vonzó ajánlatok keresletének csökkenésével. Szintén számolni kell átmeneti, ám ismétlődő visszaeséssel azon területeken, ahol az utóbbi évek egyes hónapjaiban rendszeresen heves viharok, akár természeti katasztrófa veszélye volt jellemző. Itt várhatóan a többi időszakban koncentrálnak a forgalom növelésére, új stratégia segítségével igyekeznek vonzóbbá tenni a desztinációt. A nemzetközi turistaérkezéseket vizsgálva látható, hogy még korábban nagyjából 15 országra koncentrált a nemzetközi idegenforgalom, addig ez a szám mára megközelíti a 100-at. A versenybe megjelentek ázsiai, dél-amerikai, közép-és kelet európai, közel-keleti és afrikai desztinációk is. Az új koncepciók jellemzően két pillérre épülnek. Az egyik a növekvő fogyasztói élménykeresés szükségletének kielégítése, a másik pedig a fenntarthatóság melletti elköteleződés.

Digitalizációs szempontból kiemelendő, hogy míg korábban arra fókuszáltak a szálláshelyek, hogy minél egyszerűbben, gyorsabban megtalálhatók legyenek a világhálón, ma ez már alapelvárnak tekinthető. Fontosabb lett, hogy kínálatukat az érdeklődők minél inkább magukra tudják formálni, akár néhány kattintással, illetve, hogy olyan komplex szolgáltatást kapjanak mely maximális élményt nyújt számukra anélkül, hogy hetekig, vagy hónapokig kellett volna maguknak szervezni. Ehhez igazodva jelent meg valamennyi hotel honlapján például a különböző csomagajánlatok egész sora, melyek a „többet kevesebbért” elv alkalmazásával vonzóbbnak tűnnek az érdeklődők számára. A már szinte társadalmi elvárassá fejlődő környezettudatosság, fenntarthatóság hangsúlyozása bevett marketingfogás lett az iparágban. Külön online felületeket hoznak létre arra a célra, hogy a hasonló „hitvallású” szállást kínálókat összegyűjtsék a kifejezetten erre keresők számára.

Ilyen oldal a „www.bookitgreen.com” is, ahol a felsorolt 15 fenntarthatósági kritériumból legalább 4-nek meg kell felelni egy szálláshelynek ahhoz, hogy itt megjelenhessen. Ezek között a feltételek között olyanok szerepelnek, mint:

- energiatakarékos világítás,
- öko tisztítószer használata,
- tudatos hulladékkezelés,
- tömegközlekedéssel való megközelíthetőség.

A koncepció sikerét jól mutatja, hogy Európa szerte a legkülönbözőbb desztinációk közül válogathatnak a környezettudatos utazni vágyók. Kontinensünkön is túlmutat azonban ez a trend, New York-tól a Maldív-szigetekig találkozhatunk a „fenntartható” jelzővel hirdetett szállodákkal, melyek:

- helyi- és bio élelmiszereket kínálnak fel vendégeiknek,
- jellemzően újrahasznosított és természetes anyagokat használtak az építkezéshez, berendezéshez.

Általánosságban elmondható, hogy ennek a megkülönböztető stratégiának, és a mögötte rejlő társadalmi elvárásnak köszönhetően nem az alsó árkategóriába tartoznak ezek a szálláshelyek a piacon. Hasznuk viszont kétségtelen, hisz a hatalmas léptekkel fejlődő iparágon keresztül rengeteg fogyasztót érhetnek el küldetésük jelentőségének hangsúlyozásával.

A fenntarthatóság mellett azonban az utazók modern technológia iránti szükségletét is ki kell elégíteni a piac résztvevőinek. Keresleti oldalról fentebb már említést tettünk a mobiltelefonok, különböző online felületek jelentőségéről, annak folyamatos növekedéséről. Ezzel kétségtelenül lépést kell tartania azoknak, akik sikeresek szeretnének maradni hosszútávon ebben az iparágban.

A minél részletesebb és egyszerűbb információ átadás egyik példája az NFC (Near Field Communication – rövid hatótávú kommunikációs szabványgyűjtemény) térhódítása az idegenforgalomban.

Minimális felhasználói tudásigény mellett olyan lehetőségeket kínál ez a technika, mint például az interaktív kiállítások. Ezt a Museum of London valósította meg a Nokiával karöltve, ahol a látogatók mobiltelefonjuk segítségével digitális formában mindent megtudhatnak az őket érdeklő kiállított darabokról. Az NFC matricákat beolvasva kitárul az eszköztár, a kapcsolódó képi-, videó-, hanganyagokon át a letölthető háttérképekig és természetesen azonnal egy közösség részévé válhatunk a különböző social media csatornák által.

Egy másik példa az alkalmazásra pedig a stockholmi Clarion Hotel tesztüzeme volt, melynek során 8 hónapig 28 törzsvendég kulcs nélkül vehette igénybe a szállodai szobákat, a kapcsolódó szolgáltatásokat. Ehhez mindössze az NFC képes telefonjukra volt szükség, melyre a recepció elküldte részükre az adott szobához tartozó mobilkulcs-alkalmazást. Már a bejelentkezéssel járó sorbaállás és adminisztráció elkerülése miatt is sikert aratott az újdonság.

Más nagy nemzetközi hotelláncok már alkalmaznak hasonló technológiát, a Hilton néhány egységében például rádiófrekvenciás azonosítással párosítja az érkezők mobilkészülékeit.

A turizmus tekintetében, legyen szó a keresletről, vagy a kínálati oldalról megállapíthatjuk, hogy párhuzamos fejlődés tapasztalható a társadalmi és technológiai trendekkel. Az egyre erősödő tudatosság mellett prioritást élveznek a fenntarthatóság, a felfedezés utáni vágy, a modern technika nyújtotta lehetőségek és kényelem iránti elvárások, a mindezekre egyre növekvő hatást gyakorló tényezőket jól foglalta össze Piskóti István, Innovációvezérelt desztinációmá케팅 – trendek és teendők című értekezésében:

1. A közösségi média használata előtérbe kerül az utazási piacokon (Facebook, Pinterest, Twitter, Weibo stb.).
2. A mobil platformok és applikációk alapvető tájékozási, kapcsolati felületté válnak a turisták számára.
3. Az utazók egyre inkább a személyre szóló, személyre szabott utazási élményt keresik.
4. A smart/okos technológiák új lehetőségeket teremtenek az új, innovatív szolgáltatások, folyamatok számára.
5. Az utasok több információt, a személyes ráhatás, ellenőrzés lehetőségét, ellenőrzést, interakciót, és személyre szabottságot keresnek.
6. A geotargetálás, a földrajzi alapú célzás, üzeneteljuttatás és a helymeghatározások alkalmazása egyre inkább elterjed.
7. A desztinációk márkaidentitása egyre kritikusabb szemponttá válik az utazást tervezők észlelt értékeinek és élményeinek a kielégítése során.
8. Az utasok egyre inkább keresik azt az utazási élményt, mely lehetővé teszi, hogy megtapasztalják a helyi, autentikus életmódot.
9. A technológia egyre inkább lehetővé teszi a vevők gyors döntéshozatalát, ezáltal növelve az üzleti lehetőségeket, kihívásokat.
10. A turisták egyre inkább törekszenek a turisztikai termékek online, kényelmes megrendelésére.
11. A szálláshelyi adók egyre inkább kiszolgáltatottak a különböző politikai elképzeléseknek, projekteknek
12. A BIG DATA, az alapos, rendszerezett kutatás és adatelemzés a turizmus számára is fontos, elengedhetetlenné válik.
13. A desztináció-márkák az utazási döntések egyre fontosabb tényezőivé váltak.
14. A kormányok egyre erősebb nyomás alatt vannak, hogy csökkentsék vagy akár megszüntessék a turizmus szektor direkt pénzügyi támogatásait.

15. A rövid időtartamú utak, a mini-vakációk egyre népszerűbbek.
16. A desztinációkra vonatkozó tartalmakat különböző külső információszolgáltatók nyújtják, összegzik.
17. A közvetlen, személyes vevői befolyás irányítja a vásárlói döntéseket.
18. A kormányok a turizmus integrált, több területre kiterjedő szemléletével (beavatkozásaikkal) a gazdasági növekedésre koncentrálnak.
19. A vevők egyre inkább közvetlenül fordulnak a terméket, szolgáltatást kínálókhöz.
20. A gazdasági feltételek továbbra is nagyon bizonytalanok, a globális és regionális válságok miatt

3.3 Influencerek a turizmusban

Az influencerek olyan közösségi média platformokon jelen lévő emberek, akik jelentős követőbázissal rendelkeznek és képesek befolyásolni követőik vásárlási döntéseit, szokásait. Fő megjelenési felületeik az Instagram, illetve a YouTube. Tradicionálisan az influencerek hírességek, celebek voltak, ám ez kör mára kibővült az ún. „lány a szomszédból” típusú tartalomgyártókkal, akik azáltal, hogy hétköznapi emberek, sokkal hitelesebbek a fogyasztók szemében. Ők azok, akik olyan különleges viszony kialakítására képesek a közönségükkel, mintha barátaik lennének, ezáltal sokkal hitelesebbek. Ezt főként azzal érik el, hogy a szponzorált tartalmak mellett rengeteg személyes pillanatot osztanak meg, a követőik betekinthetnek a magánéletükbe, így, mint közeli ismerős tekintenek rájuk.

Egy-egy influencer népszerűségét a közösségi média profilokon a követőinek száma mutatja. Ez alapján megkülönböztetünk nano (1.000 – 10.000 követő), mikro (10.000 – 50.000 követő), makro (50.000 – 100.000 követő), illetve mega (100.000 követő felett) influencereket. Azonban nem minden esetben csak a követők száma mutatja az influencer sikerességét, azok elkötelezettsége a véleményvezér iránt sokkal fontosabb lehet, ugyanis a kevesebb követővel rendelkező influencereknél nagyobb mértékű lehet a hűség és az elkötelezettség, mivel úgy érzik, hogy részesei egy kisebb, szorosabb közösségnek, így a megosztott tartalmakat is sokkal közelebb érzik magukhoz, nagyobb bizalommal fogadják őket.

Egyre több vállalat kezdett a hagyományos promóciós tevékenységek mellett nagyobb hangsúlyt fektetni a közösségi médiában való jelenlétre. A fogyasztókat azonban elárasztják ezen felületeken az adatok és információk. Ebben a hatalmas kommunikációs zajban kiválasztják azokat, akiket hiteles információforrásnak tartanak. A márkák, vállalatok nem feltétlenül tartoznak ebbe a kategóriába, hiszen a saját terméküket nyilvánvalóan pozitív fényben tűntetik fel. Éppen ezért már nem közvetlenül a fogyasztót kell befolyásolni, hanem azokat, akik a fogyasztókra hatással lehetnek, azaz az influencereket. Az ő posztjaik, mint személyes történetek és vélemények rendkívül felértékelődtek az interneten. Akár egy pozitív, akár egy negatív visszajelzés a közösségi médiában elég ahhoz, hogy megváltoztassa a közönség nézőpontját egy turisztikai célállomástól, vagy ahhoz kapcsolódó termékről.

Influencerek alkalmazása marketingkampányokban mind hazai, mind nemzetközi szinten rendkívül elterjedté vált az elmúlt években. Mondhatni az influencer marketing a legújabb globális trend a közösségi médiában. Ennek fő oka, hogy a fiatalabb korosztályt rendkívül nehéz elérni a hagyományos marketing eszközök segítségével, a vállalatoknak más platformokhoz kell fordulniuk. Ez az új trend a turizmusmarketingben is érezteti hatását, ugyanis átalakultak az utazási szokások, korcsoport-változások történtek: egyre több Z-generációs fiatal utazik és őket más eszközökkel lehet elérni. Hozzájuk az út a közösségi médián keresztül, ezen belül is főként az influencer marketingen keresztül vezet.

Hogy segíthet egy travel influencer egy turisztikai helyszín fellendítésében? Lényegében főként az adott vállalattal kapcsolatos Instagram posztok, YouTube videók megosztásával, blogbejegyzések írásával. Ezáltal a fogyasztók az egyes turisztikai helyszíneket az általuk követett és kedvelt személyhez kapcsolják és szívesebben látogatnak el oda. E három felület közül is egyre inkább az Instagramra helyeződik át a fő hangsúly, hiszen itt fogyaszthatók leggyorsabban a tartalmak, szinte pár másodperc

alatt, ami a mai rohanó világban kulcsfontosságúvá vált. Emellett az Instagram felhasználói kultúrájába könnyebben beilleszthetők a turisztikai témájú képek, videók.

A térségnek, turisztikai látványosságnak tehát össze kell kapcsolódnia egy-egy kampány erejéig az általa kiválasztott influencerral vagy influencerekkel. Ez egy hagyományos hirdetéshez képest alacsony marketing költséget jelenthet, hiszen pénzbeli juttatás helyett egyéb alternatívákat is lehet ajánlani a tartalmakért: például felajánlhatja a vállalat, hogy egy hétvégét eltölthet az influencer másodmagával a hotelben, vagy páros belépőt ajánlhat fel neki az adott nevezetességhez.

Ha valóban forgalmat szeretnénk generálni influencer marketinggel fontos megvizsgálni az influencer online felületeit, akivel együtt szeretnénk dolgozni, hogy bele illik-e profilunkba, hasonló értékeket képvisel-e, mint mi. A minőségi tartalom az egyik legfontosabb szempont, hiszen az együttműködés keretén belül ő lesz az, aki képviseli az adott helyet, a követők pedig össze fogják kapcsolni a véleményvezér személyiségét a turisztikai célponttal: amennyiben az influencer szimpatikus számukra, a hely is az lesz.

Úgy, mint a hagyományos marketing stratégiánál a célközönség pontos ismereti itt is kulcsfontosságú. Tartalomgyártókon keresztül ugyanis rendkívül célzottan lehet fogyasztókat elérni. Éppen ezért érdemes piackutatást is végezni arról, vajon választott influencer a követői érdekeltek-e számunkra. Fontos megjegyezni, hogy az influencer marketing önmagában nem egy komplett marketing stratégia, inkább annak kiegészítése, hiszen forgalmat terel a vállalat weboldalára, közösségi média felületeire. Az influencer által közzétett közösségi média posztok ugyanis általában nem informatívak, hanem képi világgal gyönyörködtetnek. Míg régen a fotók a szöveg mellett, mint illusztráció szerepeltek, mára ez megváltozott: a fotónak akkor is tájékoztató jellegűnek kell lennie, ha a fogyasztó arra már nem szán időt, hogy elolvassa a leírást. A bővebb tájékoztatást továbbra is a weboldal nyújtja, így arra is érdemes nagy hangsúlyt fektetni.

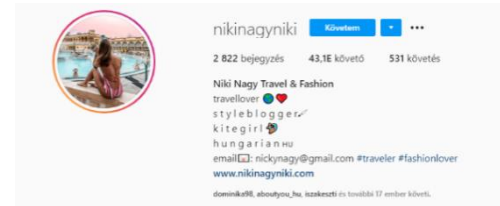
Tartalmat tekintve az együttműködés turisztikai helyszín és influencer között lehet bemutató videó, melyben az influencer egy fotóval, illetve rövid posztban bemutatja a látványosságot, esetleg saját utazós vlog videót készít az adott helyszínen. Nagy forgalmat tud generálni az is, mikor egy szálloda úgy működik együtt egy-egy influencerral, hogy az kap egy személyre szabott kuponkódot (pl. 20% kedvezmény), amelyet megoszt a követőivel és ők egy adott intervallumon belül fel tudják használni azt. Egy másik népszerű együttműködés típus a nyereményjáték, mely során például 3 napos wellness hétvégét, ingyen páros belépőt lehet nyerni egy adott poszt megosztásával, az alatt való kommenteléssel, ismerősök poszt alatti megjelölésével. Ezzel kihasználhatják a cégek az influencerek mellett az online szájreklám adta lehetőségeket is, tehát a tartalom terjesztésével hatnak a célcsoport viselkedésére.

A keresőoptimalizálás szempontjából a #hashtag-ek igen fontos tényezők. Segítik az embereknek, hogy ráleljenek további hasonló tartalmakra az adott témakörben. Hasonlóan működik a helymeghatározás is, ezért nagyon fontos, hogy a szponzorált posztok tartalmazzák ezeket.

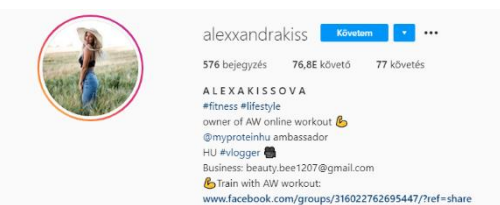
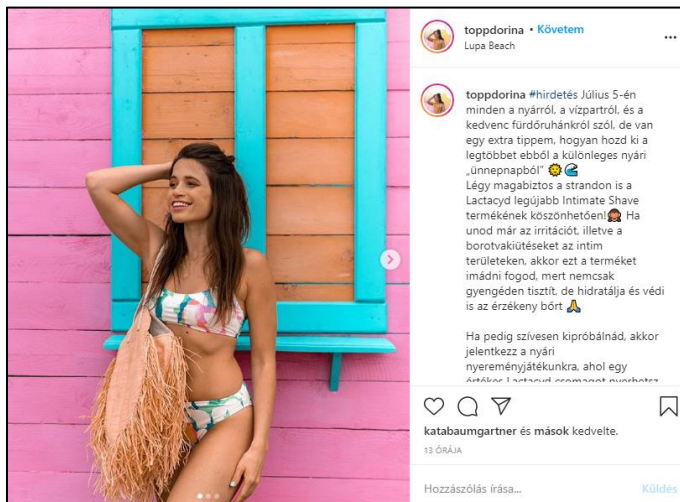
Összességében láthatjuk, hogy a XXI. században a közösségi média, illetve az influencerek kiemelkedő szerepét ki kell használni a turizmus területén is, hiszen így célzottan tudnak elérni a vállalatok egyes célcsoportokat, főként a fiatalabb korosztályt, amellett, hogy ez a hagyományos hirdetéshez képest költséghatékony módszer lehet. Sajnos ennek ellenére még viszonylag kevés turisztikai helyszín használja ki a modern világ adta ezen lehetőségeit.

Magyar példák influencerek és turisztikai célpont együttműködésekre - INSTAGRAM

📍 Erdei Kisház Noszvaj

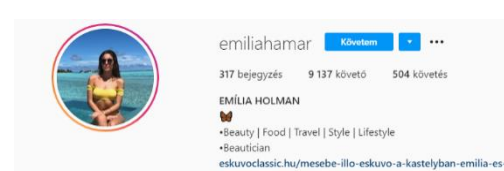
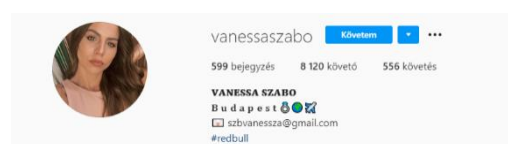


📍 Lupa Beach

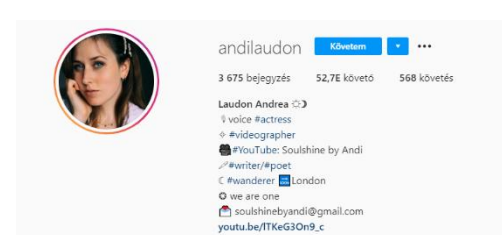
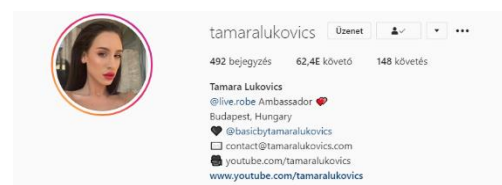




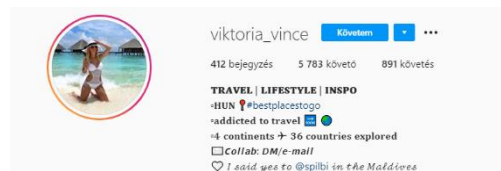
Laposa Birtok



 Hotel Aura Balatonfüred



📍 Kőröshegyi Levendulás



YOUTUBE

Sziget Fesztivál



S01E154: a LEGJOBB kaják a SZIGETEN 2017

306 654 megtekintés • 2017. aug. 11.

4,2 E 150 MEGOSZTÁS MENTÉS ...



Magyarósi Csaba
325 E feliratkozó

FELIRATKOZÁS



SZIGET előkészületek és egy kis buli | Lina

46 171 megtekintés • 2018. aug. 15.

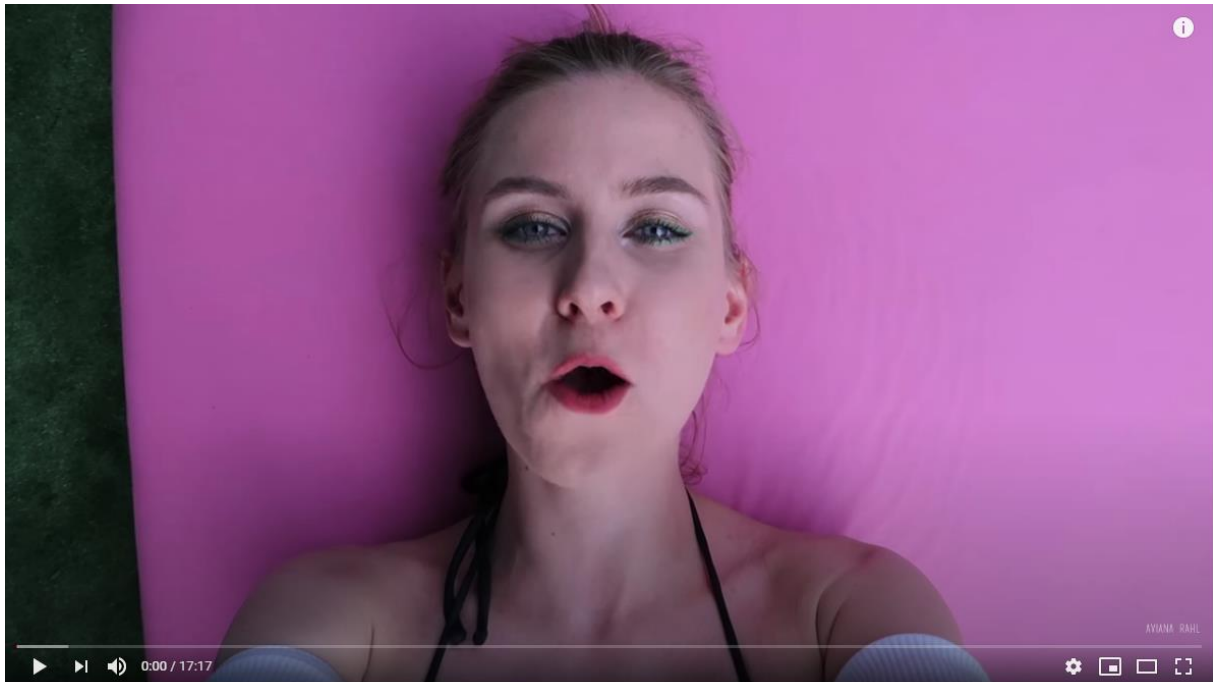
1,6 E 39 MEGOSZTÁS MENTÉS ...



Lina és Panni
134 E feliratkozó

FELIRATKOZVA

Balaton Sound Fesztivál



ILYEN A BALATON SOUND NAGYSZÍNPAD BACKSTAGE | AvianaRahl

74 691 megtekintés • 2017. júl. 18.

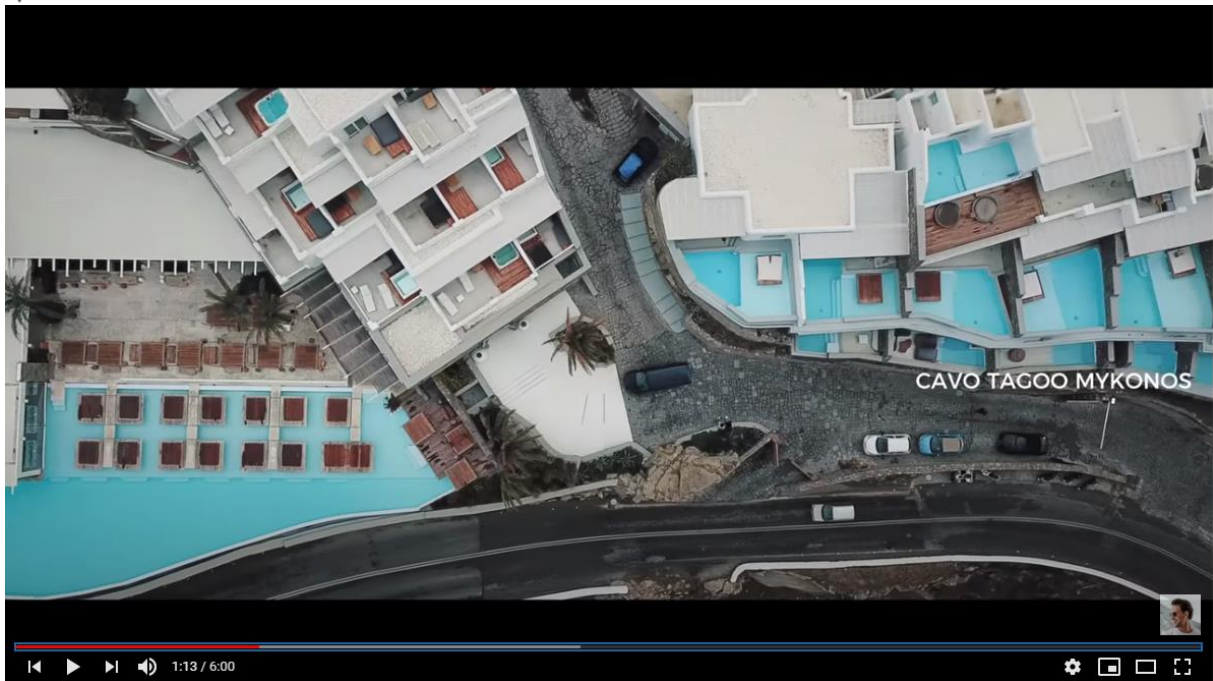
2,3 E 111 MEGOSZTÁS MENTÉS ...



AvianaRahl
169 E feliratkozó

FELIRATKOZVA

Cavo Tagoo Mykonos Hotel



AZ 1 MILLIÓ FORINTOS HOTELSZOBA

82 136 megtekintés • 2018. szept. 30.

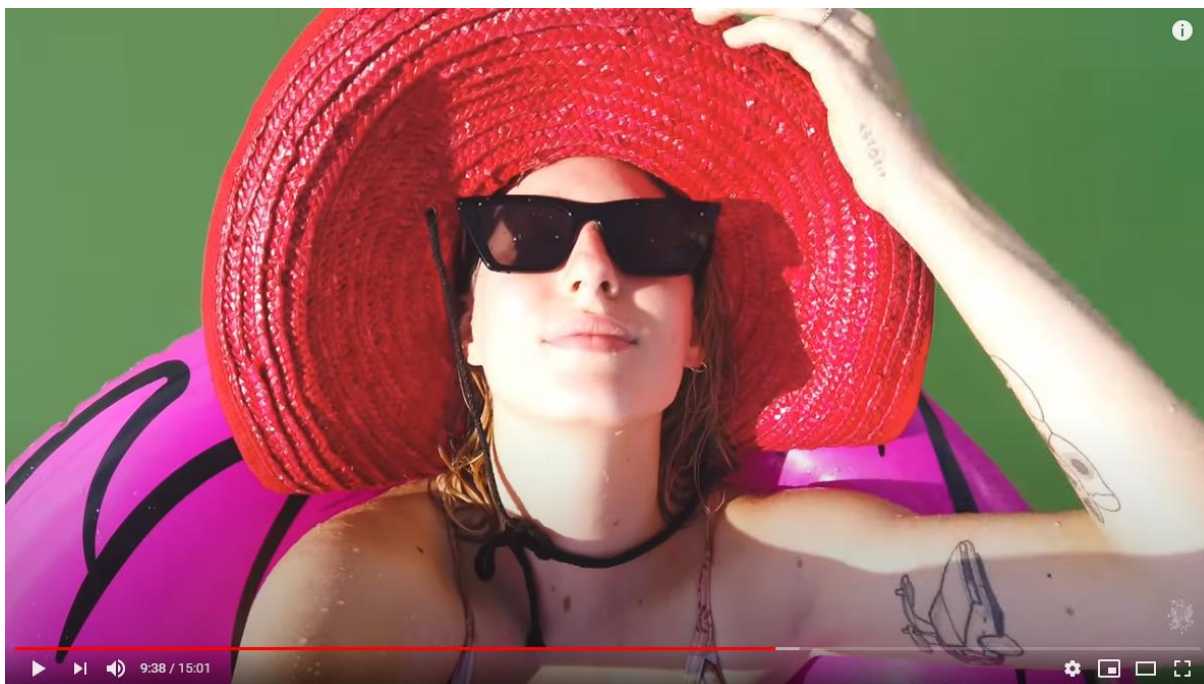
4,1 E 74 MEGOSZTÁS MENTÉS ...



Henry Kettner
199 E feliratkozó

FELIRATKOZVA

📍 **Sierra együttműködés keretén belül balatoni vitorlázás**



La Familia vitorlázni megy!

37 234 megtekintés • 2019. aug. 15.

👍 1,5 E 🗨️ 26 ➦ MEGOSZTÁS 📌 MENTÉS ...



Hédinke

139 E feliratkozó

FELIRATKOZVA



📍 **Nivea együttműködés keretében időtöltés a Budakeszi Arborétumban**



36 óra INTERNET NÉLKÜL EGY ERDEI LUXUS FAHÁZBAN

163 715 megtekintés • 2019. júl. 6.

👍 5,8 E 🗨️ 165 ➦ MEGOSZTÁS 📌 MENTÉS ...



AvianaRahl

169 E feliratkozó

FELIRATKOZVA



3.4 Digitális trendek

A sikeres digitális turisztikai fejlesztésekhez elengedhetetlen a digitalizáció terén meghatározó trendek, fejlesztések ismerete. Első helyen ide kívánczik a manapság kettős megítélés alá eső, ám az info kommunikációban, hatalmas potenciállal kecsegtető 5G. 2018-as megjelenését követően egyre több 5G alkalmazás válik mindennapjaink részévé, és stabilan beköltöznek a mobiljainkra.

Bár sokan még idegenkednek a chatbotok használatától, vagy éppen ismerkednek vele, addig kevés olyan sikeres cég lesz a 2020-as években, aki ne használná a kommunikációjában. A chatbot egy olyan program, amely a MI, azaz mesterséges intelligencia segítségével kommunikál az emberekkel, előre megírt parancssorok alapján. A chatbotok egyre jobban utánozzák az emberi kommunikációt, és jóval emberibb külsőt és belsőt fognak képviselni, a kérdés már csak az, hogy az emberibb, vajon mennyire fogja megközelíteni a valós emberi mértéket. A beszélgetésre épített botokat nem lesz bonyolult használni, valószínűleg megbízhatóan és gyorsan fognak működni. A feltételek adottak, most már csak a vállalkozásokon múlik, hogy milyen gyorsan alkalmazkodnak a chatre épülő világ új kihívásaihoz. A turisztikában alkalmazhatóságuk egyértelműen látszik, azok számára, akik nem érzik relevanciáját, érdemes rávilágítani több fontos tendenciára és tényezőre, amelyeket részben érintettünk már az általános turisztikai trendeknél is. A vendégek megszólítása, irányítása, kiszolgálása az online térben, 0-24 órában a chatbotokkal egyszerűen és gazdaságosan megvalósítható. Ezzel az amúgy is szűkösen rendelkezésre álló élőmunka kiváltható, másrészt pedig az érintés mentes vendégkezelés is könnyebben megvalósítható. Az ehhez szükséges technológiai háttér egy átlagos online felkészültséggel rendelkező vállalkozásnál adott, ugyanakkor nem szabad arról sem elfeledkezni, hogy ezen alkalmazás összekapcsolása további digitális vendégkezelő szoftverekkel és okos eszközökkel elengedhetetlen a megfelelő vendégélmény biztosításához, valamint ahhoz, hogy a vendégkezelési folyamat végig zökkenőmentes és transzparens lehessen. Külön előnye az így kialakított vendégkezelésnek, hogy a kínált szolgáltatások, szolgáltatáscsomagok sokkal egyszerűbben személyre szabhatók, és a vendégpreferenciák, jellemzők egyszerűbben tárolhatók, elemezhetők. Ezzel el is érkeztünk a következő fontos tendenciához.

Az adat mindenhatóságát már nem kell bizonygatni, de tárolása és elemzése mind nehezebb feladat. Ahhoz, hogy a cégek megfelelő döntéseket tudjanak hozni számos területen (alkalmazottak, termékek, szolgáltatások, stratégia stb.), elengedhetetlen az adatok ismerete/birtoklása. Érdemes elgondolkodni azon a tényen, hogy a világon lévő adatok 90%-át az elmúlt egy év során hoztuk létre, és hatékonyan csupán csak 1%-át használjuk. Ez a százalék növekszik majd az elkövetkező egy-két évben 3-4%-ra.

Az is általános trend, hogy szinte mindenünket felhőkből fogjuk tárolni. Az már szinte biztos, hogy a világ többi változásaihoz hasonlóan ez a terület is gyorsabb tempóra kapcsol, vagyis tovább gyorsul a felhőalapú számítástechnika terjedése. A vállalkozások egyre több felhőszolgáltatást és platformot fognak használni. Itt a biztonság lesz a sarkalatos kérdés. A vállalkozásoknak ehhez kapcsolódóan persze arra szintre kell eljutni, hogy megfelelő adatokkal rendelkezzenek, képesek legyen gyűjteni azokat. A turisztikában, mint tradicionális iparágban, ahol sok a kis szereplő ez, különösen az ő körükben még gyerekcipőben jár. De az új belépők legyen azok kicsik, vagy nagyok már ezen digitális trendet meglovagolva építik fel működési struktúrájukat. Ahhoz, hogy egy turisztikai szereplő, vagy térség képes legyen hosszú távon is versenyképes maradni, tisztában kell lennie azzal, hogy a világ vezető „játékosai” a turizmusban e téren hol tartanak. Tanulmányunkban éppen ezért be fogjuk mutatni, hogy milyen digitális megoldásokat alkalmaznak a legjobb innovátorok a turisztikában, amik mögött az adatok megfelelő tárolása, elemzése és az azokból nyert információk felhasználása áll. Gyorsan változó világunkban, nem lehet olyan turisztikai vállalkozás hosszú távon sikeres, mely nincs tisztában ezekkel a modern megoldásokkal. Óriási hiba részükről legyinteni, és elintézni az egészet azzal: „mi ettől túl messze vagyunk, vagy ez még távoli dolog, stb”. Ne feledjük, hogy ami ma a csúcstechnika és extraként még eladható, az holnap a mindennapjaink része, és beépül a fogyasztói alapelvárásokba, holnapután pedig már akár avittnak is számíthat. Az adatkezelés ezen túl a már sokszor említett biztonságról is szól.

A biztonság terén előremutató, ám sok vállalkozó által rettegett szó, a GDPR. Be fog gyűrűzik a tengeren túlra is, illetve kezdjük a hatásait egyre komolyabban venni. Közel 1000 amerikai hírportál nem elérhető Európában a nem megfelelő GDPR kompatibilitás miatt. Ennek a számnak a javítására fognak ráállni a cégek az elkövetkező években, hiszen a látogatók egyre tudatosabban fogják kezelni az adataikat és azt is elvárják, hogy a cégek megfelelően kezeljék. Döntő tényező lesz a vásárlási döntéseikben. Ez az olyan iparágakban, mint a turisztika magától értetődő kihívások elé állítja majd a vállalkozásokat, hiszen a vendégek csak akkor lesznek hajlandók megosztani bármilyen információt a szolgáltatókkal, ha adataikat biztonságban érzik. A vendégek ismeretének hiánya lényegében ellehetetleníti adott turisztikai szereplőt, így ezt semmiképpen sem hagyhatják figyelmen kívül az iparágban tevékenykedők. A jó hír, hogy számos cég kínál már megoldást erre a kihívásra, a feladat, a megfelelő minőségű szolgáltatást megtalálni, és az ezzel kapcsolatos költségeket kigazdálkodni. A másik lehetőség az önképzés, és a jogszabályi keretrendszer teljes ismerete. A bizalom kialakítása nélkülözhetetlen egy olyan iparágban, ahol közvetlen a kapcsolat a vevővel. Éppen ezért izgalmas terület a következő digitális trend.

A „bitcoin örületről” az is hallott, aki nem számítástechnikai, vagy befektetési szakember. Az elmúlt évtized egyik kiemelkedő pénzügyi sikere, és ha nem is bukása, de jelentős vagyont vesztesége is a kriptovaluta névéhez kapcsolódik. Sokkal izgalmasabb lehetőségeket rejt a működését biztosító mögöttes technológia, a blockchain. Ez a jelenleg még nagyon ködös kifejezés elkezd tisztulni, és 1-2 éven belül a nagyobb vállalkozások 25%-a blockchain-szolgáltatásokat fog majd alkalmazni a digitális bizalom megalapozására. A blockchain egy algoritmus és a hozzá tartozó elosztott adatstruktúra, amivel egymással kapcsolatban lévő emberek elektronikus pénzt tudnak kezelni, bárminemű központosított adminisztráció nélkül. A blokklánc valójában egy mechanizmus, amellyel mindenkit az elszámoltathatóság legmagasabb fokára emelünk. Nincs több elfelejtett utalás, emberi vagy gépi hiba vagy átváltás, amely a résztvevő felek beleegyezése nélkül történik. A megfelelően és biztonságosan működő, automatizált rendszerek alapfeltételei lesznek a fogyasztók megszólításának és kiszolgálásának. A digitális trendek ugyanakkor nem csak a mögöttes folyamatokban és az online térben jelentkeznek.

AR vagy, VR? Amíg a virtuális valóság nagyon fancy dolog, a várakozások szerint közel sem használják majd annyira, mint az AR-t, vagyis a kiterjesztett valóságot. Nem úgy, mint az IoT, vagyis a dolgok internete. Az 'Internet of Things', vagy rövidítve 'IoT' magyarul a 'dolgok (tárgyak) internete', mellyel a mindennapjainkban használt eszközök (például háztartási gépek, autók, mérőórák stb.), az interneten keresztül nem csak elérhetőek, de képesek egymással is kommunikálni. Folyamatosan egyre több eszközünk kapcsolódik egymáshoz és csatlakozik felhőbe. Ezek száma tovább nő a következő években.

Előtérbe kerülnek a fogyasztó centrikus IT szolgáltatások. Úgy mond "a la carte" IT szolgáltatások lesznek, hogy egyénre szabottan elégítsék ki az igényeket. Ez lehetővé teszi a skálázhatóságot, a legújabb technológiát, rövidebb beszerzési ciklusokat és fokozott agilitást.

Összességében látható, hogy a digitális trendek főként a HR, az IT és a marketing területek sajátja. De egy cégnél a vezetőknek is fel kell ismerniük ennek globális jelentőségét. Mivel annyi területet átszelnek a digitális átalakulások, talán a ők is nagyobb prioritásként fogják kezelni a cégükönél való szükségességet, elismerve a megváltozott kultúrák kritikus jellegét, valamint az alkalmazottak átképzését, különféle skilllek fejlesztését és az agilitás-tanulásnak az jelentőségét az adatok minél hatékonyabb felhasználásában.

3.5 Új technológiák, a közösségi média, mobilmarketing és a különböző smart megoldások (pl. IoT, Internet of Things)

Ezen technológiák a turisztikai élmény szinte tökéletes testreszabását teszik lehetővé, miközben akár a desztinációk fenntartható menedzsmentjét, és a helyiek bevonását is támogatják. Mindez ugyanakkor számos kihívást tartogat: ilyenek lehetnek a technológia adaptációjának nehézségei, a szabályozási környezet által támasztott korlátok vagy éppen a fogyasztói oldal befogadóképessége. Napjainkban a Web 2.0, a különböző okos megoldások (Internet of Things), és az okostelefonok révén a turisták meglehetősen változatos kommunikációs eszközökkel érhetők el, melyek alkalmazása kulcskérdés egy vállalkozás, vagy turisztikai térség számára. A különböző felhőalapú szolgáltatások, adatmegosztás, valamint gyűjtés, továbbá a "Big Data" lehetőségei az online tevékenységek elemzéséhez, és mindezen összefüggések értelmezéséhez szintén elengedhetetlen a SOPRON-FERTŐ-ben is.

Célszerű, hogy a digitális fejlesztések stratégiai szemléletben valósuljanak meg, választ adva nem csak a jelen, hanem a jövő vendégeinek, és az itt élők elvárásaira is. Nem kerülhető meg a desztináció okosítása.

„Egy turisztikai térség okosnak mondható, ha a fenntartható gazdasági növekedés és a magas életminőség az emberi tőkebefektetés, valamint a kormányzati részvétel és az infrastruktúra megfelelő szintje által valósul meg, melyek mind támogatják az információ megfelelő terjesztését az egész régióban. Mindez három fő pilléren alapul:

- humán tőke;
- infrastruktúra/infostruktúra;
- információ;
-

Az okos desztinációk úgy definiálhatók, mint olyan helyek, "amelyek korszerű technológiai infrastruktúrán alapulnak, garantálják a turisztikai területek fenntartható fejlődését, elősegítik a látogatói interakciót a saját környezetükkel, növelik az élmény minőségét a desztinációban, és javítják a lakosok életminőségét. Fogyasztói szemszögből nézve egy desztináció okos, ha intenzíven használja a technológiai infrastruktúrát annak érdekében, hogy javítsa a látogatók turisztikai élményét, a személyre szabott és a helyi és idegenforgalmi szolgáltatások, valamint a desztináción elérhető termékek által. Itt emelnénk ki egy különleges tárgykört, a felhasználó által létrehozott tartalmat, mint a digitális turizmus dinamikusan növekvő területét. A felhasználó által generált tartalom egy turisztikai vállalkozás, térség számára nagy jelentőségű erőforrás, mivel a "Big Data" adatelemzés eszközein keresztül mindez elősegíti a turisztikai élmény létrehozását az első kézből származó vélemények és ajánlások segítségével. Ez a tartalom jóval több, mint egy kép megosztása a pihenés során. A közösségi média, valamint az okostelefon-alkalmazások használata általi információgyűjtés és megosztás az utazás előtt, és különösen az utazás során képezik azokat a lényegi információkat, melyekkel megismerhetők pontosan a fogyasztói igények, hiszen a látogató saját maga ízlésének megfelelő csomagot állít így lényegében össze.

Ezek a változások - az úgynevezett előrelátó utazó életre hívása - számos kihívást jelentenek a desztinációk számára. A térség turisztikai szereplőinek fel kell ismerniük a kreatív lehetőségeket a turisták aktív részvételének megteremtésében.

Az új technológiák integrálását akként javasoljuk megvalósítani a térségben, hogy már az utazási döntést képes legyen élményszerűvé változtatni. Ez az ún. a co-creation az utazás tervezésének korai szakaszában, valamint az ott tartózkodás alatt, és a hazaérkezést követően a következőképpen jelenhet meg a vélemények és az emlékek megosztásával:

Utazás előtt: A lényeg a virtuális co-creation. A közösségi média platformok segítenek elsőként kezelni a virtuális információkat és a multimédiás tartalmat a konkrét célpontról. A technológia lehetővé teszi

olyan alkalmazások biztosítását, ahol a turisták személyre szabott ajánlatokkal is megtervezhetik útjukat.

Utazás közben - helyszínen: Helyszíni információ nyújtását biztosító mobil alkalmazások. "SoCoMo marketing koncepciót (a 'Big Data' kutatáson és a vásárlókkal történő azonnali információmegosztáson alapul: a közösségi médiát (So) és a kontextus-alapú marketingstratégiát (Co) a mobil eszközökön (Mo) arra használják, hogy dinamikusan alakítsák ki a turisták élményét". Az eszköz előnye, hogy személyre szabott, valós idejű ajánlatot készít a személy közösségi médiatevékenységéből nyert információk alapján a tényleges szükségleteinek és a tényleges helyzetének (pl. időjárás, szezon, nyitvatartási idő) megfelelően.

A mobil alkalmazás a kiterjesztett valóságot is jelenti, mellyel a látogatók elégedettsége is növelhető. Az úgynevezett "játékszerűvé tétel", a játék-design elemeket biztosító alkalmazás bevezetésével tovább javítható a városnézés vagy a vidéki kirándulás élménye a játék izgalma által, a térség valódi értékei mentén.

A digitális technológia kapcsolati pontjaira az alábbi területeken teszünk javaslatot:

- látnivalók - kiterjesztett valóság, amely extra élményeket nyújt a városnézés során;
- kényelmi szolgáltatások - komplex szállodai alkalmazás a könnyű foglaláshoz, szállodákba történő bejelentkezéshez/kijelentkezéshez;
- hozzáférhetőség – jármű nyomkövető rendszer; tevékenységek - GPS követés mobil alkalmazással,
- csomagolás - online utazási közvetítő mobil alkalmazásán keresztül történő dinamikus csomagolás;
- kiegészítő szolgáltatások - mobil platform a fejlesztési javaslatokra, problémák panaszaira;

Utazás után: A desztináció elhagyása után kifejezetten törekedni kell a vélemény és az emlékezés megosztása a közösségi médián és az ajánlórendszereken keresztül. A nagy turisztikai portálok közül az SOPRON-FERTŐ-ben is jól ismert, és használt a Tripadvisor. Például az által készített áttekintések hatalmas hatással lehetnek a potenciális turisták foglalási viselkedésére.

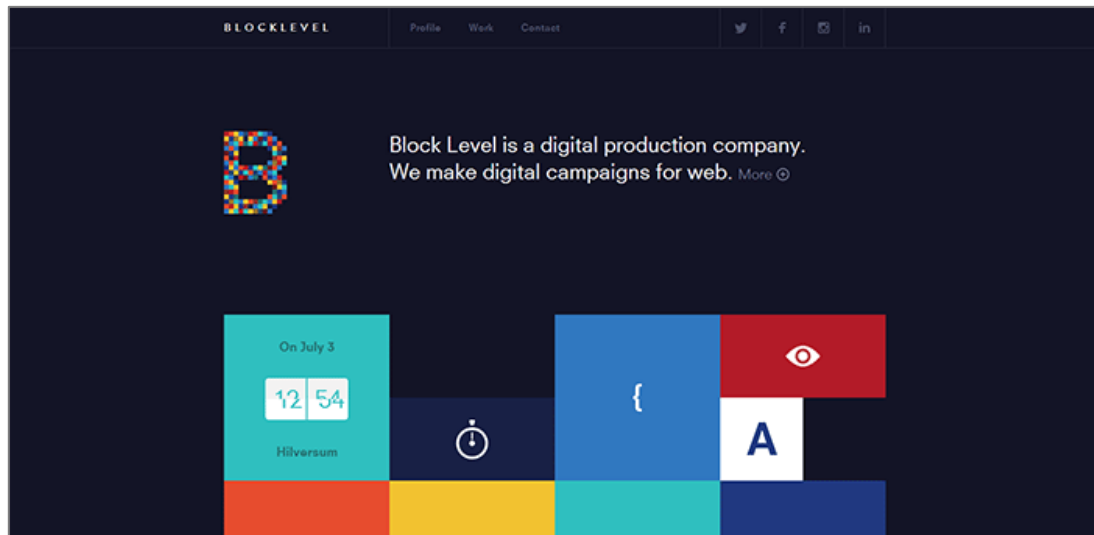
3.6 Honlap trendek

A 2000-es években felgyorsult a digitális megjelenések fejlődése, nem csak azok számossága, hanem minősége és megjelenése is jelentős átalakuláson ment keresztül. Mégis mik azok az elemek, trendek, melyek 2020-as években várhatóan meghatározzák majd, hogy milyen is egy jó weboldal. Nos, az alapelemek már feltűntek, és annak, akinek jó szeme van, már olvasni is tud a designokból.

A weboldal design trendeket vizsgálva fontos szem előtt tartani, hogy akkor választunk jól, ha egyrészt azokat követjük, akik a trendeket már bő egy évtizede diktálják, másrészt pedig ha a design elemek beilleszthetők a cégünk imázsába és a célcsoportunkat lenyűgözzük vele, akkor mindenképpen érdemes lépni. Nem szabad elfeledkezni a webergonómiai szabályról:

Az emberek idejük 99%-át mások weboldalainak böngészésével töltik, így a túlságosan extravagáns megoldások nem lenyűgözők, inkább zavarók lehetnek a számukra. Már jelenlévő és várható trendeket Újvári Mária, Modern weboldal design 2020 és 2021 cikkében, a <https://www.sikermarketing.hu/modern-weboldal-design-2020-es-2021/> oldalon foglalja össze, az alábbiak szerint.

A design-nal foglalkozó webes szakemberek a dinamikus színátmeneteknek, a gradienseknek jósolnak fellendülést, ami egyúttal az úgynevezett „flat design” háttérbe szorulását is eredményezheti. A „flat design”, amely egy minimalista, nagyon letisztult, alapszíneket és grafikát használó design, néhány évvel ezelőtt jött divatba. A Windows, az Apple és a Google designok leginkább ezt a trendet követik, amivel legfőbb céljuk az egyszerűség és a könnyű használhatóság.



A homogén, matt hatású, már-már alapszíneket felváltják a feltűnő, telített, élénk színek és a színátmenet. Mindez nemcsak nagy felületeken, de a gombok színében, keretében is látható lesz, illetve akár ikonok körvonalában is.



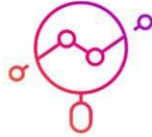
OUR BESPOKE WEBSITES

INCLUDE THE FOLLOWING



MOBILE OPTIMISED

Every website we develop works seamlessly on mobile & tablets, ensuring excellent mobile performance utilising responsive web design via CSS/JS technology. This establishes an optimal viewing experience across all devices, fully engaging both your desktop & mobile customers.



SEO OPTIMISED

As part of our website development process, our London based SEO team will perform onsite optimisation to ensure that your website is ranking for the right keywords, and employ best practices for user experience – positioning your site to generate enquiries and sales. Post-launch, we also offer a bespoke SEO strategy so you know what steps to take next.

[READ MORE](#)

[READ MORE](#)

[READ MORE](#)

[READ MORE](#)

Az animációk, beúszások, felúszások már régóta részei a webes életünknek. A jóslatok szerint megmarad a parallax (vagyis a gördítésre fixen maradó háttér), és az oldalváltások is animációk segítségével történnek majd a trendi oldalakon. Szintén menő design elemnek számít majd az egérmozgásra reagáló kép vagy kirajzolódó grafika.

Fontos, hogy ezek a design elemek csak akkor kerüljenek egy weboldalba, ha a gyors betöltődést ez nem akadályozza – hovatovább maga az animáció is csak gördítésre induljon el (úgynevezett lazy load módon).

A képernyő felosztása asszimmetrikusan már eddig sem volt ismeretlen a designerek előtt, de a trend mostmár a ferdén átmenő sáv is lesz.

bluefrontier

HOME COMPANY SERVICES OUR WORK LATEST CONTACT 02382 354 320

From web design and mobile apps, through to digital marketing, IT and software. Blue Frontier is a leading UK digital agency located in Salisbury & Southampton.








DESIGN

Website Design
Graphic Design
Joomla
WordPress



DEVELOPMENT SERVICES

Using a wide range of tools our development team develop websites, e-commerce, web portals, and mobile apps that are easy to use and maintain.



DIGITAL MARKETING

Our digital marketing experts specialise in SEO, PPC, social media, graphic design, branding and copywriting.

Search Engine Optimisation
Pay Per Click Advertising
Social Media Management
Content Marketing

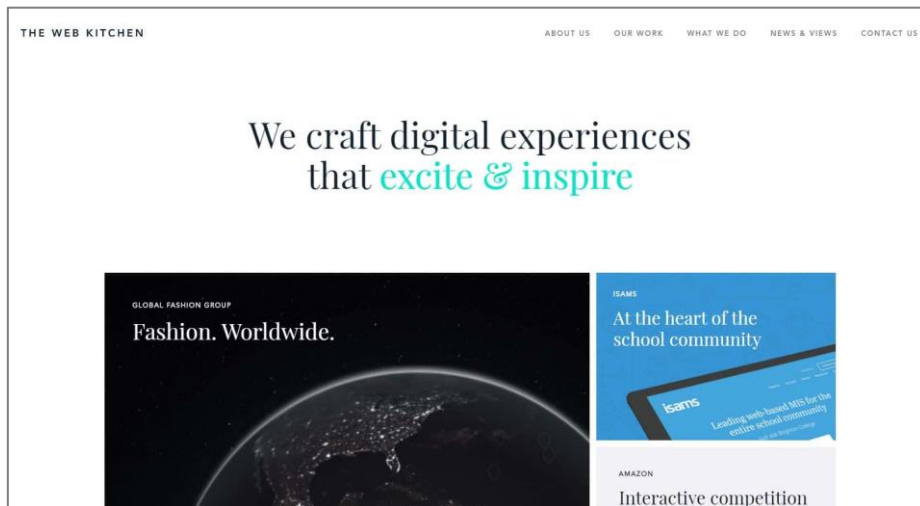


TECHNICAL

Our IT specialists and engineers share their knowledge and assistance to support and train clients, as well as hosting and maintenance.

Megfigyelhető, hogy a branding érdekes módon háttérbe szorulni látszik. A logók mérete csökken, szinte alig tűnik ki a menüsorból. A menüsor pedig sok helyen az asztali verziónál is eltűnik, és helyét a mobilverzióról ismert hamburger menü váltja fel.

A szöveges elemeknél jellemző a nagyméretű betű, betűmozgás. Röviden ezzel összegezhető a tipográfiai jellegzetesség, ami a nagy címsorokat illeti. A tervezett fehér felület – cserébe a hatalmas címekért és a szemkápráztató nagy flekkékért – megnyugtatóan nagyra nő. A betűtípusokat illetően a Sans Serif túlsúlya látszik, de akad a tömegből kiemelkedő Serif is.

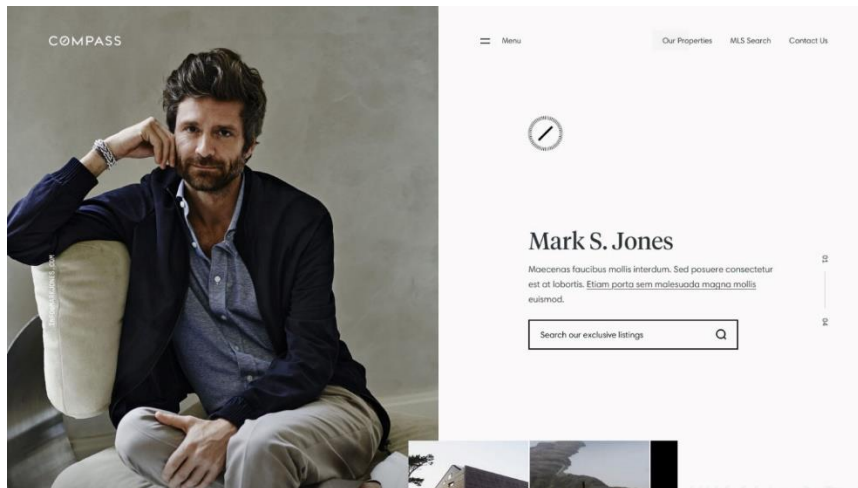


Kézi rajz

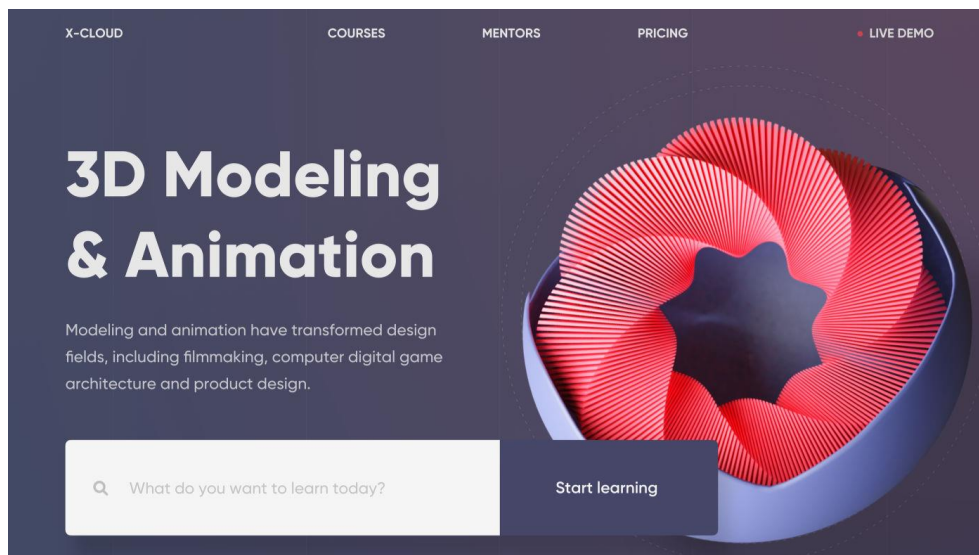
A trendek a kézi rajz előtérbe kerülését is valószínűsítik. Ez nem meglepő, hiszen a nagy tömegből semmi sem ütközik ki jobban, mint az egyedi kézi rajz.

A mobilhasználat és a hang alapú kereséssel párhuzamosan a webmestereknek képessé kell tenni majd oldalait arra, hogy a weboldalra beépített belső kereső hangalapú keresésként is tudjon funkcionálni.

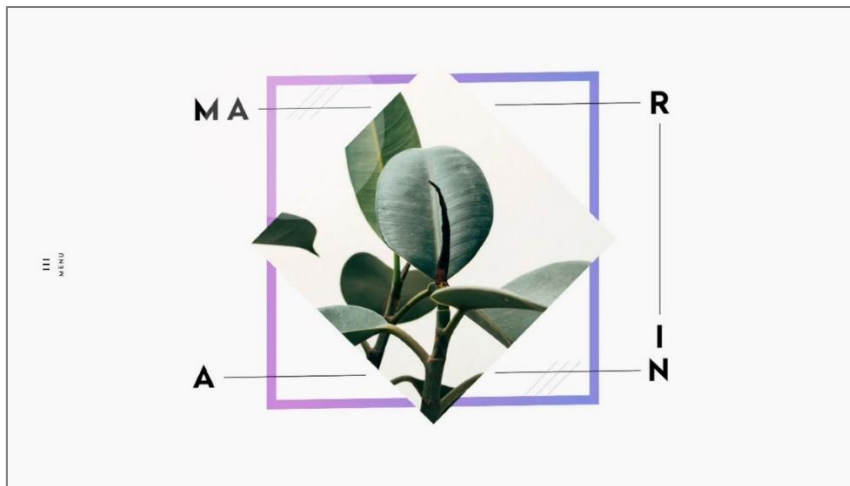
Az osztott képernyős design fejlődése a rezponzív webdesign-nak köszönhető, hiszen a célja, hogy az egyre szélesebb monitorokon minél jobban ki tudja használni a webdesigner a rendelkezésre álló területet. Ezt a célt szolgálja az osztott képernyős design előretörése, ami abszolút a 2020-as webdesign trendek között szerepel.



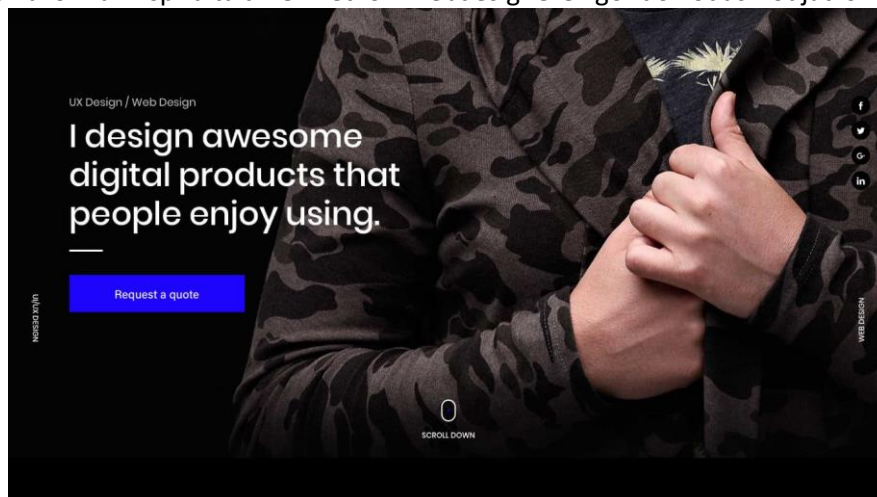
A VR és a technológia fejlődésének köszönhetően a 3D elemek száma emelkedni fog a modern weboldalak felületein. Az emberek szeretik a látványos 3D elemeket és a látvány miatt tovább maradnak a weblapon.



Szintén a legújabb webtrendek között szerepel a fotók és a grafikai elemek, illusztrációk mixelése. Ez a friss koncepció segíthet egyediséget vinni az unalmas felületekbe és segíthet a márka üzenetének átadásában, kreatív módon.



A fekete vagy sötét tónusú weboldalak méltatlanul el voltak hanyagolva az elmúlt években. Az Apple pörgette fel a Dark mode népszerűségét az operációs rendszereinek megjelenésével, és ez természetesen azonnal inspirálta a nemzetközi webdesignerek gondolkodásmódját is.



A fentiekkel szemben a webáruházak design trendje megmarad az egyszerűség, a gyorsaság, a könnyű használhatóság szintjén. Ennek oka, hogy a felhasználó számára minél rövidebb utat kell biztosítani a termék és közte, felesleges animációktól, image elemektől és figyelemelterelő, vibráló színektől mentesen. A vevő nem azt várja, hogy lenyűgözzék: ő a termékre kíváncsi, vagyis a lenyűgözést a termékfotóknak kell megtenniük.

A következő fontos terület a reszponzivitás, vagyis mobileszközökre is optimalizált weboldaltervezés. Ez már 6-7 éve nem trendi, hanem kötelező elvárás, mégsincs minden weboldal mobilra optimalizálva. A reszponzív webdesign olyan követelmény, amely mellett egyetlen designer sem mehet el, hiszen a netes böngészésnek világszinten már a fele mobileszközről történik. Vagyis aki nem mobil, az lassan nem is létezik. Ez a trend pedig folytatódik, ami azt valószínűsíti, hogy azok a design-ok kerülnek majd előtérbe, amelyek átmennek a Google mobil használhatósági tesztjén – de legalábbis mutatószámok és jól használhatóak lesznek okostelefon képernyőjén.

A fentiekből is jól látszik, hogy a 2020-as évtized elejének weboldalai egyre szebbek és letisztultabbak lesznek és ennek köszönhetően egyre nagyobb szakértelemre lesz szükség a megalkotásukhoz.

3.7 AR, VR példák a világból

A következőken bemutatunk számos nagyszerű példát ezen eszköztár tekintetében a világból.

Helyszíni megoldások:

1. Virtuális múzeumok

A teljes múzeumot áthelyezzük digitális térbe. A célplatform lehet web (WebGL), VR (HTC Vive) , Youtube, Facebook, vagy telefonos applikáció is Store-okba.

<https://www.youtube.com/watch?v=ckKzI7SB0UI>

2. Képes tárlatvezetés:

A festményeket/képeket alakítjuk át digital 3D térré, így magában az alkotásban sétálhatunk és ugorhatunk a következőre. Célplatform: WebGL, VR, mobilapplikáció, Youtube, Facebook:

<https://www.youtube.com/watch?v=CxRAKIAuUVk>

<https://www.youtube.com/watch?v=y1bd4PAFjFQ>

https://www.youtube.com/watch?v=BxUI9Tbq01s&feature=emb_logo

<https://www.youtube.com/watch?v=aKBdsjJxlyQ>

3. Otthoni megoldások:

Kiterjesztett valóság applikáció otthonra:

AR-ben modellezzük és animáljuk az élővilágot, amit otthonról is bármikor megtekinthetünk a saját szobánkban. Célplatform lehet mobiltelefon, HoloLens.

<https://www.youtube.com/watch?v=5X7w77EwNU0>

4. Kevert valóság tárlatok:

Mint a Pick, AR és VR. Egy portal, vagy a bejáratot a környezetünkben tesszük le, azon áthaladva átérünk a virtuális részbe. Célplatform: Mobilapp Store-okba.

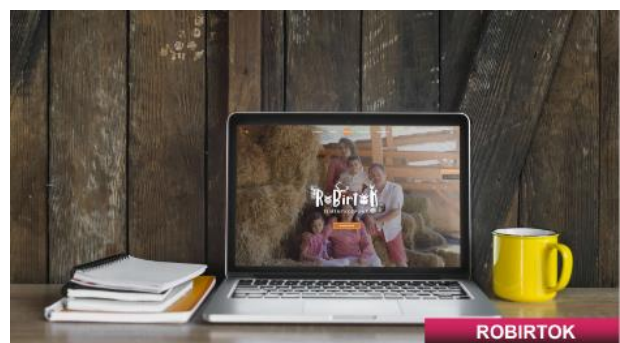
<https://www.youtube.com/watch?v=qorh-BIh57Y>

<https://www.youtube.com/watch?v=BwBU8XEzhAc>

Hazai jó példa:

Pick VR Múzeum

WebGL, AR és VR technológiát használva a felhasználó végig tud menni a Pick történelmén, mintha egy múzeumban sétálna



4. Helyzetelemzés

Helyzetelemzésünket szekunder és primer kutatásokra alapozzuk. Ezek során a Sopron-Fertő területén működő turisztikai vállalkozásokat térképeztük fel az online térben (önálló és turisztikai gyűjtőoldalakon lévő jelenlétüket, annak minőségét, felhasználóbarát kialakítását, informativitásukat, saját-, vagy turisztikai gyűjtőfelületeken keresztüli online foglalhatóságukat). Szekunder kutatásunkban elsősorban a már rendelkezésre álló adatok felkutatását végeztük el.

Az így megszerzett információk nélkülözhetetlenek voltak ahhoz, hogy segítségükkel a primer kutatás hipotéziseit és kérdéseit megfogalmazzuk, segítséget nyújtottak a primer adatgyűjtés megszervezéséhez.

Szekunder kutatást alkalmaztunk elsősorban a célcsoport- és trendmeghatározások kapcsán. Míg a primer kutatási módszerekre hagyatkoztunk a térségi szolgáltatók elemzésekor. Különös tekintettel arra, hogy ilyen irányú felmérés, ebben a földrajzi felosztásban még nem készült.

4.1 Digitalizáció és családbarát turizmus *Mit jelent a digitalizáció a turizmusban?*

A digitális megoldások messze túlmutatnak a különböző elektronikus fizetési rendszereken, vagy éppen az ingyenes wifi szolgáltatásokon. Rétegződését tekintve is komplex rendszert képez. Tulajdonosi szemszögből, támogatja a fenntartható és energiatakarékos működést, támogatja a döntéshozatalt a rendelkezésre álló, jogosan tárolt adatok által (a vendégek szokásairól, preferenciáikról, az alkalmazásokról adott visszajelzések alapján). Az IoT (az *'Internet of Things'*, rövidítve *'IoT'* magyarul a *'dolgok (tárgyak) internete'*: A mindennapjainkban használt eszközök (például háztartási gépek, autók, mérőórák stb.), az interneten keresztül elérhetőek és képesek egymással is kommunikálni.

E rendszerek lehetővé teszik a személyzet számára, hogy valós időben lássa a különböző eszközök teljesítményinformációit, működési adatait, amennyiben szükséges azonnal be tudnak avatkozni anélkül, hogy például egy szoba, vagy valamely szolgáltatási elem, mint a kisvona nyitott ajtaja, tartósan üzemén kívül lenne egy meghibásodás miatt.

A vendég oldaláról magasabb személyre szabhatóságot tesz lehetővé, már az utazást megelőzően, és ott tartózkodáskor, vagy éppen a pihenést követően. Könnyebb információszerezést biztosít, legyen szó éttermi foglalásról, masszázs időpontról, turisztikai látványosságról, vagy szimplán az üdülő komplexum térképéről. Megérkezéskor pedig már az okos televízió bekapcsoláskor nevén köszönti az érkezőt, Netflix, vagy Spotify fiókjukba történő belépéssel a megszokott, általuk kedvelt filmeket, sorozatokat, zenéket élvezhetik szobájukban. A digitális turisztikai megoldások láthatóan tehát egy célra fókuszálnak vendégoldalról. Személyre szabott élmény létrehozására és a látogatók igényeire történő gyors reagálásra. Egyes szállodák táblagéppel látják el a vendégeket a különböző funkciók elérése érdekében, mások saját alkalmazásokat kínálnak, amelyeket mobiltelefonokról tölthetnek le, míg vannak olyanok, amelyek inkább a mesterséges intelligencia és a robottechnológiákba fektetnek be.

Tekintettel arra, hogy Magyarország és ezen belül valamennyi turisztikai desztináció a világ összes turisztikai desztinációjával versenyez fontosnak tartjuk bemutatni, hogy hol tart jelenleg a világ élmezőnye a turisztikai digitalizációban. A következőkben néhány nemzetközi példán keresztül igyekszünk bemutatni a modern, digitális turisztikai megoldásokat a gyakorlatban.

Wynn Resort – Las Vegas

Ezt a szállodát inkább egy komplett városkaként lehet definiálni, intelligens vendégszeretettel, számos üzlettel, szórakozóhellyel, kaszinókkal, színházzal várja látogatóit. Ők saját alkalmazást fejlesztettek, melynek segítségével a felhasználó valamennyi programajánlatot azonnal megtalál, bármelyikre foglalhat helyet. A bevásárlóközpontok márkás boltjai közül is válogathat, minden szükséges információ fellelhető egy kattintással.



A hely sajátossága, hogy mind a 2000 szobájában elérhető az Amazon hangsegédje, Alexa, amely a Smart TV működtetése mellett végrehajtja a világításra, szoba hőmérsékletére, függönyökre vonatkozó utasításokat, illetve igény szerint tájékoztatja a lakókat az aktuális időjárási, forgalmi feltételekről, akár napi hírekről.

YOTEL – Szingapúr

Technológiai fejlettsége messze túlmutat európai, de még amerikai versenytársain is, sőt némiképp korát is megelőzte, hiszen számtalan olyan megoldást is felvonultat, mely a járványügyi viszonyok között komoly versenyelőnyt jelenthet, illetve beépülhet a fogyasztói elvárásokba. Az érintés mentes kiszolgálás, és szobafunkciók várhatóan ugyanúgy alapelvárássá válnak a jövőben, ahogy az ingyenes internetelés napjainkra.



A hotel abszolút futurisztikus berendezésével még jobban ráerősít imázsára. Ergonomikus és intelligens kabinok fogadják a vendégeket, ahol Smart Bed (okos ágy) szolgálja pihenésüket, és hangulatvilágítással ellátott Technowall szórakozásukat, vagy akár munkavégzésüket.

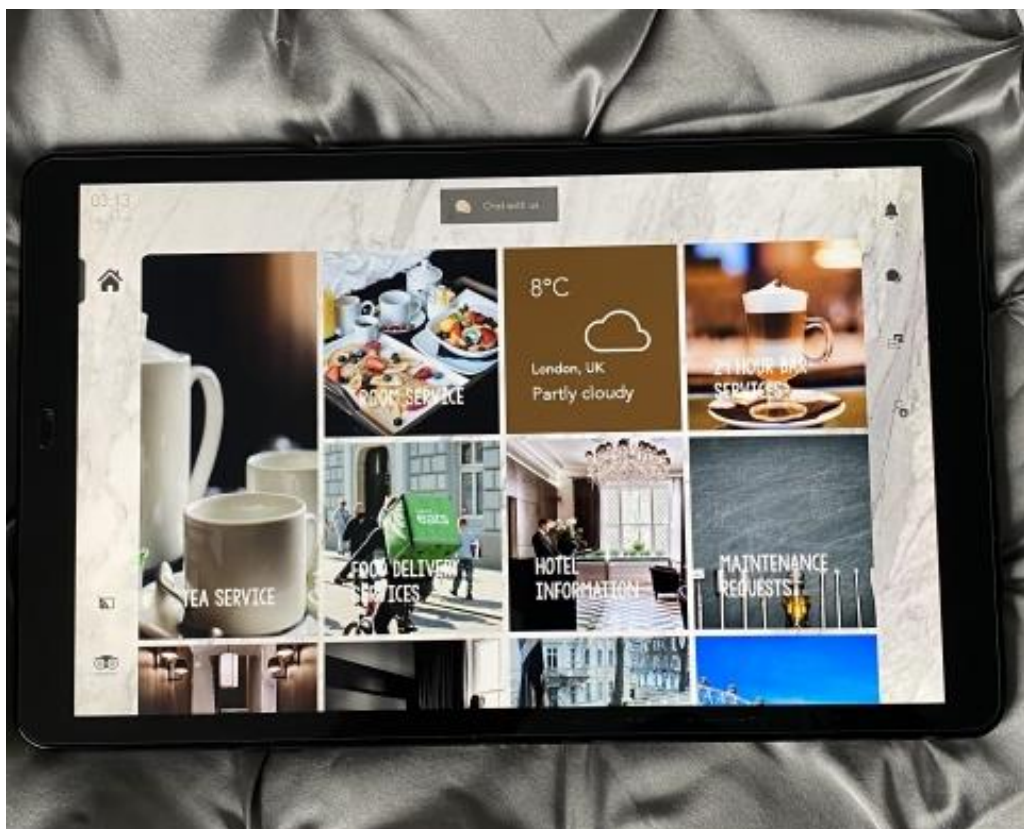


És ezzel még nem merítették ki a modern eszközök használatát. Ez az első szálloda, ahol robotokkal váltják ki az élő munkaerőt, a szobaszervízt így látják el.



Eccleston Square Hotel – London

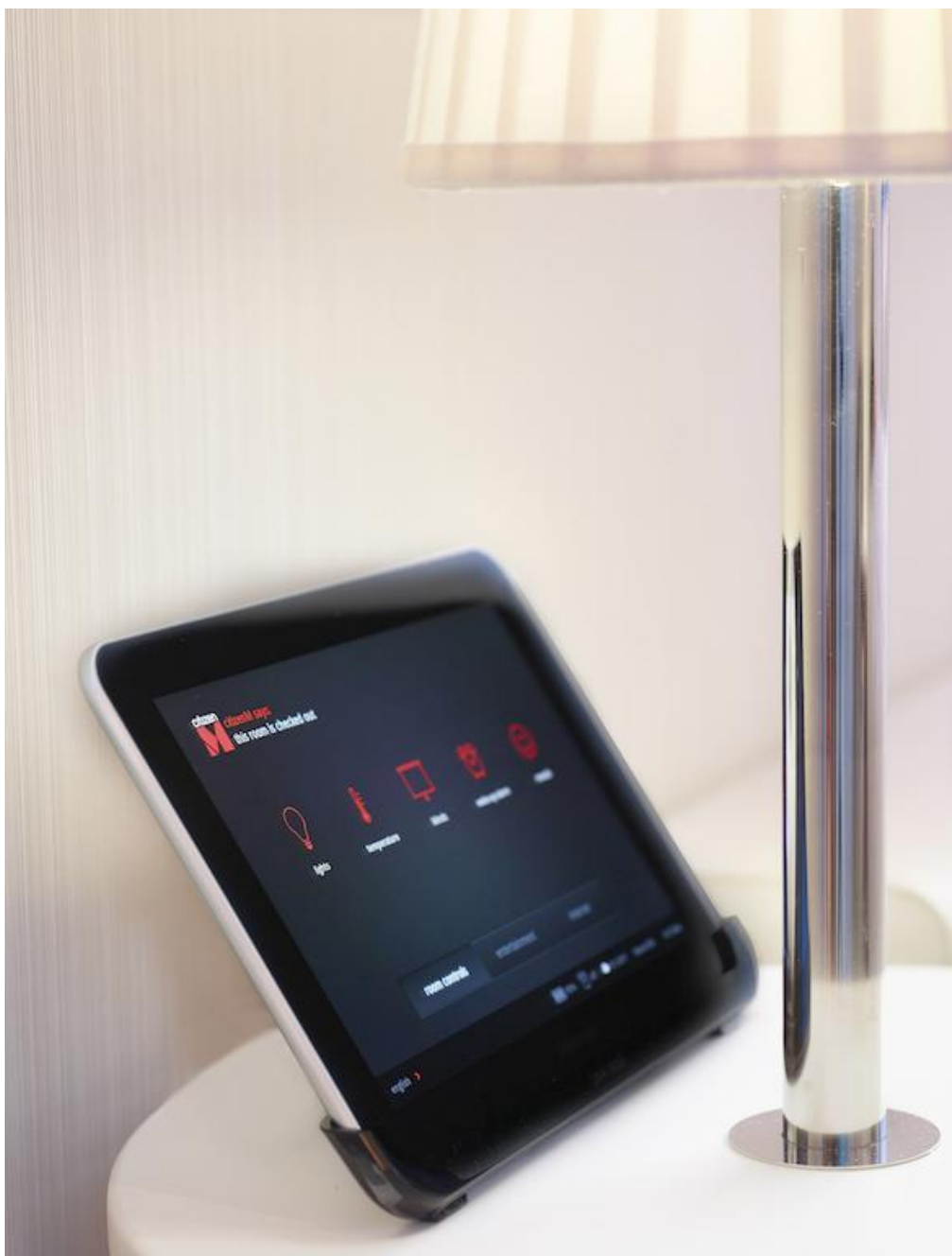
Ami megkülönbözteti ezt az európai példát az eddig bemutatott hotelektől az a benne rejlő kettősség. Az épület a XIX. században épült, homlokzata korhű pompájában tündököl a város szívében. Belépve aztán kezdetét veszi az időutazás, a legmodernebb technikai felszereltség biztosítja az ide érkezők zavartalan kényelmét.



A tartózkodást megelőzően is garantálták a felhasználóbarát szolgáltatásokat, egyedi, intelligens foglalási rendszerük van sok kiegészítő, választható opcióval.

CitizenM butikhotel

Célja, hogy minden régió központi területein kényelmes és személyre szabott tartózkodási élményt biztosítson. Az összes fő szolgáltatás, mint a bejelentkezés, ébresztés, a világítás beállítása, Smart-TV kezelése, egyszerűen és gyorsan elvégezhető táblagépekkel.



Ha csak abból indulunk ki, hogy a Modern Vállalkozások Programja szerint: „Az összes nemzetgazdasági iparág közül a turizmusban működő vállalkozások digitális érettsége a legalacsonyabb Magyarországon”, és ehhez még hozzá vesszük a kérdőíves és szekunder kutatásaink eredményét a

térségben. Egyértelmű, hogy a Sopron-Fertő térség esetében a környező régiókból (hazai, és külföldi) célszerű meríteni, ha első körben elérhető és megvalósítható digitális megoldásokat szeretnénk bemutatni. Ezek részben már a térségben működő nagyobb szereplőknél elérhetőek, de sem térségi szinten, sem pedig szélesebb körben nem találhatók meg. Ilyenek:

- weboldalfejlesztés;
- adatbázis-építés;
- különböző mérési módszertanok alkalmazása;
- az online térben történő piacépítés, social média megjelenés;
- különböző telefonos applikációk (pl.: virtuális idegenvezető);
- érintésmentes technológiák (digitális kulcsok, érintésmentes vendégregisztráció, érintkezésmentes fizetés és kijelentkezés)

Mindezek azonban elérhetetlenek, amennyiben nem történik meg akár vállalkozási-, akár térségi szintű, folyamatosan jelen lévő digitális intelligencia vizsgálat és fejlesztés.

Néhány jó példa közeli térségekből:

Club Family Hotel – Olaszország

Célközönsége a gyermekes családok. Az ügyfeleknek küldött figyelemfelhívó e-mailek magában foglalnak videós tartalmakat, amelyeket az egyedi címzettek igényeihez szabtak, jellemzőik és múltbeli viselkedésük alapján.

Ha például a család egyéves gyermekével rendelkezik, akkor a videó az adott korosztály számára megfelelő szolgáltatásokat mutatja (például az óvodai terület vagy a babysitter szolgáltatás). A tizenéves gyermekes családok azonban más videót kapnak, adott esetben a sporttal kapcsolatos tevékenységekre összpontosítva. Az emailekben aktivitásra ösztönző üzeneteket is beillesztettek linkkel, amelyek az ügyfelet közvetlenül a foglalási oldalra irányítják át.

<https://www.fluxguide.com/en/>

Ezen az oldalon több olyan okos eszközről elérhető digitális megoldás is található, melyek a vásárlói élmény fokozását szolgálják, valamint információs forrásként is funkcionálnak. Kulturális programok, látnivalók, túrák tehetők általuk érdekesebbé a turisták számára, ugyanakkor értékes adatokat is szolgáltat a turisztikai szereplők részére a fogyasztói profil megalkotásához. Egy térség megismertetése és helyzetbe hozása segítségükkel már az utazási döntés meghozatala előtt is támogatást nyer. Például adott alkalmazás bemutatásával az élményszerűség átadható már az online térben (<https://youtu.be/dNsH4wvGVyg>).

Move in Balaton (MiBo) <https://mibo.hu/>

A Move in Balaton (MiBo) egy gyűjtő oldal, mely a Balaton körül található sport-, és szabadidős egységeket foglalja rendszerbe. Ezen a felületen tematizáltan, egyszerű piktogramok segítségével könnyedén beazonosíthatók a különböző szolgáltatások, és azok helyszínei. A weboldalhoz tartozó közösségi média oldalakon folyamatos információval látják el az érdeklődőket, ezáltal is építve a közösséget, és fenntartva az érdeklődést irányukban. A tartalmak változatosak, vannak köztük érdekességek, cikkek, képek, valamint a balatoni élettel kapcsolatos releváns információk is.

Magyarországon a PocketGuide kínál több érdekes applikációt, melyek között megtalálható olyan is, amely a budapesti gyógyfürdők történetét meséli el. A túra felvezetőjében képbe helyezik a felhasználót azzal kapcsolatban, hogy Budapest a geotermikus erők révén hatalmas termálvízkezelővel rendelkezik, ezért is nevezik a **Fürdők Városának**, majd további információkat osztanak meg, akár edukációs céllal is. A hangsúly az ismeretátadáson és élményszerzésen van, de a túra célja, hogy minél részletesebben megismerkedjék Budapest pihentető, élénkítő és gyógyító hatású fürdőkultúráját és természetesen hogy minél többet ki is próbáljanak közülük!

Ezek a példák kitűnően demonstrálják a digitális technológia alkalmazásának lehetőségeit. A smart/digitális turizmus az iparág egyik meghatározó trendje, amit a mostani pandémiás helyzet csak tovább erősít, valamint az a tény is, hogy a felnövekvő generációk a digitális eszközökön keresztül tartják kapcsolatukat a világgal, intézik mindennapjaikat, így hosszú távon egyre többen csatlakoznak majd ehhez a korszerűsítési trendhez. Akik már elkezdtek, számos módon próbálnak versenyelőnyt kovácsolni a többiekhez képest, elsősorban a különböző alkalmazások és szoftverek fejlesztésében zajlik a vetélkedés.

Fontos kérdés a biztonság, mivel sokan nem szívesen töltenek le újabb és újabb applikációkat okostelefonjaikra, illetve a hotel rendszerével csatlakoztatott különböző felhasználói fiókok adatainak kezelése is okot adhat a bizalmatlanságra.

4.1.2. Mitől családbarát egy turisztikai attrakció?

Az általános bevett gyakorlattal szemben, a gyerekbarát turisztikai szolgáltató nem egyenlő a családbaráttal. Ez utóbbiról akkor beszélhetünk ha a család minden tagja megtalálja a számára megfelelő kikapcsolódási és szórakozási lehetőségeket úgy, hogy a gyerekek a szülők nélkül is jól érzik magukat, a szülők pedig a gyerekekkel együtt is olyan környezetben kapcsolódhatnak ki, ahol közös élményeket szerezhetnek, de van lehetőségük a nyugodt önálló pihenésre is. Ahol a látogatók gyerekeikkel együtt pihenhetnek, de minden korosztálynak adott a lehetőség az önálló szórakozásra.

4.1.2.1 A család

A gyerekbarát szálláshelyek a gyerekek igényeinek kielégítését célozzák elsősorban, de ennek felmérése sokkal nehezebb, mint más célcsoportok esetében, hiszen a gyerekeket szüleik viszik a szálláshelyekre, a szállásadók pedig a gyerekek számára is igyekeznek vonzóvá tenni a kínált szolgáltatásokat. Mivel a gyerekek még nem tolmácsolják igényeiket, a szülők teszik meg azt a saját szemszögükből nézve a gyermekek vágyait, ám ez nem minden esetben takarja a valós vágyakat. Olyan programokat, helyiségeket, berendezéseket kell kialakítani, amelyek a kisgyermekek vágyait is képesek megcélózni amellet, hogy szüleiket a visszatérésre sarkallják.

Digitalizációs szempontból sokkal érdekesebbek, és fontosabbak azok a családok, ahol a gyerekek az új trendeket követő kiskamaszok, vagy serdülők. Ők az „Y” vagy inkább már a „Z” generáció tagjai. Esetükben a társadalmi kapcsolattartás, a tájékozódás, információszerzés, programszervezés, stb. felülete a digitális tér, és a különböző mobil alkalmazások. Míg a társadalom egészét tekintve a mobil telefonhasználat 80% körül mozog, addig e generáció tagjai szinte kivétel nélkül első helyen a mobiltelefont említik, mint online kapcsolattartási eszköz. Adott turisztikai szolgáltatónak tisztában kell lennie azzal, hogy a „Z” generációhoz tartozó fiatalokat is tartalmazó családok, felnőtt tagjai is sokkal aktívabban használják a digitális eszközöket. Sőt keresik az általuk biztosított előnyöket, melyek megkönnyítik akár egy családi nyaralás megszervezését, lebonyolítását. Jártasságuk is sokkal magasabb fokú, az online világban. Ebből kifolyólag az a turisztikai szolgáltató, aki a családokat kívánja

megszólítani és kiszolgálni és visszatérésre ösztönözni, legalább olyan felkészültségi szinttel kell, hogy rendelkezzen ezen digitális eszközökről, kommunikációs csatornákról és a technológiai trendekről.

Amennyiben a turisztikai szereplő is felismeri, hogy a hatékony, gyors információ áramlás nem csak a megcélzott vendégkör, hanem saját maga számára is fontos, és versenyelőnnyel is jár egyben, úgy van reális esélye eredményesen megjelenne a turisztikai piac ezen szegmensében. Tekintettel arra, hogy ezek a családok a legtöbb esetben az elektronikus felületeket részesítik előnyben:

- az előzetes tájékozódás,
- szállásfoglalás,
- bejelentkezés,
- éttermi számla rendezése,
- a szabadidős programok szervezése,
- szállodával kapcsolatos problémák kezelése,

mindez aktív jelenlétet követel meg olyan csatornákon, felületeken, mint a Facebook, Twitter, Yelp, Tripadvisor stb.

A kommunikáció egyik érdekes, és egyre dinamikusabban fejlődő területe az ún. influencer marketing. Néhány évtizede még elegendő volt egy-egy szórólappal jelen lenni a tourinform irodában, vagy kiállításon, majd később egy honlappal az online térben, úgy napjainkra a digitális jelenét sokkal komplexebb formát öltött, és dinamikusan fejlődik. A social média megjelenésével majd előre törésével az emberek egyre inkább elfordultak a hagyományos média csatornáktól, és ma már döntően ezen oldalakon olvassák a híreket, osztják meg egymással véleményüket, élményeiket. Ez utóbbiakból nőttek ki a különböző online véleményvezérek, akik közkeletű elnevezéssel léve influencereknek, „befolyásolóknak” hívják. A kreatív-, játék-, szépség- és turisztikai iparban jelentős a szerepük. Zömében a család fiatalabb tagjai körében népszerűek. A nagyobb turisztikai szolgáltatók, és turisztikai térségek rendelkeznek többnyire olyan marketing tudással, hogy képesek az influencereken keresztül bizonyos mértékig irányítani a fogyasztási szokásokat, befolyásolni a fogyasztást. Az ún. influencer hatásról tanulmányunkban külön kitérünk még a trendeknél.

A digitalizáció egy családbarát turisztikai szolgáltatónál nem szorítkozik természetesen csak a kommunikációra. Ahogy néhány éve még az extra szolgáltatások között lehetett felsorolni a Wifi-t, a kártyás fizetés lehetőségét, vagy esetleg a kábeltévét, úgy ez ma már alapelvárás. A turisták döntő többsége el sem tudja képzelni pihenését wifi, vagy kártyás fizetés nélkül. A digitális alkalmazásokat (pl.: szolgáltatói, térségi mobil applikációk), pedig magától értetődő módon alkalmazzák.

Akár csak a kommunikációnál, úgy az elérhető online szolgáltatásoknál, digitális eszközökhöz kapcsolódó leírásoknál, a felhasználók hatékony és gyors információkat várnak el. Fel kell készülnie a szolgáltatóknak, hogy a vendégek egyúttal gyorsan is reagálnak, akár pozitív, akár negatív hatás éri őket (Tripadvisor, Google értékelés, stb.). E lehetőségeket egyre többen és többen használják, élményeiket általában közösségi oldalakon is megosztják. Az információ átadás akkor tud hatékonyan megvalósulni, ha megfelel a megcélzott kör igényeinek, nem csak tartalmi, hanem minőségi és kivitelezési szempontból is. Így kevés szöveget, sok képet, figyelemfelkeltő és egyedi eszközöket kell tartalmaznia, (pl. hangok, mozgás, meghökkentő üzenet, stb.).

Az emberek ingerküszöbje egyre feljebb tolódik a digitális térben éppúgy, mint az élménykeresésnél. Nem pusztán a feljűk küldött üzeneteknél, hanem utazásaik alkalmával is a különleges, egyedi programokat és szolgáltatásokat keresik. A visszatérésük alapját képező elégedettséget a megszerzett élményeik befolyásolják. A családbarát turisztikai termékek és szolgáltatások körében áll talán a legszélesebb spektrum áll rendelkezésére a turisztikai szereplőknek arra, hogy az élményszerzést a család minden tagjánál, és a család egészénél is összekapcsolják, egyúttal képessé válnak a személyre szabott, egyedi élmények nyújtására is a digitális eszközhasználat lehetőségével.

A családok, minthogy több generációt ölelnek fel kiemelt helyen kezelik a környezettudatosságot, egészségtudatosságot, és a már említett egyediséget. A digitális eszköztár az első két témakörben is számos megoldási lehetőséget kínál. Az okos eszközök révén akár az energiahasználat, vagy a környezetterhelés csökkenthető, de ugyanide kívánczik az elektromobilitás is. A wellness-beauty szolgáltatásokat jól egészítik ki különböző kezeléseket bemutató, vagy éppen az elérhető étel- és

italkínálatról tájékoztató alkalmazások, a kiszolgálást segítő digitális eszközök (pl.: érintőképernyős, ital, ételválasztó, stb.)

A családok nem véletlenül az egyik legnépszerűbb, és a legtöbb turisztikai térség által megcélzott fogyasztói kör, hiszen keresletük összetettségükből adódóan, az átlagot meghaladó jelenbeli költségük mellett, ők adják következő szülő tagjait, így a gyorsan változó fogyasztási szokásokkal a turizmus résztvevőinek számolni kell és fel kell rá készülnie.

Sokan megfedkeznek arról, hogy egy családi pihenésen a nagyszülők is ugyanúgy részt vehetnek. A nagyszülők korosztálya lojális a bevált értékekhez, a választásaikat a reklámok befolyásolják, ők még néznek televíziót és olvasnak újságot. Tagjai a modern technológiákat (digitalizáció elemei) kevésbé, azonban egyre növekvő mértékben alkalmazzák, a digitális analfabetizmus körükben a legmagasabb arányú. A nagyszülők a pihenést, a gyerekekkel és az unokákkal együttöltött hasznos időt értékelik. Keresik a gyógyászati, szépségeti szolgáltatásokat, a természetes és épített környezet felfedezésében érzik jól magukat. A fogyasztási szokásaikra a „lassú” fogyasztás jellemző.

4.1.2.2 Családbarát szolgáltatások

Tekintettel arra, hogy régiós szinten két családbarátsággal foglalkozó tanulmány is elérhető, így jelen dokumentumban eltekintünk a családbarát szolgáltatások részletes értelmezésétől, és a digitalizáció szintjére szorítkozunk csupán.

Bár sok turisztikai szereplő hirdeti magát családbarát szálláshelyként, kínálatukban elenyésző számban találunk digitális szempontból is értelmezhető szolgáltatást. A legjobb családbarát szálláshelyek lényegében szükségtelenné teszik, hogy a vendégek mindazon eszközöket magukkal hozzák, amik a család valamennyi tagjának a teljes kikapcsolódásához, és az egész család feltöltődéséhez is hozzájárulnak. Értve ez alatt a digitális használati tárgyakat is.

A legújabb fogyasztási trendek létrejöttét a digitalizáció terjedése szükségszerűen alakítja. Ezekről az eszközökről általánosságban elmondható, hogy komolyabb beruházást igényelnek hardver és szoftver oldalról. Bevonásukkal a szolgáltatónak olyan programkínálatot kell kialakítania, melyet az egész család együtt, illetve akár külön is igénybe vehet. Ezek során figyelemmel kell venni, hogy a különböző életkorú gyermekek szükségletei és elvárásai különbözőek. Míg jellemzően az iskolás korú gyerekek már saját okos eszközzel rendelkeznek, a náluk fiatalabbak körében is egyre elterjedtebb tendencia a digitális eszközhasználatban való jártasság. A megfelelő informatikai háttérrel megvalósítható, hogy olyan differenciált digitális kínálat álljon rendelkezésre, mely egy kisgyermek számára is érdekes, de megtalálható olyan is benne, ami már egy kiskamaszt is leköt, vagyis minden életszakasznak megfelelő „digitális élménykínálatot” kell tudni felsorakoztatni.

A digitális megoldásokkal kapcsolatban is fontos kérdés a privát- és a közösségi terek elhelyezése, minden igényt kielégítő kialakítása, a szálláshely adottságait figyelembe véve. Az elvonulás lehetőségét meg kell teremteni, még akkor is, ha közben az online csatornákon éppen közösségi életet élnek a család egyes tagjai.

A turisztikai szereplők digitális kínálata szorosan kapcsolódhat a klasszikus szolgáltatásokhoz is úgy, hogy azok a szülőknek, gyerekeknek külön és együtt is érdekes legyenek. A kínálat tovább cizellálható olyan relációban is, amikor anya-lánya, apa-fia esetleg a házaspár vesz részt közös programokon. A digitalizáció első lépésként a különböző szolgáltatások elérhetőségét, igénybevételét teszi könnyebbé. Ezek megvalósulhatnak úgy is, hogy egy-egy kozmetikai kezelést, masszázst, sportprogramot, stb. bemutató videót teszünk elérhetővé, vagy azokra online felületen biztosítunk bejelentkezést, így lehetőséget teremtünk, teljesen személyre szabott programcsomag kialakítására is. Más esetekben konkrétan az igénybe vett szolgáltatáshoz kapcsolódik digitális támogatás különböző sportok (teniszezés, fallabdázás, kerékpározás, stb.) applikációi. Vonzóbbakká válhatnak a szálláshelyek, azzal ha a családi programokra, a szállodák környezetében levő szolgáltatók kínálatából interneten keresztül

lehet válogatni. Az előzőekben felsorolt átalakuló fogyasztási szokások igénylik a digitális jelenlétet és a digitális impulzusokat.

2020-ban alapelvárás, hogy legyen internethozzáférés, mely korlátlanul rendelkezésre áll. A digitális világra felkészült fiatalok számára, olyan szórakozási lehetőségeket kell biztosítani, amelyben a kéznél levő eszközöket pl. telefont felhasználva az internet világán keresztül kapcsolódhatnak ki, esetleg ezen keresztül bevonhatják a technikára kevésbé fogékony családtagokat a játékba. Amíg a kisgyerekek élvezik az ugrálóvárat, mászóházat, az animátor, vagy a felügyelő online kapcsolatban lehet a szülővel, aki közben nyugodtan foglalkozhat magával.

A Sopron-Fertőkiemelt turisztikai fejlesztési térség (SOPRON-FERTŐ) jelenlegi állapotában egy sokszínű desztináció képét mutatja, mely néhány nagyobb turisztikai célpont laza szöveteként ágyazódik be a Nyugat-Dunántúl regionális turisztikai kínálatába. A földrajzi közelség ellenére a fejlettségi szintek is nagy különbséget mutatnak, különösen igaz ez a digitális felkészültség terén. A családbarát szemlélet általánosságban tetten érhető a teljes fejlesztési területen, de a turisztikai szereplők ez irányú képzése is szükséges, hogy konkrétumokban és valós szolgáltatásokban, termékekben is meg tudjon jelenni. A „családbarát” turisztikai értelmezése, és mélyebb jelentéstartalmának tudatosítása, megismerése elengedhetetlen ahhoz, hogy szolgáltatói és desztinációs szinten is valóban ennek megfelelő turisztikai kínálat alakuljon ki. Itt jegyeznénk meg, hogy a megkérdezettek között sincs konszenzus arra vonatkozóan, hogy milyen típusú, nemzetiségű, karakterű vendégeket látnának szívesen a desztinációban. Ez is abba az irányba mutat, hogy első, és legfontosabb feladat, a megfelelő tájékoztatás és képzés, valóban használható és üzleti haszonra váltható tudásanyag átadása a gazdaság szereplőinek a turizmusban. Ha kialakult egy stabil tudásbázis, akkor ezek mentén lehet létrehozni az együttműködések hálóját, amiből desztinációs szinten is érzékelhető fő üzenetek és irányok alakíthatók ki, mint amilyen a megcélzott „családbarát turisztikai desztináció”. De ugyanilyen fontos a humánerőforrás fejlesztése a digitalizációs témákban is, hiszen csakis ezt követően valósulhatnak meg infrastrukturális beruházások úgy, hogy azok megfelelő módon hasznosuljanak. A fejlesztéseknél alapvetően két kiindulási pontot kell figyelembe venni:

- a fogyasztói trendeket (személyre szabottság, természetesség, az adott térségben élő emberek megismerése, mindennapjaikba bepillantást kapni, fokozódó higiénias elvárások, ritkább, de hosszabb tartózkodási idővel szemben többszöri rövid látogatás, senior, családok, fiatal generációk elvárásai, stb.)
- az iparági trendeket (digitalizáció, komplexitás, öko, digitális-detox, sharing economy, IoT, VR, AR stb.).

Ezek rövid megismertetése és kifejtése is részét képezi tanulmányunknak, hiszen az ezekre adható, illetve a helyzetfeltárás tükrében megfogalmazott, szükségszerű válaszok csak így válnak valóban indokolhatóvá, és megérthetővé. Ezt követően komplex javaslatok fogalmazunk meg a digitális megjelenés fejlesztésére vonatkozóan, a megvalósításhoz szükséges időtartam és az egyes tervezett tevékenységek/eszközök becsült költségével. Tesszük mindezt annak tudatában, hogy a digitalizáció a nemzetközi értékesíthetőség szempontjából ma már nem versenyelőnyt, hanem a versenybe való belépés alapfeltételét jelenti.

Összeségében elmondható, hogy a Sopron-Fertő térség akkor tud eredményesen versenyre kelni mind a hazai-, mind a nemzetközi turisztikai régiókkal, ha első lépésben a térségi identitás erősítésre kerül. Jelenleg ez oly mértékben hiányzik, hogy komolyan veszélyeztet minden további, a teljes turisztikai területet felölelő egységes megjelenést és fellépést. A helyzetfeltárás során több olyan válasz született, mely adott szolgáltató részéről nem volt képes semmilyen képzettségát, fogalmat csatolni az Sopron-Fertő térséghez, sőt elvétele még most is előfordult, hogy azt egy pl. Büktől különálló un. Soproni turisztikai régióként értelmezték. Ebben sürgős és jelentős kommunikációs feladatok mutatkoznak a térségi döntéshozó szervezetek, személyek számára. A fejlődési szintek is komoly szakadékot mutatnak

körzetenként, miközben fordított arányban állnak az vendégforgalommal, a vendégéjszaka számmal. Míg Bük magasan túlszárnyalja a térség többi nagyobb turisztikai szereplőjét ez utóbbiban, addig a digitális térben komoly kihívások előtt áll, szemben például Sopronnal.

Ezek az eltérések tompulnak a nagyobb piaci szereplőket vizsgálva, azonban nagy általánosságban teljeséggel megállják a helyüket. Meggyőződésünk, hogy a Sopron-Fertő térség sikeres digitális jelenlétének és versenyképességének kulcsa, hogy ezek a különbségek mérséklődjenek, úgy, hogy közben az egész térség is előre lép e területen.

4.2 Desztinációs digitalizáció felmérése

A desztinációs digitalizáció felmérése tanulmány több részkutatásból áll össze. A különböző primer kutatási módszerek: kvalitatív mélyinterjú vizsgálat és kérdőíves megkérdezés, megfigyelés és szekunder források a turizmus kutatásokban elfogadottak és széleskörűen alkalmazottak. Az alkalmazott módszerekkel elért változatos eredmények révén a turisztikai desztináció menedzsment digitalizációs összefüggéseire mutatunk rá a Sopron -Fertő kiemelt turisztikai térségben.

Kvalitatív fázis: Szakmai interjúk- mélyinterjúk alkalmazásával

A 23 szolgáltatóval készült félig strukturált interjúk, illetve kötetlen párbeszéd 2020. június végén és július elején zajlottak a Megbízótól kapott adatbázisban szereplőkkel, azon releváns szakmai körben, akik szántak időt a kutatásra.

A mélyinterjúk interjúvázlata II. sz. mellékletben található, amely mentén kibontakozó párbeszéd során gyakorlati tapasztalataikat, szakmai véleményüket megoszthatták. Igyekeztünk szabadabban kérdezni, hagyva számukra lehetőséget az általuk fontosnak tartott tapasztalatok és szemlélet megismertetésére. A kutatásban résztvevő interjúalanyok felsorolása és beosztása a 18. oldalon található táblázatban van.

Kérdéskörök:

- Spontán asszociációk városukról, a térségről,
- Turisztikai helyzet feltárása,
- Térségi turisztikai digitalizáció megítélése
- Saját vállalkozása digitalizáltságának véleményezése
- Best Practice-ek feltárása a Világból
- Tervezett digitális eszközök, technológiák megadása

Kérdőíves felmérés – szolgáltatói megkérdezés

A szolgáltatók kérdőíves felmérésének kérdésköre:

- Települési online jelenlét megítélése,
- Térségi online jelenlét megítélése,
- Vállalkozásuk koronavírus utáni helyzetének megítélése
- Jövő elvárások a pandémiás helyzetet követően
- Jelenleg használatos céges kommunikációs csatornák

- Céges Internetes jelenlétük megítélése
- Digitalizáció fontosságának megítélése cégük versenyképessége szempontjából
- Digitális megoldások alkalmazásának relevanciája
- Digitális megoldások alkalmazásának gyakorlata
- Digitalizációt hátráltató tényezők megadása

A kérdőív eredményei révén megismerhetővé váltak a vendégek által felkeresett települések, azok a vonzerők, amelyek elég erősnek bizonyulnak ahhoz, hogy szálláshelyük települését elhagyják a desztinációban tartózkodó vendégek. A felmérés 2020 július első két hetében zajlott, mintaszám: 53 vállalkozás. A mintavételezés földrajzi kerete a vizsgált kiemelt turisztikai térség turisztikai szolgáltatói köre, online kérdőíves megkérdezéssel.

A kutatási programban jól körül határolható csoportokat definiáltunk a Megbízóval közösen. Ezek a következők:

- térségi szállásadók;
 - hotelek, nagyobb panziók
 - kisebb családi- és magán, szállások motelek, diákszállók, stb.
- térségi gyógyfürdők;
- térségi gasztronómiai szereplők;
- térségi turisztika programot szolgáltatók;
 - lovarda, játszóház, kisvonaat, kalandpark stb.
- térségben található helyi termelők;
- térségi borászok;

A kérdőív fajtája önkitöltős, volt a mélyinterjúkat moderátor végezték, előzetesen összeállított interjúvázlat alapján, melyek tanulmányunk mellékletét képezik. Mindkettő előzetesen a megrendelővel is egyeztetésre került.

A primer kutatást a cégek elektronikus elérhető felületeinek, anyagainak összegyűjtésével és elemzésével készítettük elő.

Két kategóriára osztva Magyarország legmagasabb turisztikai teljesítmény nyújtó városait (10 magyar vidéki fürdőváros, illetve 11 magyar kulturális turisztikai város) vizsgálat alá került összesen 21 település. A feltérképezés során a fő fókusz a városok digitalizáltágára helyeződött. A megfigyelés során a városok honlapjain kutakodva kerestük a témában releváns információkat, mint a szálláskereső oldalakon való jelenlét, Tripadvisor értékelési elemszám és a közösségi média követőszám. A kutatás 2020 júliusában zajlott.

A települések digitalizáltságának mérésének kérdéskörei:

- legnépszerűbb magyar szálláskereső oldalakon való jelenlét
- akciós ajánlatokat, kuponokat hirdető oldalakon való jelenlét
- saját honlap üzemeltetése
- közösségi média felületeken való jelenlét követőszámokkal

Adatgyűjtést is végeztünk a térségi turisztikai szereplők webes jelenlétéről, ennek során vizsgáltuk a szolgáltatók honlapjait:

- Releváns információk, tartalom
- Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás
- Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak
- Betöltési idő

- Reszponzivitás
- Megjelenés / webdesign / trendkövetés
- Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható
- Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető
- Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon
- Találati listán való elhelyezkedés név szerint
- Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint

4.3 Kutatási eredmények ismertetése

4.3.1. Kvalitatív fázis: a szakértői mélyinterjúk eredményeinek ismertetése

A megbízó által előzetes jóváhagyott interjúvázlatok alapján a mellékletekben található, „Mélyinterjú során megkérdezettek” című dokumentumban szereplőkkel 23 db mélyinterjú került lefolytatásra. A megbízás 15 interjúról szól, de fontosnak tartottuk, hogy minél szélesebb körű legyen mind területileg, mind tevékenységösszetételét tekintve a vizsgálat.

A mélyinterjú során megkérdezett gazdasági szereplőket a következőkben mutatjuk be:

Sorsz	Vállalkozás	Tevékenység	Település	Interjút adta
1	Alasz Pince	helyi termelő (borász)	Kőszeg	Alasz László
2	Apartman Hotel	szálloda	Bük	Németh Violetta
3	Büki Steak House	vendéglátás	Bük	Auer István
4	Deák Étterem	vendéglátás	Sopron	Pölöskey Dóra
5	Fényes Borászat	helyi termelő (borász)	Sopron	Fényes Tibor
6	Greenfield Hotel	szálloda	Bük	Vörös Júlia
7	Hajnalka Vendégház	vendégház	Bük	Bánszki-Molnár Hajnalka
8	Hotel Caramell Premium Resort	szálloda	Bük	Csere András
9	Hotel Szieszta	szálloda	Sopron	Tóth András
10	Kristály torony	egyéb	Bük	Földvárszki Dávid
11	Loki Városnéző Kisvonat	személyszállító	Bük	Csordás János
12	MG EV Catering (Barlangszínház, ProKultúra)	vendéglátás	Sopron	Major Gergő
13	Napsugárpark	egyéb	Bük	Horváth Róbert
14	Pannónia Hotel	szálloda	Sopron	Becze Kata
15	Pannónia Hotel	szálloda	Sopron	Szilágyi Pál
16	Péter Büfé	egyéb vendéglátóhely	Bükfürdő	Takács Péter
17	Sá-Ra Termál	fürdő, szálláshely	Hegykő	Radovits Tibor
18	Sopron Hotel	szálloda	Sopron	Szarjas Tímea
19	Soproni Kisvonat	személyszállító	Sopron	Szerdahelyi Gergő
20	Stefanich Pince	helyi termelő (borász)	Kőszeg	Stefanich Kornél
21	Taschner Borház	helyi termelő (borász)	Sopron	Taschner Tamás
22	Vincellér MPS Kft.	borász, vendéglátás	Sopron	Molnár Tibor
23	Zsirai Lovarda	egyéb	Zsira	Aschenbrenner-Frank Judit

A résztvevők között 12 Bük-Bükkfürdő és környéke területéről, 11 Sopron és környéke, vállalkozást képviselnek. A megkérdezett személyek a vállalkozás tulajdonosai, vagy vezetői. A résztvevő cégek legnagyobb része vendéglátással és szállásadással foglalkozik Sopron; Fertőrákos, Hegykő Bük-Bükkfürdő és Zsira településeken. A többi szolgáltató, fürdő, kisvonat, gyermek játszóház, kalandpark, lovardaüzemeltetésében tevékenykedik, de van köztük 4 helyi termelő-borász is. Digitális megjelenésüket tekintve minden megkérdezett képviselteti magát szállásszervező, és/vagy programszervező portálokon, úgy, mint szallas.hu, Tripadvisor, booking.com, hogy csak a legismertebbeket említsem.

Az interjú során felkerestük a válaszadókat, akiknek, legalább fél órás beszélgetés során pontról pontra az interjúvázlatnak megfelelően megkérdeztük véleményüket.

Néhány szó a vállalkozásokról:

Alasz Pince: A pincészet Kőszegen működik, csaknem 7 hektáron termel szőlőt. Gazdálkodására a hagyományos és a modern szőlészeti-borászati technikák kevert alkalmazása a jellemző. Borait nemzetközi és hazai borversenyeken minősített. A felméréshez úgy kapcsolódik, hogy boraival rendszeres résztvevője a felméréshez tartozó települések fesztiváljainak, rendezvényeinek. A borászat rendelkezik weboldallal, Facebook oldallal, Pinterest, Instagram, Google plus és Twitter megjelenéssel. Az interjút adó tulajdonos, a digitális feladatokat a család fiatalabb tagjaira bízta, a tradicionális személyes kapcsolatokban hisz. Vendégkörében elsősorban a hazai látogatókat látná szívesen. A térségi turizmus helyzetét javulónak tekinti, a slow turizmust kedvelő vendégeket kívánja megszólítani.

Apartman Hotel: A Bük-Bükkfürdő településen működő hotel 4 épületben a fürdőhöz közel nyújt lehetőséget a pihenésre. Nem szobákat, hanem jól felszerelt apartmanokat ad ki, így a nagyobb családok, vagy társaságok is megtalálják a lehetőséget a közös időtöltésre. A hotel filozófiája: „Generációk találkozóhelye”, hiszen minden korosztály számára igyekeznek a legjobbat nyújtani. A szálloda, rendelkezik sok információval feltöltött weboldallal, Facebook és Instagram oldallal. A foglalás intézhető digitálisan az oldalon keresztül.

Büki Steak House: A vendéglő Bükön található, a honlap sokat nem árul el a vállalkozásról. Az alapadatok találhatóak meg itt 17 nyelven. A fizetésre megjelölt lehetőség a készpénz, a social média egyetlen oldalán sem található róluk információt. Vendégeiket a kínált ételekkel, azok fotóival próbálják meggyőzni.

Deák Étterem: Sopron nagymúltú étterme, a város szívében található. Az épületet 2011-ben teljesen felújították, külső udvari teraszát és belső helységeit igényesen hagyományokhoz ragaszkodó, de modern stílusban. A kínálatról és egyéb például allergén ételekről olvashatunk az étterem honlapján. Rendelkezik Facebook és Instagram eléréssel, fizetési lehetőségeknél alkalmazzák a digitális eszközöket.

Fényes Borászat: Fertő-tó környéki (Fertőrákos) helyi termelő, borász vállalkozás. 9 hektáron termel szőlőt, melyből saját maga készít és palackoz bort. Többféle szőlő termelésével foglalkozik. Pincészete, mely a szőlőültetvény közepén, Fertő-tóra néző kilátással épült, vendégek fogadására rendezkedett be. Honlapján olvashatunk a termesztett szőlőkről, előállított borokról és a vállalkozás által nyújtott szolgáltatásokról. Rendszeresen van jelen a soproni és Fertőtő környéki rendezvényeken, Facebook és Instagram elérést nem található, de a Soproni Borvidék oldalain ő is képviselteti magát.

Greenfield Hotel: Bükkfürdőn várja az aktív pihenést szerető vendégeket. Golf pályája és családi igényeket is kielégítő egybe nyitható, és nagyméretű pótágyazható szoba áll rendelkezésre. Nem csak

a felnőtteket, a gyerekeket is szívesen látják, szórakoztatásukra folyamatos programokat szerveznek. A szálloda honlapján megtalálunk szinte minden információt a szállodáról, környezetről, szobákról, szolgáltatásokról. Foglalást a honlapon keresztül is tehetünk. A szálloda várja vendégeit a Youtube, Facebook és Instagram csatornákon keresztül is.

Hajnalka Vendégház: Bük község szívében található. A szépen berendezett vendégházban több szobával, hozzá tartozó fürdőszobával és közös helyiségekkel rendelkezik. Az udvaron, rendkívül igényesen kiépített kertben kerékpártároló és grillezési lehetőséget alakítottak ki. A szálláshelyet több szállásszervező portálon megtaláljuk, saját weboldallal nem rendelkezik.

Hotel Caramell Premium Resort: Bükfürdő egyik legnagyobb szállodája. Nagy wellness részleggel. Szolgáltatásai között, a konferenciaszervezés és egyéb rendezvényszervezések is megtalálhatóak. Honlapjukon részletes tartalmakat közölnek a szállodáról, kínálatról, árakról. A szálloda megjelenik a social média csatornáin is sajtó oldallal (Instagram, Facebook). Különleges kínálata a területén levő Kristály torony.

Hotel Szieszta: Sopronban a Lővérek aljában található az épület, Sopron legszebb környékén. Folyamatosan fejleszt, családbarát kihívásoknak szeretne megfelelni a jövőben. A jelenlegi idősebb korosztályhoz tartozó vendégkörét szeretné a fiatalok megnyerésével bővíteni. A szállás vezetői, a hotel jó környezeti adottságait igyekeznek kihasználni stratégiájukban. Honlapjuk sok információt mutat meg a kínálatukról, programokról, akciókról. Kihasználják az Instagram, Facebook nyújtotta lehetőségeket is hirdetésekre, folyamatos nyilvántartást vezetnek vendégeikről, figyelem felhívásra folyamatos hírlevél küldését alkalmazzák ebben a körben. A honlapon keresztül megvalósítható a szobafoglalás. A szálloda rendelkezik Big Data eszközzel a vendégek nyilvántartására és statisztikai adatok elemzésére használják. Terveik között szerepel kártyás zárrendszer bevezetése.

Kristály Torony: Bükfürdőn található szórakoztató kötélpálya, a Caramell Premium Resort területéhez tartozó telken, a szállodával szimbiózisban üzemel. Kicsiknek és nagyoknak egyaránt lehetőséget nyújt a kikapcsolódásra, rendezett környezetében füves focipálya és játszótér is található. A létesítmény tetejére az idősebb, vagy a mászást kipróbálni nem akarók is felmehetnek lépcsőn. A kalandtorony honlapján megnézhetjük az élménközpont galériáját, nyitvatartási információkat tudhatunk meg. Az árak és a bejelentkezés a szallas.hu oldalon keresztül történhet. Twitter, Facebook és Google plus profillal is rendelkezik.

Loki városnéző kisvonat: A vállalkozást a Büki Lokomotív Kft. üzemelteti. A kisvonat Bük-Bükfürdő területén, kötött vonalon, menetrend szerint közlekedik. A városnéző jármű menetrendje a honlapján olvasható, mely nem túl modern megjelenésű, de a szükséges információk megtalálhatóak rajta. A vállalkozás Facebook megjelenéssel, és Instagram oldallal nem rendelkezik.

MG EV Catering: Fertőrákosi Barlangszínház vendéglátó egységét üzemeltető vállalkozás. A barlangszínházhoz kapcsolódó események alkalmával kerül jelentősebb figyelembe, a témapark látogatói részére kínál felfrissülési lehetőséget a mindennapokban. Működését a barlangszínházhoz szervesen kapcsolódó rendezvényszervező népszerűsíti. Digitális jelenléttel nem rendelkezik, a kérdőív kitöltésével véleményét csak részlegesen tárta a kérdező elé.

Napsugárpark: Bük szívében várja a játszani vágyó gyerekeket és felnőtteket. Mind kül-, mind beltéren számos játék, mászó ugráló lehetőség vár a kicsikre, a felnőttek pedig szórakozva tölthetik idejüket a Bowling, vagy éppen a Fitness termekben, ahol az edző gépek mellett fallabdapálya is van. Szabadtéren minigolf és játszótér teremt szórakozási lehetőséget. 90 m² kültéri pályán pedig, akár rövidnadrágban is lehet korcsolyázni. A honlapon elérhető minden fontos információ a vállalkozásról, Facebook és Instagram oldallal is rendelkezik.

Pannónia Hotel: Sopron város szívében található a szálloda, Sopron, legrégebbi múlttal rendelkező patinás szálláshelye, ahol az évek során sok neves személyiség szállt meg átutazóban, pihenést keresve, vagy éppen politikai események tárgyalásain résztvevőként. A szálloda a mai napig őrzi hagyományait, de mindig figyelemmel kíséri a modern elvárásokat és igyekszik azokat kielégíteni. A digitális megjelenés és jelenlét a vezetésnek éppen olyan fontos, mint a térség turisztikai fejlesztésének ösztönzése. A jelenleg ismert social csatornák közül jelen van: Facebook, Instagram, Twitter Tipadvisor, Google maps. Törekvése, hogy összefogott városi-térségi turisztikai programokkal növeljék a térségbe látogató turisták számát, ezáltal a vendégéjszakákat.

Péter Büfé Bükfürdő: A bükfürdői fürdő nyári bejáratának közelében található büfé a strand és a külső utca felől is megközelíthető. Elsősorban gyors ételek készítésével foglalkozik. A hamburger félék, lángosok adják a kínálat, jelentős részét. Facebook oldalán sok bejegyzés méltatja az ételeket és a kiszolgálás színvonalát. Találunk itt adatokat a vállalkozásról, képeket az ételekről és a vendégek mellett a személyzetről.

Sá-Ra Termál: A Fertő-tájon, Hegykőn található kis fürdő, meleg-hidegvizes kültéri medencékkel, gyógymedencékkel és beltéri gyógy és élménymedencékkel rendelkezik. A fürdő működtetésén kívül, apartmanok és kemping működtetésével és gyógyászattal is foglalkozik. A látogatók között nagy számban vannak jelen a térség településeiről érkező vendégek, de sok visszatérő kül- és belföldi turista is vendégkörük része. Folyamatban levő fejlesztései: fürdő bővítésre és egy magasabb igényeket kielégítő szálloda építése, melynek átadási határideje 2021, év vége. A fürdő honlapján tájékozódhatunk a fürdőről, az apartmanokról és az ajánlott gyógykezelésekről. Instagram és Facebook oldaluk is van.

Sopron Hotel: Sopronban, a várost elkerülő út mellett található a régi várfal tövében a négy csillagos szálloda. A belváros néhány perc sétával elérhető. A határ Ausztria felé pedig nagyon közel van és az elkerülő út innen könnyen megközelíthető. Ideális találkozóhely üzleti megbeszélésekre, de ügyfelek között minden korosztály képviselteti magát, aki városi közegben szeretné pihenését tölteni, mégis nyugalomban. Különlegessége, hogy a szálloda mellett, különálló épületben, már a régi Poncichter (=Bohnenzüchter=Babtermesztő a németajkú gazdálkodással foglalkozó lakosokat hívták ezen a gúnynéven, majd a kifejezés átment a köztudatba) negyedbe benyúló két apartmanház, s nagyobb társaságok, vagy családok számára is kényelmes szálláshelyet biztosít. A honlapról itt is tájékozódhatunk az aktuális ajánlatokról, árakról, és a környék ajánlott időtöltési lehetőségeiről. Ezen kívül a social média csatornáin is hirdetik a szállodát: a Facebook, Instagram, Tripadvisor, és a Twitter fórumokon keresztül. Online szállásfoglalás a honlapon keresztül is lehetséges.

Soproni Kisvona: A vállalkozásnak szép és modern honlapja van, melyről megtudhatjuk a programajánlatot, az árakat, egyéb szolgáltatásokat. Komplex programokat szerveznek, nem csak a belvárosban, hanem a város körül és Fertőrákos (Fertő-tó) környékén is. Rendezvényekre, kirándulásokra is ajánlják a járműveket, ahol idegenvezetéssel egybekötött túrákat tehetnek az érdeklődők. A honlap mellett Instagram és Facebook oldalakon is rákereshetünk a vállalkozásra.

Stefanich Pince: A pincészet a Soproni Borvidékhez tartozó Kőszeg és környéki bortermelő területen tevékenykedik, Pincéje Cákon van. 10 hektáron termeszt piros és fehér szőlőt, melyet a több generáción átívelő hagyományoknak megfelelően érlelnek borra. Elsősorban folyó borait értékesíti, de szállít a környékbeli vendéglátó egységek részére palackozott boraiból is. Családi vállalkozás, a többi megkérdezett borászathoz hasonlóan szervez borkóstolásokat. A vállalkozás a Kőszegi Bor honlapon jelenik meg, a Soproni Borvidék oldalán is megtalálható, de önálló honlappal nem rendelkezik, viszont önálló social média oldala van a Facebookon és az Instagramon is.

Taschner Bor és Pezsgőház: A borászat 29 hektáron művel szőlőtermő területet a Soproni Borvidéken, Sopron központtal. A több generációs hagyományra visszanyúló gazdaság, ma is a család tulajdonában van, a tulajdonosok aktív résztvevői a soproni boréletnek, nem csak termékeikkel, a szolgáltatások népszerűsítéséért, a térségi borászok összefogásáért is sokat dolgoznak. Honlapjukról nem csak saját pincészetükről, de a régió adottságairól és történelmi múltjáról is olvashatunk.

Vincellér MPS Kft:

A három család (Molnár-Pieler-Sásdi) tulajdonában lévő pincészet 1986-ban készítette első két borát, azt egy 1972-es telepítésű kékfrankosból és egy 1979-es Zweigeltből. Az egyik alapító id. Molnár Tibor a két fia, Ákos és Tibor éppen ebben a két évben születtek. Ifj. Molnár Tibor (Titi) 2011-ben vette át a pincészet vezetését. A feldolgozó Fertőbozon található, a pincészet itt alakította ki közvetlenül az út mellett borozóját és vinotékáját is, de Sopronban, a Hőflányi utcában termelői borboltot is üzemeltetnek. A honlap valószínűleg megújulás alatt van, csak alapoldal található. Rendelkezik Facebook és Instagram oldallal is.

Zsirai Lovarda: A lovarda az osztrák határ menti Zsírán található. Öt saját lóval rendelkeznek, foglalkoznak bértartással, oktatással, pálya bérbeadással és születésnapú zsúrok szervezésével. Tartanak lovas táborokat gyerekeknek több korosztályban. A szépen kialakított istálló és lovaspálya minden évszakban várja az érdeklődőket. A vállalkozás honlapján a hasznos információkon kívül szép képek között nézelődhetünk és tájékozódhatunk az árakról is.

Elsőként a térségre, illetve egyes településekre, valamint kiemelten a Fertőtájra vonatkozó asszociációkat vizsgáltuk. Szerettük volna tudni, hogy mik a térséggel kapcsolatban elsőre megfogalmazódó válaszok. Ezekre az alapvető információkra több okból is szükség van. Egyrészt egy professzionális kutatás indításaként fel kell oldani a kérdezettben lévő esetleges feszültségeket, és olyan kezdeti kérdésekkel kell indítani, melyekre lényegében gondolkodás nélkül és szívesen válaszolnak az emberek. Másrészt nem elhanyagolható az sem jelen tanulmány kapcsán, hogy megjelenik e a digitalizáció, vagy a családbarát aspektus az említsek során. Végül pedig azért is jelent megkerülhetetlen információt, mivel a digitális szolgáltatás- és jelenlétfejlesztés kezdetben nem vállalhat el élesen attól a képtől, ami az itt élők, az lévő turisztikai szolgáltatók fejében él.

E kérdéscsoportra adott válaszok egy meglepő, ám digitális vonatkozású hiányosságra is fényt derített. Ezek szerint erősíteni szükséges a térségi belső kommunikációt, valamint az egységes fellépést. A digitális jelenlét egységessége, szükségessége ezen belső kommunikációban nagy hangsúlyt kell, hogy kapjon. Az egységes arculat, imázst kialakítása - mint ahogyan az a feladatkiírásban külön kiemelésre is került („családbarát”) - nehezen elképzelhető egymást erősítő, és egy minimum színvonalat elérő digitális jelenlét és aktivitás nélkül. Ha erre vonatkozóan nem kapnak iránymutatást a térségi szolgáltatók - sőt a felmérések szerint nyilvánvalóan, hogy ezen túl komoly képzést is - akkor a digitális jelenlét nem fog fejlődni a Sopron-Fertő térségben. A térség önálló identitással jelenleg nem bír, jellemzően a külön-külön is meghatározó turisztika elemek kerültek említésre (bor, természet, gyógyvíz) térségi szinten. A fentiek tükrében, a településenként kapott válaszok sem okoztak nagy meglepetést. A digitalizáció sehol sem jelent meg. Büköt egyértelműen fürdővárosként azonosították be, ahol a gasztronómia is említést érdemel, Sopronnál a bor, a történelmi- és kulturális értékek jelentek meg. Tájegységi szinten, azonban már elgondolkodtató eredményeket kaptunk. A Fertő-táj, mint világörökségi helyszín egyértelműen a Fertő tóval és a természeti értékekkel azonosult az emberek gondolatvilágában, a Soproni Borvidék esetében azonban több helyen semmilyen asszociáció nem történt, többségében azonban a kékfrankossal azonosították be. A Visszacsatolva a térségi identitás, a digitalizáció és a részben ebből is fakadó kommunikációs hiányosságokra három választ külön kiemelnénk, melyeket az eddig taglalt kérdésre kaptunk („Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom, hogy Sopron-Fertő kiemelt turisztikai térség?”).

1. „semmi”

2. „jól hangzik, kétely a különböző szolgáltatások összehangolásában”
3. „Fertő tó, Sopron, Bük nem tartozik bele”

A desztináció szintű digitális fejlesztést roppant mód nehezíti, ha az itt munkálkodó szereplők sem tekintenek magukra egy desztinációként.

A digitalizációs fejlesztési készséget az anyagi, és HR lehetőségek rendelkezésre állásán túl, nagymértékben befolyásolja, hogy milyenek a turisztikai szereplők várakozásai. A desztináció általános helyzetét a régióban inkább negatívnak értékelik, melyre minden bizonnyal a vírushelyzet is hatással volt, hiszen többször is említésre került. De azok a megjegyzések, mint „elhanyagolják, nem foglalkoznak vele, nem jó” mélyebb gyökerű, strukturális problémákra utalnak. Ha digitális fejlesztés témakörét kellő felelősséggel és körültekintéssel vizsgáljuk, nem mehetünk amellett a tény mellett, hogy ennek első lépéseként a készségeket és képességeket kell megteremteni helyben. Nyilvánvaló, hogy egy desztinációt fejleszteni a leghatékonyabban a digitális csatornák alkalmazásával lehet 2020-ban. De ehhez kell, hogy ennek a szükségességéről az érintettek is meg legyenek győződve, valamint olyan rendszerszintű problémák orvoslásra kerüljenek, melyek hierarchikusan megelőzik azt, a gazdasági szereplők szükségletpiramisában.

Vannak azonban biztató fejlemények is. Ahogy a turisztikai szolgáltatókat arról a településről kérdeztük, ahol tevékenykednek, a kapott válaszokból az a kép rajzolódik ki, hogy helyben az információáramlás könnyebben megoldható, hatékonyabb. A digitális megoldásokkal szemben azonban az analóg megoldások (pl.: hirdetmény) dominálnak.

Szintén fontos, és tanulmány szempontjából releváns információ, hogy a kapott válaszok alapján a többség elégedett a turizmus helyzetével adott településen, ám a változás iránti igény mindenhol felmerült. Arra azonban nem érkezett érdemi javaslat, hogy ezt milyen szolgáltatási-mix-szel, új kínálattal, milyen eszközökkel kívánják megvalósítani, vagy érzik elérhetőnek. Úgy véljük, hogy jelen tanulmány megosztásával ehhez a folyamathoz, digitális oldalról megfelelő munícióval szolgálhatunk. A kitörési lehetőségeket számba véve, nem érkezett igazán új, és egyedi válasz. A legtöbb vállalkozás legalább egy évtizede, vagy évtizedek óta tevékenykedik itt, mégis a már ismert és felhasznált egyedi jellemzőket jelölte meg USP-ként („egyedi értékesítési ajánlatként”), vagy egyáltalán nem tudott semmilyen különlegességet említeni. Ez digitalizációs oldalról viszont remek kapcsolódási pont, hiszen pontosan ez az a terület, melynek segítségével a már „elfáradt” látványelemek felfrissíthetők, új élményfaktorokkal bővíthetők, például az augmented reality, vagy különböző alkalmazások fejlesztésével, digitális eszközrendszer installálásával.

A digitalizáció területét érintve a kép még sokkal lehangelőbbé válik. Abszolút többségben vannak azok, akiket egyáltalán nem érdekel, vagy nem érzi szükségét annak, hogy a térség, a település digitális felkészültségével, jelenlétével foglalkozzon, de egyébként azt megfelelőnek tartja. Az egyik válasszal lehet talán a legjobban összefoglalni a tapasztaltakat: „alapvető dolgok megvannak, az erősségük kérdéses, kevés a fizetett és célzott hirdetés”. Majd háromnegyedük igyekszik távol tartani magát az online megoldásoktól, és jó részük nem is hisz bennük. Mindez komoly jelzés a desztinációs szakembereknek, és úgy általában minden turisztikai szolgáltatónak. Érdemes lenne néhány valóban hasznos, és előremutató tanulmányutat szervezni számukra. Ugyan tanulmányunkban igyekszünk több előremutató példát is bemutatni Magyarországról és a világból, de a kézzel fogható megtapasztalás, különösen olyan vállalkozó körben, mely saját bevallása szerint is berzenkedik a digitalizáció legalapvetőbb megoldásaitól, kérdéses ezek meggyőző ereje.

Nem meglepő talán, ha saját vállalkozásuk esetében, még a haladóbbak is a közösségi média, és honlap használatával maximálisnak értékeli online jelenlétét. Nem véletlen az a félelem sem, hogy kiszorul a térség a turisztikai térképről, hiszen a szegényes digitális eszköz-, és megoldás használat ellenére nem igazán terveznek e téren fejlesztést a vállalkozások. Egy-két üdítő kivétel ugyan akad, de az általános kép nagy lemaradást mutat. Talán a vásárlók, vendégek megszólítása lehet az a terület, amin keresztül elkezdhető a vállalkozók digitális felzárkóztatása, edukálása, mivel itt azért szinte kivétel nélkül felbukkannak online csatornák. Bár térségi szinten multikulturális kép rajzolódott ki az ide érkező

turistákról, ez az egyes szolgáltatóknál már nem mutatkozik meg, többüknél a haza vendégek jelennek meg.

A célcsoportelemzésünkben is látható, hogy digitalizáció nélkül vajmi kevés eséllyel száll ringbe a térség, és adott turisztikai szereplő a minőségi vendégekért folytatott harcban. A digitalizáció mellett az általuk kínált családbarát szolgáltatásokról is kérdeztük az érintetteket. Mindössze három olyan turisztikai szereplő akadt, akik felkészültnek érezték magukat arra vonatkozóan, hogy családbarát vállalkozásként definiálják szolgáltatásaikat. Az említésre került szolgáltatások:

- ugráló kötél, focizási lehetőség, rajzszarok;
- játszótér, grillezési lehetőség;
- igen, játszótér, homokozó, kutya-barát hely;
- must;

Ezen szolgáltatásokhoz akár direkt, akár indirekt módon sem kapcsolódik semmilyen digitális megoldás, azonban pusztán jelenlétük is örömdetes, és a későbbiekben jó alapot képeznek digitalizációs családbarát szolgáltatási elemek fejlesztéséhez.

A kutatások summázásaként elmondható, hogy mind térségi-, mind egyéni szinten súlyos elmaradással küzd a térség a digitalizáció és a családbarát imázs kialakítása terén. Azonban az alulról jövő kezdeményezések és a vélemények megfelelő csatornába terelésével a szükséges fejlődés elindítható. Van nyitottság és igény az együttműködésre, de ehhez megfelelő információ-ellátottságot kell biztosítani. A digitalizációs forradalmat viszont felülről vezényelten kell elindítani, képzésekkel, jó gyakorlatok bemutatásával, tanulmányutakkal, gazdaságossági számításokkal alátámasztva.

Az egyes szolgáltatókat kértük, hogy saját felkészültségük, helyzetük mellett közvetlen környezetüket és a térséget is értékeljék.

4.3.2. Turisztikai szolgáltatók között végzett online kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása

A Sopron-Fertő kiemelt turisztikai térség területén tevékenykedő turisztikai vállalkozások számára kiküldött online kérdőív, a szerződésben vállalt 50 db helyett 58 db kérdőív kiértékelése történt meg. A végeredményt kérdésenként haladva tartalmazza jelen tanulmány.

A kutatást a térség turisztikai szereplői között végeztük. A válaszok területi elosztás szerint: 19 fő válaszadó Bük—Bükkfürdő; 14 fő Fertő-táj és 25 fő Sopron és környéke településekről küldte vissza a kérdőívet.

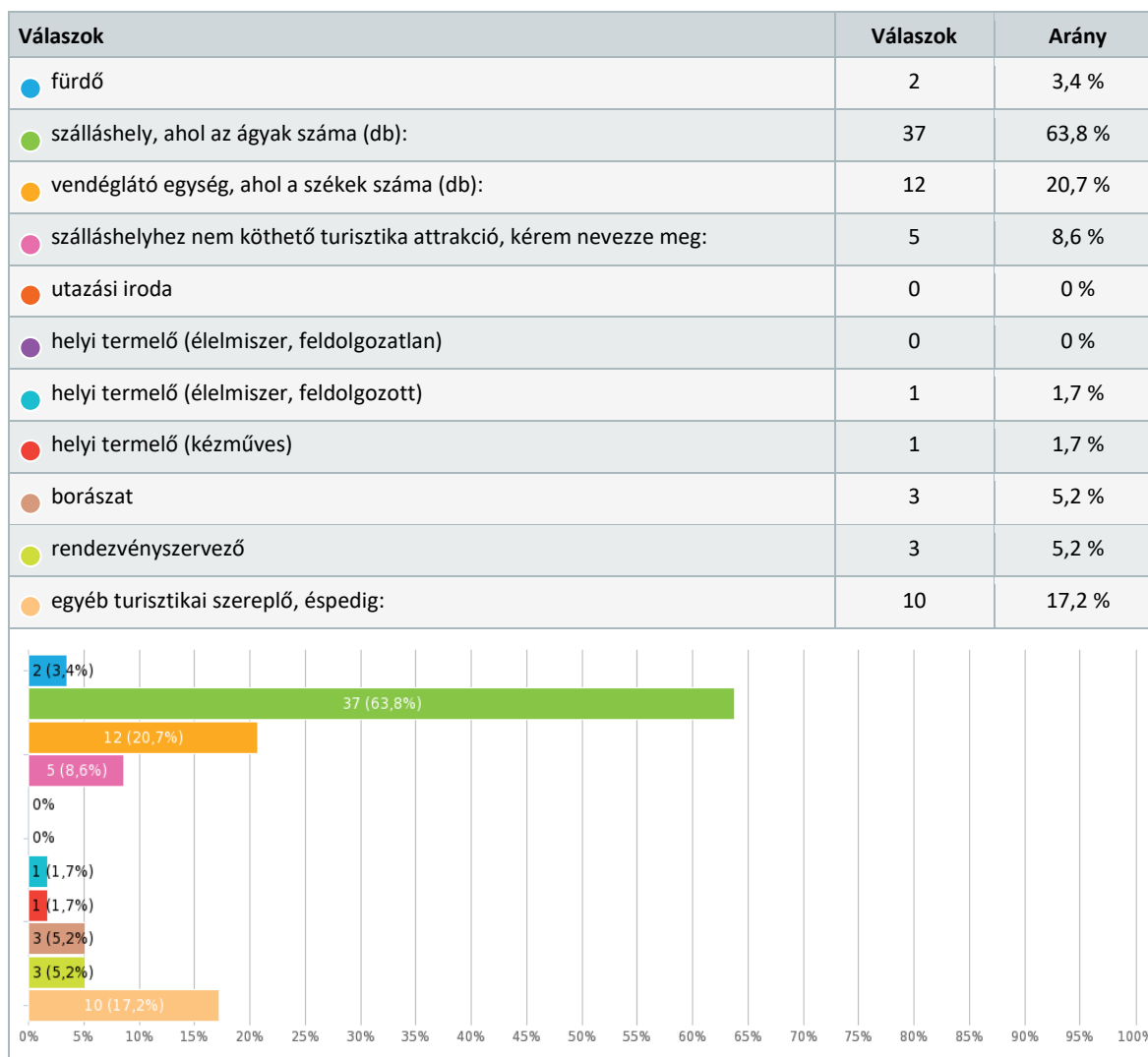
A résztvevők többsége szálláshelyek üzemeltetésével és vendéglátással foglalkozó vállalkozás, 37-en foglalkoznak szállásadással, több mint 2950 vendégágygal rendelkeznek, 12-en vendéglátással, összességében több, mint 1550 székszámmal. A kérdőívet kitöltő egyéb irányultságú vállalkozások között találunk: fürdő szolgáltatással, szállásszervező, élményvonatozással, hajózással, fotózással, aktív turisztikai élmények szervezésével, városnézés szervezéssel, hőlégballonos élménytúra szervezéssel, parkerdő fenntartással foglalkozókat, de van, aki látványpincét, borteraszt, jármű bérbeadást, helyi termelőket vagy éppen múzeumot képvisel.

A megkérdezett és választ adott turisztikai résztvevő vállalkozások közül 33 vállalkozás biztosan 2010 előtt alakult (erre a kérdésre nem válaszolt minden résztvevő).

Alkalmazotti állomány tekintetében: 12 részvevő vállalat maximum 5 főt foglalkoztat, 6 db 6-10 fő közötti alkalmazottal rendelkezik, 6 vállalkozás 11-50 fő közötti létszámmal működik, 50 fő feletti

létszámú 6 megkérdezett, 28 fő pedig egyéni vállalkozó, vagy nem töltötte ki a kérdésre a választ (6 üres válasz).

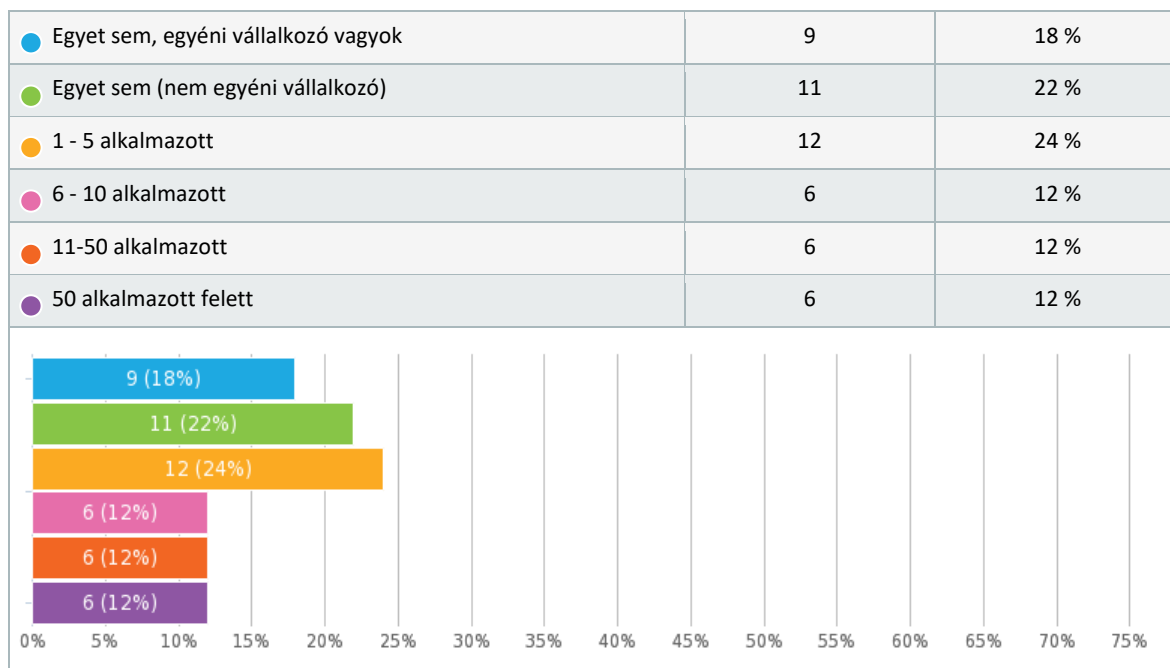
Mely üzletágban végzi tevékenységét?



Sajnálatos tény, hogy mind a mélyinterjúk, mind pedig a kérdőíves lekérdezés során a térség legnagyobb fürdője elzárkózott az információnyújtástól, így esetükben nem tudtunk elsődleges adatokból kiindulni. A hegykői fürdőtől sikerült mélyinterjú során visszajelzést kapnunk. A válaszadók karakterisztikájához még további adalék, hogy döntő többségük több, mint tíz éve üzemel, a szálláshelyek kapacitásukat tekintve tág határok között szórtak az egy-két ágygal rendelkezők mellett a több száz férőhellyessel bezárólag, míg a vendéglátóegységek átlagos 80 szék üzemméretbe tartoztak.

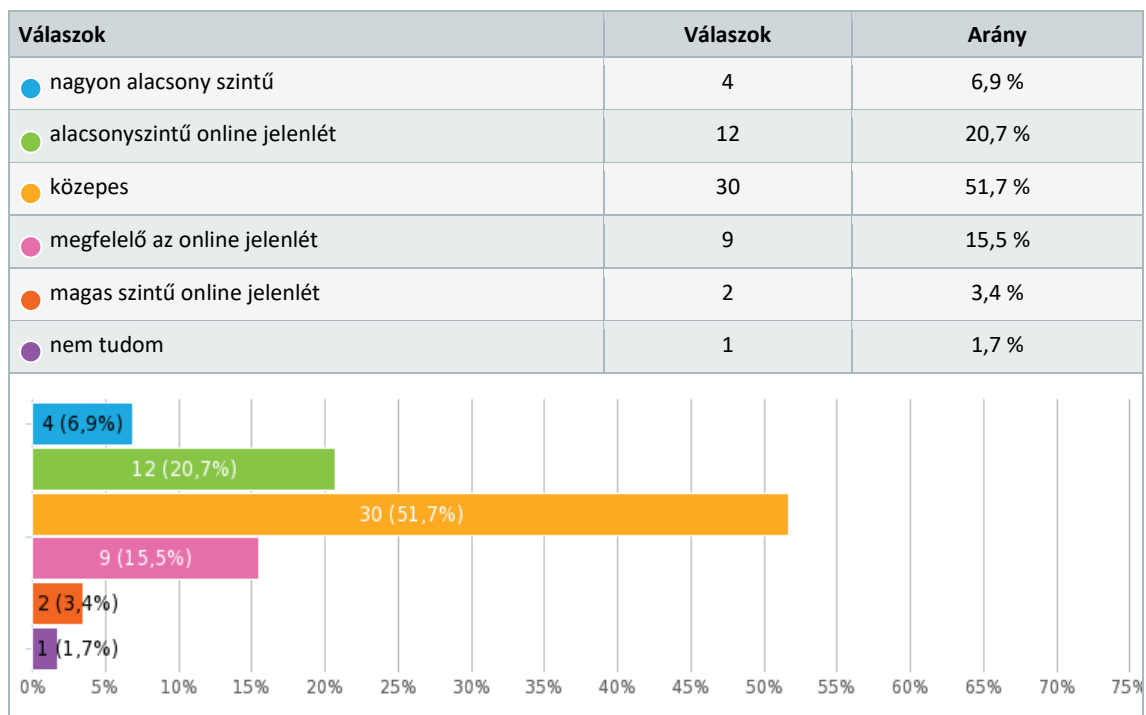
Hány alkalmazottat foglalkoztat?

Válaszok	Válaszok	Arány
----------	----------	-------



Véleménye szerint milyen szintű online jelenléttel rendelkezik települése és környéke turisztikai szempontból?

A kérdésre, a válaszadók 79,4%-a közepesnek, vagy annál gyengébbnek értékeli az online jelenlétet és csupán 18,9% gondolja megfelelőnek, vagy annál jobbnak.



A térség digitális jelenlétének megítélése elsőre talán elégségesnek tűnhet, azonban árnyalja a képet, hogy mindez egy olyan szolgáltatói kör véleményét tükrözi, melynek saját online jelenléte

sem éri el általánosan a kívánatos szintet. Mindezek tükrében érdemes nagyobb hangsúlyt helyezni a kritikai hangokra, annál is inkább, mivel a megkérdezettek közül, minden negyedik vállalkozás nem elégedett térsége online jelenlétével, és csupán 19% érzi úgy, hogy az elvárt szintet eléri, vagy meghaladja.

A kérdőív összeállítása során nem lehetett megkerülni azt a tényt, hogy 2020 első felében kirobbant járvány lényegében letarolta a turisztikai szegmenst. A pandémiás helyzet új szituációt teremtett, új fogyasztói igények és trendek formálódtak, formálódnak, melyekben egyre nagyobb teret nyernek a digitális megoldások. Tanulmányunk csak akkor adhat valós képet, és támpontokat a következő évek cselekvéseire vonatkozóan, ha ezeket a tényeket nem hagyja figyelmen kívül, így kutatásunkban is érintettük ezt a területet. Helyzetfelmérésünket a szolgáltatói kör saját magukra vonatkozó, szubjektív vélemények gyűjtésével folytattuk.

„Mi változik várhatóan leginkább?”

E fontos kérdésre kapott válaszok, nyilvánvalóan digitális oldalról is szükséges, hogy ismertek legyenek. Elég csak az online megoldások pandémiás helyzetben történő felfutására gondolni, vagy ugyanezen helyzet szülte korábban alig alkalmazott digitális eszközrendszer használata, melyek az érintésmentességet, és a személyes kontaktok számának minimalizálását támogatják.

A járványügyi helyzet számos korábban megingathatatlanak tűnő sztereotípiát és fogyasztói szokást felülírt, melyekre digitális választ kell adni. Míg a többség egyértelműen, és magától értetődően a negatívumokat domborította ki, addig akadtak olyan válaszok is, melyekből a kitörési lehetőségek is felvillantásra kerültek. A 2020-as év tavaszi történéseinek eredményeként egyértelműen:

- kevesebb turista, visszaeső foglalás mutatkozott, és lassú felépülés várható;
- csökken a vendégéjszaka szám;
- a külföldiek aránya csökken;
- változnak a fogyasztói szokások;
- átalakul a vendégigény és összetétel;
- nagyobb hangsúly helyeződik a biztonságra és a higiéniaára;
- nehezebbé vált az előre jelezhetőség, növekszik a bizonytalanság;
- csökken a költési hajlandóság, csökken a vásárlóerő;

Am a megkérdezettek várakozásai szerint:

- több hazai vendég várható majd;
- a kisebb szálláshelyek előtérbe kerülnek, a nagyobb hotelek helyett;
- az emberek egyre több egyedi élményt keresnek;
- a természeti-, természet közeli szállások iránti igény erősödhet;

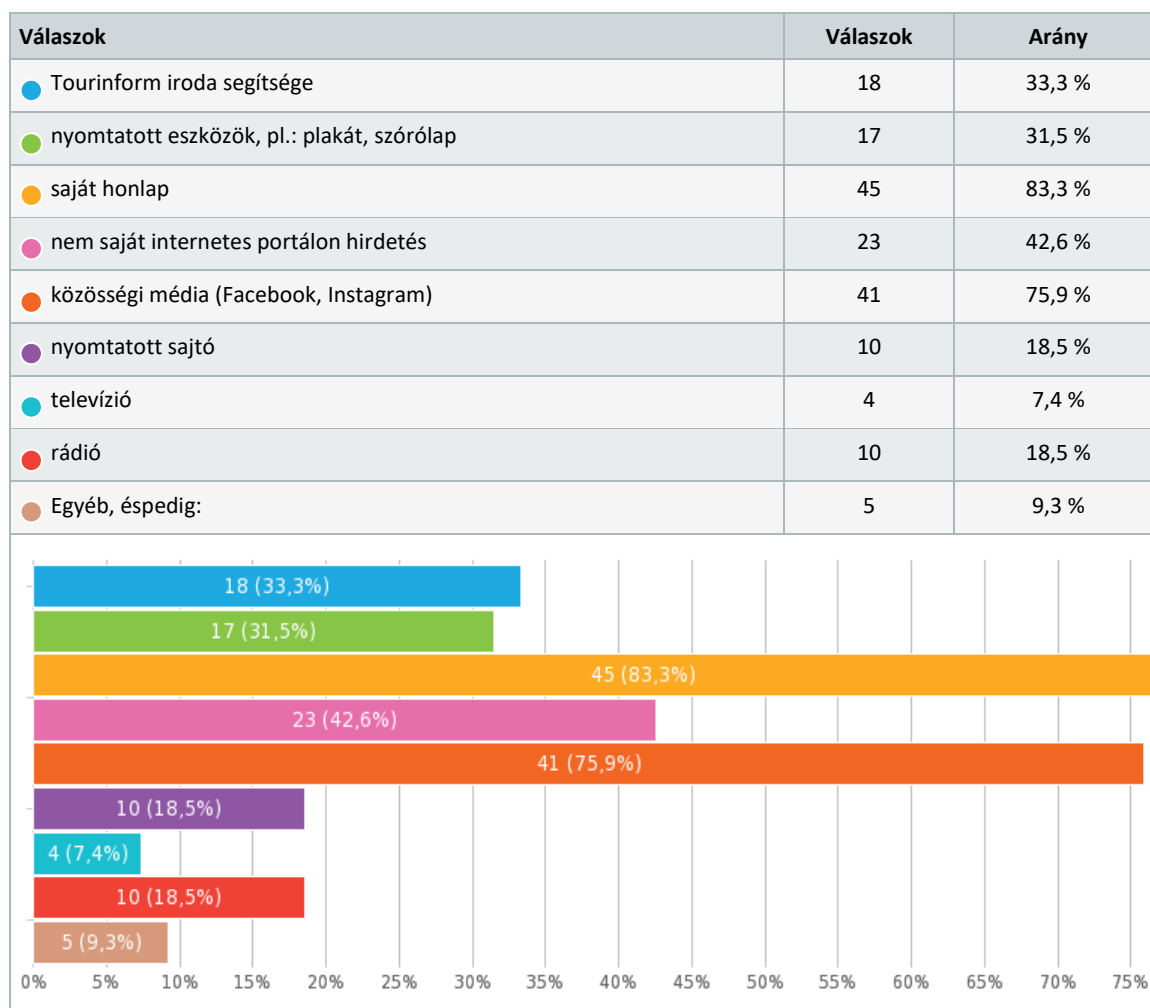
Külön kiemelendő az un. last minute foglalások és lemondások növekvő aránya. Az emberek az utolsó pillanatig kívánnak utazási döntésük meghozatala során, hiszen nem tudhatják hónapokkal előre, hogy milyen járványügyi intézkedésekkel kell számolniuk. Pontosan ugyanezen okból kifolyólag a megfelelően rugalmas vendégkezelés digitális eszközrendszerének bevezetése talán sohasem volt ennyire időszerű követelmény.

Tanulmányunk központi kérdésköre a digitális felkészültség és jelenlét, ennek az eszközcsoportnak kiemelt szerepe van a járványügyi helyzet kezelhetőségében, és az abból történő minél gyorsabb kilábalásban. Első lépés a célcsoportok elérhetősége, a megfelelően megválasztott kommunikációs csatornák. Jelen helyzetben, illetve a kommunikációs és fogyasztói trendek ismeretében még egyértelműbbé válik, hogy a nyomtatott eszközök súlya és hatékonysága egyre inkább csökken.

Ezért különösen fontos volt megismerni, hogy a turisztikai vállalkozások milyen csatornákat használnak e területen.

Mely kommunikációs csatornákat alkalmazza a vevői/ vendégei elérése kapcsán?

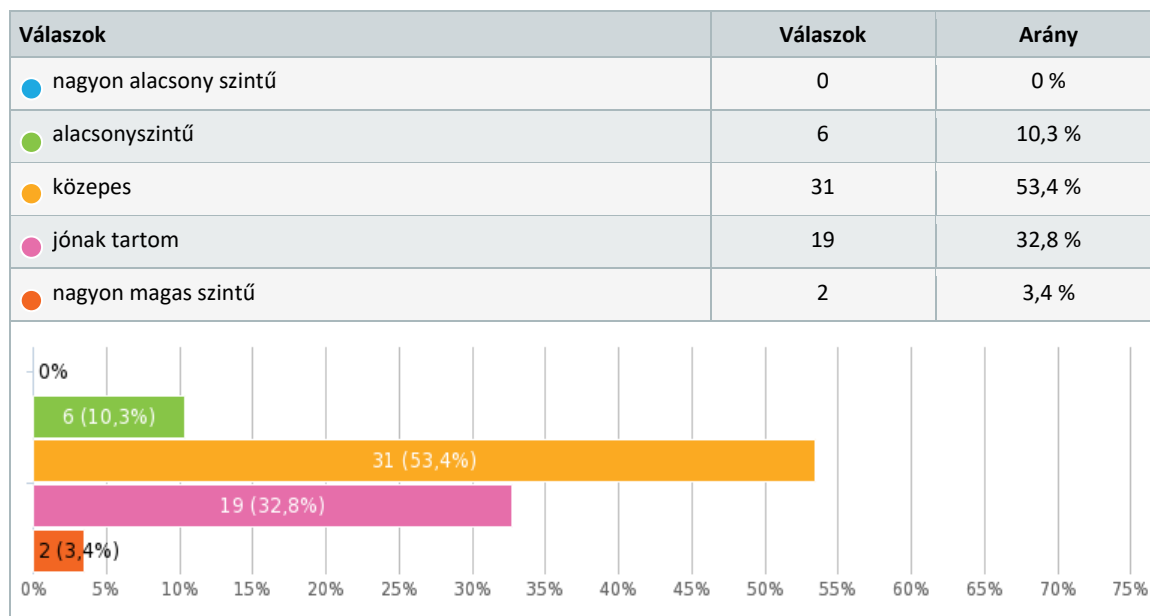
Több lehetséges válasz volt. A legtöbben a saját honlapot jelölték meg, ez 45 szavazatot kapott (83,3%). Népszerű még a közösségi média csatornája, amire 75,9%-ban alkalmaznak. 42,6%-a a szavazatoknak a nem saját internetes portál hirdetését jelölte meg, majdnem egyenlően használják a Tourinform iroda segítségét (36%) és a nyomtatott eszközöket (32%). Legkevesebben, sorrendben a televízió (8%), a nyomtatott sajtó (18%) és a rádió (20%) használatát sorolták fel. Az egyéb csatornákat használó válaszadók 5%-ot tettek ki és a felsorolásban a szállásközvetítő oldalakat jelölték meg legtöbben, illetve rendezvényeken való részvételt említették még.



Jó hír, hogy jelentős túlsúly mutatkozik az online jelenlét javára, melyet döntően a saját honlap működtetése jelenti, és majdnem ugyanekkora arányban alkalmazzák a közösségi médiát is a térség turisztikai szereplői, a válaszok alapján. A különböző online platformokat (foglalási-, szállásközvetítő oldalak, stb.) majd minden második megkérdezett beillesztette kommunikációs mixébe. A kérdést mégis tovább árnyalják a következő válaszok.

Milyennek ítéli meg saját vállalkozása internetes jelenlétét?

A saját vállalkozás online jelenlétét senki nem tartja nagyon alacsony szintűnek, vagyis a résztvevők közül minden vállalkozás képviselteti magát valamilyen formában. 10,3% alacsony szintet jelölt meg. A legtöbben 53,4% közepesnek, 32,8% jónak és csak 3,4% tartja nagyon jónak az online térben való megjelenését.

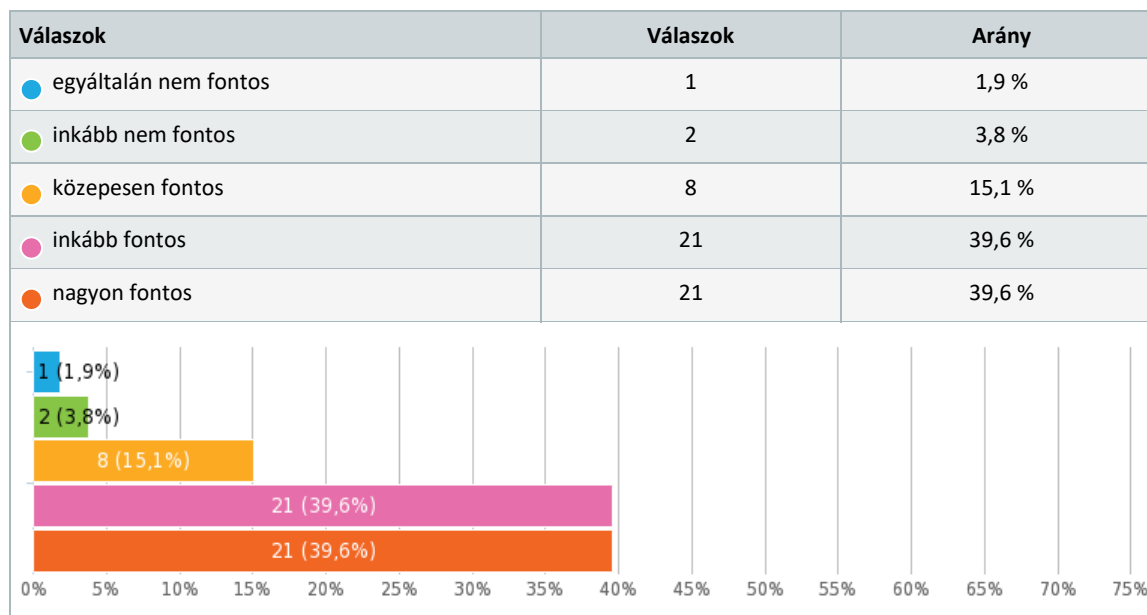


Ez utóbbi kérdést talán akként is értelmezhetjük, hogy mind mennyiségében, mind minőségében milyenek érzik a vállalkozások online jelenlétüket. A szekunder kutatás adatai szerint, piaci összehasonlításban a térség digitális megjelenésének minősége közepesnek mondható, és ugyanez köszön vissza a kérdőíves lekérdezésben. Érdekes további vizsgálatok tárgyát képezheti az a 34,6%, akik jónak ítélték meg digitális jelenlétüket. Nyilván a szubjektív szerepét nem becsülhetjük alul, melyben saját vállalkozásunk megítélése pozitívabb szemüvegen keresztül történik, és kevésbé kritikus, mint akár a konkurenciáé. Ugyanakkor nem eldönthető, hogy milyen online, számítástechnikai ismeretek birtokában hozták meg értéktételeiket a válaszadók, így nem zárható ki, hogy csupán azok esetleges hiányából fakadhat a „jó” minősítés. A kutatás során megkérdezettek által említésre került, hogy a térségben számos jó gyakorlat is fellelhető a digitalizációra, így a felső harmadban valóban értékes és követendő példák is szerepelnek. A jövőbeni előrelépés esélyét nagyban befolyásolja, hogy a mostani állapot megítélésén túl, mennyire érzik a cégek további digitális fejlesztések szükségességét, és mik azok az előnyök, amiket várnak ezek megvalósulásától.

Véleménye szerint a versenyképesség szempontjából mennyire fontos cégének a digitalizáció?

A tanulmány szempontjából egyik talán legfontosabb kérdésre, a megkérdezettek 1,9%-a azt a választ adta, hogy egyáltalán nem fontos. Elgondolkodtató, még akkor is, ha ez csak egy szavazatot jelent, hiszen jövő elvárásainak szemelőt tartása a vállalkozás fennmaradásának alapja. 3,8% szerint inkább nem fontos, 15,1% szerint közepes a fontossága, de a válaszok nagy része 79,2% szerint, fele-fele arányban, a digitalizációt fontos (39,6%), vagy nagyon fontos (39,6%) feladatnak tekinti. A

véleményekből is azt látjuk, hogy a térség szereplőinek nagy része felismeri a vele szemben felmerülő igényeket és követelményeket.

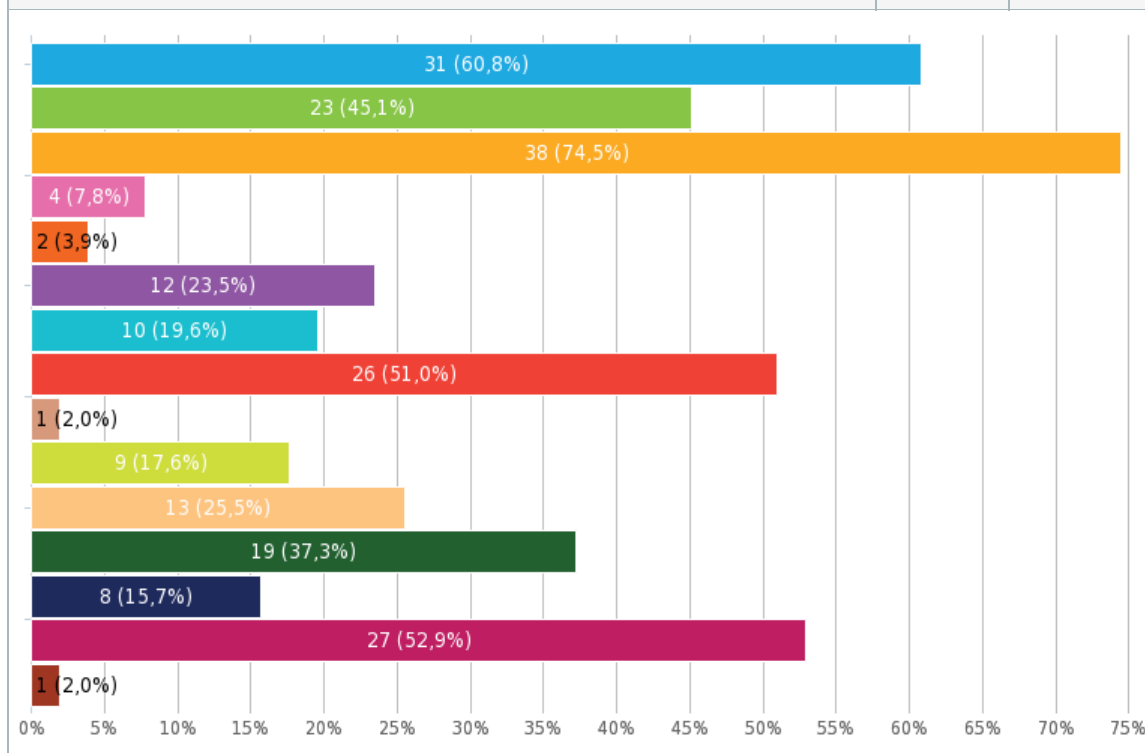


Ön szerint milyen előnye származhat a digitális megoldások alkalmazásából?

A digitális szolgáltatások használatából származó előnyöket (itt is több választ lehetett megjelölni), legtöbbször 74,5%-ban hatékonyabb működésben, a vállalkozások 60,8%-a piaci előnyök szerzésében találja érdekesnek. 51% szavazatot kapott, hogy a digitalizációval a vevői igények magasabb szintű kielégítése válik lehetségessé és egy kicsit magasabb 52,9%, hogy mennyire tartják fontosnak, az így elérhető külső, belső kommunikációt. 45,1% szavazatot kapott az új piacokra való bejutás lehetősége, 37,3 % a növekvő bevételeket reméli, 25,5 % szavaztak a költségek csökkenésére számít, 23,5%-ot kapott a hatékonyabb döntéstámogatás, talán ennek következménye, de csak 19,6% a gyorsabb döntéshozatal, és 17,6% a gyorsabb innováció képesség válasz kiválasztása. 15,7% a munkahelyi körülmények javulását látja a fejlesztés következményeként. A legkevesebb szavazatot a Jobb minőség (7,8%), a javuló ellátási lánc (3,9%), a beszállító igények magasabb szintű kielégítése (2%) és az egyéb: (az egyetlen válasz: semmilyen) kategória kapta. Vagyis a válaszadók számára úgy tűnhet, hogy a digitális eszközök jelenléte és használata a szolgáltatások minőségi ellátásra, javuló ellátási láncokra, beszállítói igényekre, csekély hatással bírnak.

Válaszok	Válaszok	Arány
● Piaci előnyök szerzése	31	60,8 %
● Új piacokra való bejutás	23	45,1 %
● Hatékonyabb működés	38	74,5 %
● Jobb minőség előállítása	4	7,8 %
● Javuló ellátási-lánc	2	3,9 %

● Hatékonyabb döntéstámogatás	12	23,5 %
● Gyorsabb döntéshozás	10	19,6 %
● Vevői igények magasabb szintű kielégítése	26	51,0 %
● Beszállítói igények magasabb szintű kielégítése	1	2,0 %
● Gyorsabb innovációs képesség	9	17,6 %
● Költségek csökkenése	13	25,5 %
● Növekvő bevételek	19	37,3 %
● Munkahelyi körülmények javulása (munkavállalók támogatása technológiai eszközökkel, ergonómia biztosítása, tréningek)	8	15,7 %
● Javuló kommunikáció (belső, külső)	27	52,9 %
● Egyéb, éspedig	1	2,0 %



Egyértelmű versenyelőnyként azonosítják a résztvevők a digitalizációt. Alapvetően három fő területen látják ennek pozitív hozadékait:

- új piacokon megjelenés, meglévő piaci részesedés növelése;
- hatékonyság javulás, mely elsősorban a magasabb jövedelmezőségben jelenik meg, növekvő bevételek révén;
- jobb vendégélmény, az igények szélesebb körű, innovatív kielégítésével, és a javuló kommunikációnak köszönhetően;

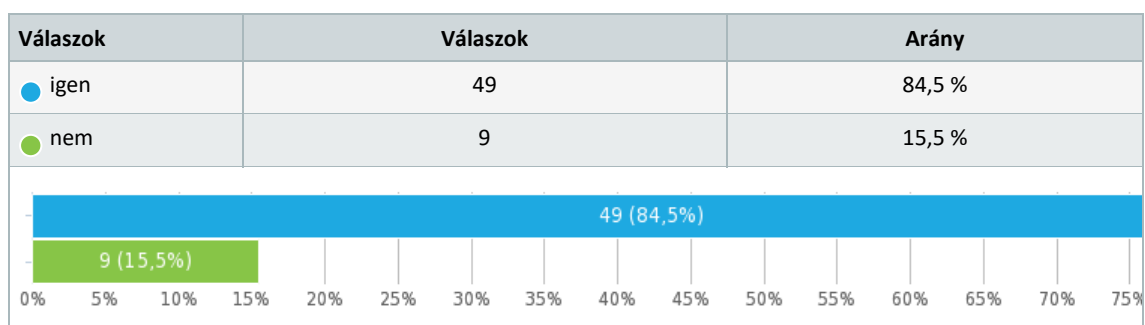
A digitális megoldások így a mindennapi munkaszervezést, új szolgáltatások bevezetését és ezeken keresztül piaci sikereket támogatja. Hogy konkrétan mik ezek a lehetőségek, azokról tanulmányunk további részében térünk ki, ismertetve a digitalizáció trendjeit, valamint különböző okos turisztikai megoldásokat. Azt, hogy jelenleg a térségben milyen arányban, és milyen típusú alkalmazások vannak jelenleg is használatban az alábbi három kérdésből kettős kép rajzolódik ki. Egyrésztől

magas, majd 85%-os arányban megtalálható valamilyen digitális megoldás a vállalkozásoknál, azonban döntően marketing és értékesítés célokat szolgálnak. Ez további vizsgálati lehetőségeket vet fel, értve ezalatt azt, hogy a marketing eszközök a megfelelő minőségben és mixben szolgálják az értékesítést, illetve az ezekkel kialakított kép és üzenetek mennyire tükrözik a valós képet a kínált szolgáltatásokról, termékekről, imázsról.

A szabályozói környezet változásának hatását is jól mutatja a felmérés, hiszen a pénzügyi terület kapott még nagyobb hangsúlyt, feltehetőleg az elektronikus fizetési rendszerek, online pénztárgép és könyvelési, nyilvántartási feladatok digitalizációjának következtében.

Alkalmaznak Önök digitális megoldásokat vállalkozásában?

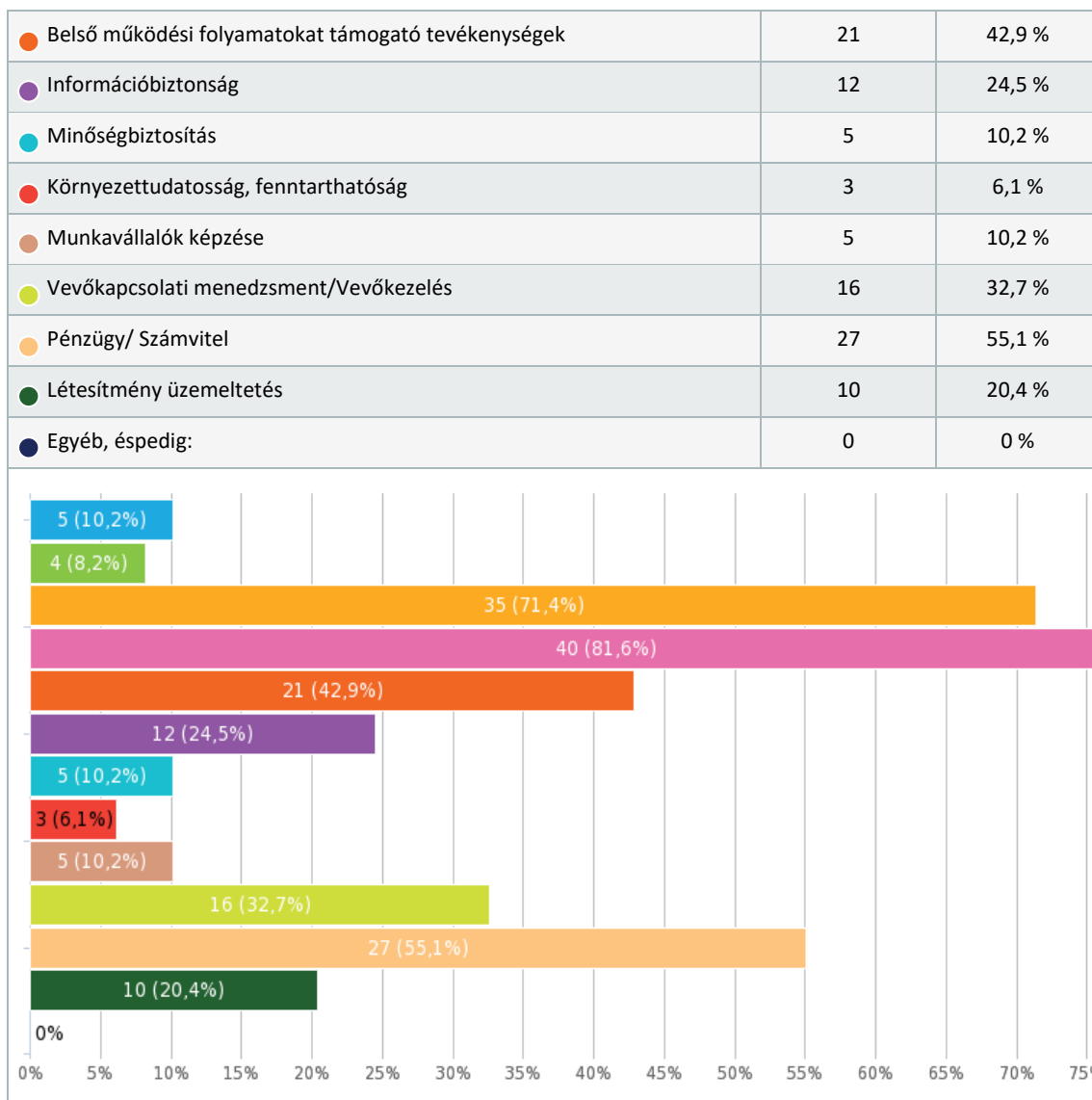
A digitális megoldásokat a megkérdezett vállalkozások 84,5%-a használja, viszont 15,5%-a nem.



Mely területeken alkalmaz digitális megoldásokat pl. CRM rendszer, ügyviteli szoftverek, online kommunikációs felületek, szenzorok, automatizációs rendszerek, vendégkezelő programok stb.?

A digitális megoldásokat alkalmazó vállalkozók a következő területeken alkalmazzák a legtöbbet, sorrendben: marketing terület (81,6%), értékesítés (71,4%), pénzügy/Számvitel (55,1%), belső működési folyamatokat támogató tevékenység (42,9%), vevői kapcsolati menedzsment/vevőkezelés (32,7%), információ biztonság (24,5%) létesítményüzemeltetés (20,4%). Egyformán 10,2%-ban használják a munkaerőképés, a termék/Szolgáltatás előállítás, és a Minőségbiztosítás gyakorlatában a digitalizált eszközöket. A legkevesebben az alap-és segédanyag-/szolgáltatás beszerzés és a környezettudatosság és fenntarthatóság területén hasznosítják a digitális eszközöket. Ebből következtethetünk arra is, hogy pl. a szolgáltatás, beszerzés, munkaerő képzés területén tevékenykedők nem ismerik, vagy nincs lehetőségük a digitális eszközök felhasználására, akár a hozzá kapcsolódó költségek, vagy a kapcsolódó ismeretek hiányában. A legtöbbet a marketing és az értékesítés területét nevezték meg, vagyis az ehhez kapcsolódó, főleg informatikai eszközök, többségében rendelkezésre állnak és a működés során használják is a vállalkozások.

Termék/szolgáltatás előállítás	5	10,2 %
Alap-, segédanyag/szolgáltatás beszerzés	4	8,2 %
Értékesítés	35	71,4 %
Marketing	40	81,6 %

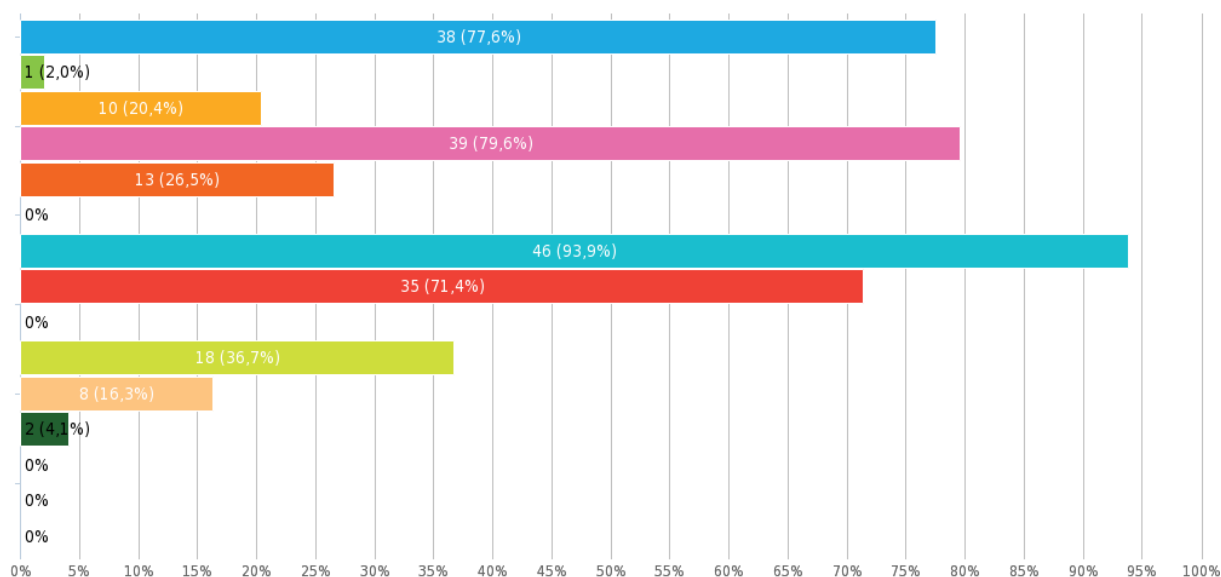


Milyen digitális megoldások alkalmazása jellemző a cégére?

A kérdésre, hogy melyek ezek a konkrét eszközök a választható listából a legtöbb 46 válaszadó, ami a kitöltők 93,9%-a, az internetes megjelenést jelölte meg. 77,6%, ami 38 választ jelent, a mobil eszközöket használja munkája során, egy kicsit több az elektronikus kommunikációt jelölte meg, ez 79,6%. 71,4% Internetes értékesítést is alkalmaz, 36,7% online fizetést rendszeresített, 26,5% iratkezelő rendszerében is digitalizált, 20,4%, azaz 10 válaszadó valamilyen munkájával kapcsolatos elektronikus határidőnaplóban tervez. A legkevesebben használnak eszközöket a szolgáltatásuk folyamat menedzseléséhez (16,3%), és az adatok gyűjtéséhez elemzéséhez (BIG DATA)(4,1%). Senki a kutatásban résztvevők közül nem használja, vagy egyáltalán nem ismert a tudásmenedzsment specializált rendszert (pl. Microsoft Share point) és a Térinformatikai megoldásokat, ahogy a kiterjesztett valóságot (AR) és a Virtuális valóságot sem!

Válaszok	Válaszok	Arány
----------	----------	-------

● Mobil eszközök	38	77,6 %
● Intelligens ügyfélmenedzsment	1	2,0 %
● Digitálizált munkatervezés, elektronikus tevékenység tervező, digitális határidő napló	10	20,4 %
● Elektronikus kommunikáció	39	79,6 %
● Elektronikus iratkezelési rendszer	13	26,5 %
● Tudásmenedzsment specializált rendszer (pl.:Microsoft Share Point)	0	0 %
● Internetes megjelenés	46	93,9 %
● Internetes értékesítés	35	71,4 %
● Térinformatikai megoldások	0	0 %
● Online fizetés	18	36,7 %
● Szolgáltatás/ folyamat menedzsment szoftverek használata	8	16,3 %
● Big Data/Digitális analitika (ügyfél, reklám, működési adatok gyűjtése elemzése)	2	4,1 %
● Kiterjesztett valóság (Augmented reality)	0	0 %
● Virtuális valóság	0	0 %
● Egyéb, éspedig:	0	0 %



Az alkalmazott eszközök vizsgálata csak tovább erősíti azon hipotézisünket, hogy a térségben tevékenykedő turisztikai szereplők a vevő kiszolgálás, a vásárlói élmény, és a vásárló megismerése és kezelése terén jelentős lemaradást mutatnak a hazai- és a világpiaci trendekhez képest. Még az online fizetési lehetőségek is csupán minden harmadik megkérdezettnél biztosítottak. A vevőkről – ha egyáltalán rendelkezésre is áll bármilyen információ – alig gyűjtenek adatokat, különösen releváns adatokat, azokat pedig nem elemzik, nem használják fel az értékesítési folyamat optimalizálására, innovációra és termék-, szolgáltatásfejlesztésre. Egyértelmű üzenet, hogy ennek nem csupán eszköz-, hanem az ismeretanyag hiánya is az oka. Az új technológiák megismertetése, a képzés és fejlesztés ismét csak előkerül eme kontextusban is, megerősítve azon hipotézisünket,

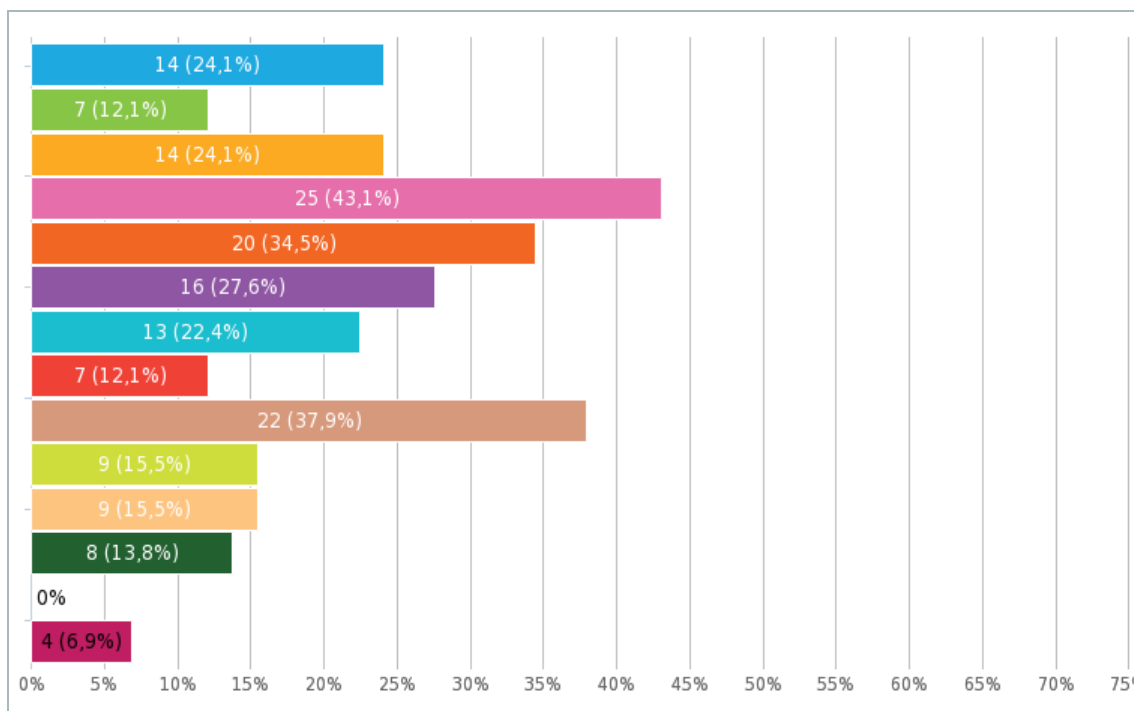
miszerint a problémákra és a lehetőségekre fókuszáló HR fejlesztési program igencsak időszerű a Sopron-Fertő kiemelt turisztikai térségben.

Milyen hátráltató tényezőket érzékel a digitalizációs fejlesztések kapcsán?

Arra, hogy a kutatási területen a digitalizáció miért nem fejlődik, a válaszadásban résztvevők a következőket választották:

Azt, hogy nincs ilyen tényező 6,9% gondolja. 7 választ kapott a külső partnerekkel való együttműködés hiánya (12,1%) és az és az oktatás színvonala, a jogszabályi háttér 13,8%. Egy kicsivel több, 9 választ kapott a túlzott kézzel végzett tevékenység és a kommunikációs nehézségek, mindkettő (15,5%). A megfelelő technológiák hiányát és a stratégiai szemlélet hiányát 24,1% jelölte meg. A fejlődés gátjának tekintik a 27,6-22,4%, a szakképzett munkaerő hiányát, illetve általában a munkaerőhiányt és a stratégiai szemlélet hiányát tekintik. A legnagyobb problémák közé tartozik, az információ hiány (34,5%), 39,7% hibásnak tartja a túlzott adminisztrációt, és végül, a 25 válasszal a legnagyobb gondnak a pénzügyi hiányt értékelik (43,1%).

Válaszok	Válaszok	Arány
Stratégiai szemlélet hiánya	14	24,1 %
A külső partnerekkel való együttműködés hiánya	7	12,1 %
A megfelelő technológiák hiánya	14	24,1 %
Pénzügyi problémák	25	43,1 %
Információhiány	20	34,5 %
Szakképzett munkaerő hiánya	16	27,6 %
Általános munkaerőhiány	13	22,4 %
Oktatás színvonala	7	12,1 %
Túlzott adminisztratív feladatok	22	37,9 %
Túlzott manualitás a mindennapi munkavégzés során	9	15,5 %
Kommunikációs problémák	9	15,5 %
Jogszabályi háttér	8	13,8 %
Egyéb, éspedig:	0	0 %
Semmilyet	4	6,9 %



A hátráltató tényezők közül hármat emelnék ki:

- pénzügyi nehézségek;
- túlzott adminisztráció;
- információ hiány (megfelelő technológia, oktatás és szakember hiánya);

A pénzügyi aspektust tovább boncolgatva a vállalkozások bevételi forrásainak megcsappanása a járványhelyzet eredményeként egyértelműen döntő hatást gyakorolt a válaszokra. De az is ide sorolható tényező, hogy a digitális megoldások általában szükséges rosszként, és, mint a legtöbb IT megoldás drága mulatságként él az emberek fejében. Tény, hogy az új innovációk megjelenésükkor nagyon magas ráfordítással érhetők csak el, ám ez az a piac, ahol rohamtempóban zuhannak az értékeltségek, és szinte hónapról, hónapra csökkenő áraknak lehetünk tanúi. A technológiai fejlődés azonban arra is lehetőséget teremt, hogy egyre kedvezőbb áron legyenek elérhetők a különböző online megoldások. Véleményünk szerint tehát a pénzügyi nehézségek is részben visszavezethetők a nem elégséges információs ellátottsággal. Ha kellően széles rálátást biztosítunk a turisztikai szereplőknek a szóba jöhető digitális megoldások piacára, akkor számos tévhitet is sikerülhet eloszlatni, annak elérhetetlensége és jelentős ráfordításigényére vonatkozásában. Csak akkor lehet képes egy vállalkozás, és a térség a fogyasztói elvárások és saját működésének tekintetében is releváns digitális mixet kialakítani, ha birtokában van ezen információknak.

Az információ hiány külön is meghatározó gátló tényezőként került említésre, melyhez az oktatást és a szakemberhiányt is hozzárendelnénk. Ha nincsenek meg az alapkészségek és képességek egyén szintjén, akkor ez a hiány jelentkezni fog szervezeti és térségi viszonylatban is.

A túlzott adminisztráció említése mögött a szektorban zajló szabályozási változások, és az azzal járó részletesebb információs szolgáltatás áll. Ez azonban nem a digitalizáció ellen, sokkal inkább a változásnak, a kialakítandó struktúrának, a jogszabályi kereteknek, és az azoknak megfelelő eljárásrendeknek szól.

Tanulmányunk szempontjából szintén üzenet értékű, hogy minden negyedik megkérdezett hiányolja a stratégiai szemléletet. Ez lehet digitális-, turisztikai-, vagy akár üzleti stratégia éppúgy,

mint települési és településen belüli turisztikai. A stratégiai szintű kommunikáció hiányosságaira a mélyinterjúk során is kaptunk visszajelzést, olyan alapvető ismeretek hiányát tapasztaltuk, mint például a Sopron -Fertő terület földrajzi lehatárolása, vagy megléte.

Fontos kiemelni, hogy a kérdőíves lekérdezéssel kellő reprezentáltságot sikerült elérnünk az 50-es mintán belül, ami földrajzi megoszlást illeti.

Végül vállalkozása néhány, az értékeléshez nélkülözhetetlen jellemzőit kérdezem! Hol található az Ön vállalkozása?

- 22 db érkezett Sopronból;
- 11 db Bükről;
- 6 db Bükfürdőről;
- 3 db Fertőrákosról;
- 5 db Hegykőről;
- a fennmaradók pedig Fertő táji és Bük környéki településekről;

A kapott válaszok százalékos megoszlását a válaszadók szektoron belüli megoszlásával tovább lehet finomítani. Arányukat vizsgálva igazolni például azon hipotézisünket, hogy a pandémiás helyzetet sikeresebben átvészelő turisztikai szektorok közül valóban a vendéglátóhelyek voltak azok, melyek képesek voltak adott esetben ételkiszállítással mérsékelni bevételkiesésüket, vagy esetleg a már felkészültebb borászatok webshopos rendelésekkel tompíthatták a vírus hatásait.

4.3.3. Online jelenlét a legnagyobb, magyar turisztikai szempontból fontos városokban

Ebben az alfejezetben bemutatásra kerülő vizsgálat célja az volt, hogy a térség részét képező Bükfürdő és Sopron online pozíciója meghatározásra kerüljön. Ehhez Bükfürdőnél a legjobb alapot a top 10 magyarfürdővárossal való összehasonlítás képezte, míg Sopron esetében a történelmi örökségben gazdag magyar városok jelentették a viszonyítási alapot.

4.3.3.1 10 magyar vidéki fürdőváros online jelenléte

A kutatást alapvetően azzal indítottuk, hogy a Google keresőben megvizsgáltuk mely városokat adta ki a rendszer a „top 10 magyar fürdőváros” kifejezésre. Kezdetben sok weboldal esetén nagy volt a szórás, így a vizsgálat során végül tizenhárom különböző honlapot vettünk figyelembe. Ekkor jött el ugyanis az a pont, mikor nagyjából világos képet kaptunk arról, melyik a legnépszerűbb tíz magyar fürdő, illetve fürdőváros. A tizedik helyért még ezután is három város állt sorba, holtversenyben: Miskolctapolca, Szeged, illetve Cserkeszőlő. Közülük mégis leginkább Miskolctapolca nevezhető meg, mert az 2016-ban az év fürdője, 2019-ben pedig a helyiek kedvenc fürdője volt. Összességében tehát a legjobb tíz magyar fürdőváros Gyula, Sárospatak, Zalakaros, Hajdúszoboszló, Harkány, Hévíz, Egerszalók, Bükfürdő, Mezőkövesd, illetve a már említett Miskolctapolca lett.

Top10	Város	Google találat
1	Gyula	13
2	Sárospatak	13
3	Zalakaros	13
4	Hajdúszoboszló	10
5	Harkány	10
6	Hévíz	9
7	Egerszalók	8
8	Bükfürdő	7
9	Mezőkövesd	7
10	Miskolctapolca	6

A kutatás következő szakaszában azt vizsgáltuk meg, hogy a Magyarországon legnépszerűbb magyar szálláskereső oldalakon milyen mértékben vannak jelen e városok szálláshelyei. Az eredmények a booking.com, a szallas.hu, illetve az agoda.com alapján készültek. Weblapon belül szálláshely típusa szerint is bontásra kerültek a szálláshelyek, öt fő kategóriára: szállodák/hotelek, apartmanok/nyaralók, vendégházak/panziók, villák, illetve diákszállók/hostelek.

Következő lépésként feltérképeztük a két legnagyobb kedvezményes utazási ajánlatokat, kuponokat hirdető oldalt is az Utazómagmot, illetve a maiutazas.hu-t. Előbbin a 2019-2020-as ajánlatoknak néztünk utána, utóbbin a friss, jelenleg felhasználható kedvezmények kerültek összesítésre.

Az egész világon elterjedt Tripadvisor vizsgálata volt a következő lépés, ahol három kategória szerint néztünk utána az adott város online jelenlétének: szórakozás, pihenés és étkezés. Mindegyiken belül kiemeltük a legtöbb értékelést kapó értékelemet.

Végül azt vizsgáltuk, milyen saját online felületekkel rendelkeznek a vizsgált városok. Ezen belül megnéztük tart-e fenn saját honlapot, Facebook oldalt, illetve Instagram fiókot.

Az összesített eredmények alapján három kategória szerint rendeztük sorba a városokat. A szálláskereső oldalakon való jelenlét alapján a lista élén Hajdúszoboszló áll, utána szorosan egymás mögött Egerszalók, majd Hévíz kerültek a dobogóra. Tripadvisor értékelemszám alapján Hévíz foglal helyet a dobogó legfelső fokán, öt követi Hajdúszoboszló, majd Gyula. A harmadik kategória a Facebook és Instagram összesített követőbázis szám alapján rajzolódott ki, ahol a sorrend Hajdúszoboszló, Hévíz, majd Zalakaros.

	Szálláskereső oldalakon való jelenlét alapján	Tripadvisor értékelemszám alapján	Közösségi média követőszám alapján
Gyula	462	182	6488
Sárvár	338	98	17319
Zalakaros	428	158	38093
Hajdúszoboszló	1156	355	228602
Harkány	274	90	0
Hévíz	833	400	91723
Egerszalók	848	121	1168
Bükkföld	228	132	9442
Mezőkövesd	138	36	7535
Miskolc	497	111	794

2020 júliusi adatok alapján a Booking.com, a Szállás.hu és az Agoda oldalain összesen 5202 szálláshely ajánlatai jelentek meg a tíz vizsgált fürdővárosban. Ezek közül is kiemelkedtek az apartmanok, nyaralók, önálló otthonok ajánlatai, amely összességében az oldalakon regisztrált szálláshelyek közel kétharmadát képviselték, 3383 megjelenéssel. A szállodák és hotelek közül 491 jelenlévő vállalkozást találtunk, amely a teljes kínálat 9,5 %-ának felel meg, míg a vendégházak és panziók összesen 1296-an, az ajánlatadók egynegyedében képviselték magukat a három legkedveltebb szálláskereső oldalon összesen. (természetesen a szálláshelykeresők regisztráltjai átfedésben állnak egymással, így a számok nem különböző szálláshelyeket, hanem a regisztrált szálláshelyek három oldalon való összmegjelenését jelölik).

A TOP3 fürdőváros 2020 nyarán a keresőoldalakon sorrendben Hajdúszoboszló, Egerszalók és Hévíz lett, míg Bükkföld a kilencedik helyen áll a tíz vizsgált település között. Hajdúszoboszló szálláshelyei kiemelkednek a rangsorból, a településen működő szállásadók a három oldal összes kínálatának 22 %-át képviselik, az első három helyezett összesen közel 55 %-át birtokolja a teljes megjelenéseknek. Míg e három település szállásadói mindhárom oldalon aktívan megjelennek, Bükkföldről összesen 228 ajánlatot jelenítenek meg a szolgáltatók, ami alig 5 %-ának felel meg a látogatók által elérhető ajánlatoknak. Mindezeket érdemes mégis összevetni a korábban tárgyalt vendégéjszaka-szám alakulással, ahol Hévíz és Bük szintén a TOP4-ban szerepel országos szinten 2019-ben, Bük viszont az itteni relatíve alacsony megjelenésszám ellenére is a harmadik pozíciót foglalja el évek óta.

A látogatói aktivitás szerinti vizsgálatban e település már jóval előkelőbb, az ötödik helyen szerepel a Tripadvisor oldaláról gyűjtött adatok szerint. Ebben az esetben az egyes fürdővárosoknál a szórakozás, pihenés és étkezés kategóriában is vizsgáltuk a megjelenített attrakciók számát, ezeken belül pedig a legtöbb értékelést kapott, azaz a legnagyobb vásárlói aktivitást kiváltó élményelemekre érkező visszajelzéseket számszerűsítettük.

A megjelenített attrakciók számában toronymagasan kiemelkedik sorrendben Hévíz és Hajdúszoboszló, az összesen felsorolt 1683 kapcsolódási lehetőség közül 755, azaz a 45 % e két településhez köthető, míg harmadik helyen a lehetőségek 11 %-val (182 élményelem) Gyula szerepel. Bükfürdő esetében a látogatók összesen 132 attrakciót neveztek meg, a teljes kínálat 8 %-a tartozik ide. A látogatói visszajelzések tekintetében is őrzi vezető pozícióját Hévíz, ahol a három alkategória legtöbb értékelést kapó programelemei összesen 2684 értékelést kaptak, ami a tíz település 30 attrakciójára érkező 10047 említésének több mint egynegyede. A második helyezett Miskolctapolca és a harmadik Egerszalók további 25 %-t kapott, míg a maradék közel 5000 említésen osztozik a további 7 fürdőtelepülés. Bükfürdő ebben a sorban a 6. helyen áll.

A vizsgált települések mindegyik rendelkezik saját honlappal. Egy települést (Harkányt) leszámítva mindegyikük jelen van a Facebook közösségi oldalon, a követők számában viszont jelentős eltérések mutatkoznak, Instagram profillal viszont csak 7 település rendelkezik a tizből. Ennek az eszköznek a használata általánosságban kevesebb tudatosságot jelez, a két marketingfelület összes követőinek száma meghaladja a 377 ezret, melyből 362 ezer a Facebookon összpontosul. Ki kell emelni ugyanakkor, hogy az online tudatosságban élen járó Hajdúszoboszló a fenti 377 ezer követőből egyedül közel 229 ezerrel rendelkezik, míg a második helyezett Hévíz közel 92 ezerrel, ezzel a két település lefedi a teljes közönség 85 %-át.

4.3.3.2 11 magyar kulturális turisztikai város online jelenléte

A kutatást azzal indítottuk, hogy összegyűjtöttünk tizenegy magyar történelmi várost. A Google keresőben a következő kifejezésekre kerestünk rá: magyar történelmi városok, legszebb magyar történelmi városok, Magyarország történelmi városai, magyar történelem nevezetes települései, Magyarország legnépszerűbb városai, legkedveltebb magyar városok. A találatok során kizárásra kerültek a kutatás szempontjából nem releváns városok, úgy, mint Budapest és környéke, balatoni települések, illetve a fürdővárosok. Végül a tizenegy megvizsgált város Eger, Sopron, Szeged, Győr, Debrecen, Pécs, Kecskemét, Kőszeg, Miskolc, Esztergom és Veszprém lett.

Top 11	Város	Google találat
1	Eger	10
2	Sopron	10
3	Szeged	9
4	Győr	7
5	Debrecen	6
6	Pécs	6
7	Kecskemét	4
8	Kőszeg	4
9	Miskolc	4
10	Esztergom	2
11	Veszprém	1

Következő lépésként megvizsgáltuk, hogy a Magyarországon legnépszerűbb magyar szálláskereső oldalakon milyen mértékben vannak jelen e városok szálláshelyei. Az eredmények a booking.com, a szallas.hu, illetve az agoda.com alapján készültek. Weblapon belül szálláshely típusa szerint is bontásra kerültek a szálláshelyek, öt fő kategóriára: szállodák/hotelek, apartmanok/nyaralók, vendégházak/panziók, villák, illetve diákszállók/hostelek.

Ezután feltérképeztük a két legnagyobb kedvezményes utazási ajánlatokat, kuponokat hirdető oldalt is az Utazómajmot, illetve a maiutazas.hu-t. Előbbin a 2019-2020-as ajánlatoknak néztünk utána, utóbbin a friss, jelenleg felhasználható kedvezmények kerültek összesítésre.

Az egész világon elterjedt Tripadvisor vizsgálata volt a következő lépés, ahol három kategória szerint néztünk utána az adott város online jelenlétének: szórakozás, pihenés és étkezés. Mindegyiken belül kiemeltük a legtöbb értékelést kapó értékelemet.

A kutatás következő szakaszában utána jártunk, milyen saját online felületekkel rendelkeznek a vizsgált városok. Ezen belül megnéztük tart-e fenn saját honlapot, Facebook oldalt, illetve Instagram fiókot, illetve a közösségi média felületeken a követők számát is feljegyeztük.

Az összesített eredmények alapján három kategória szerint rendeztük sorba a városokat. A szálláskereső oldalakon való jelenlét alapján a lista élén Eger áll, utána szorosan egymás mögött Szeged, majd Pécs kerültek a dobogóra. Tripadvisor értékelemszám alapján Szeged foglal helyet a dobogó legfelső fokán, őt követi Eger, majd Pécs. A harmadik kategória a Facebook és Instagram összesített követőbázis szám alapján rajzolódott ki, ahol a sorrend Győr, Szeged, majd Esztergom.

	Szálláskereső oldalakon való jelenlét alapján	Tripadvisor értékelemszám alapján	Közösségi média követőszám alapján
Eger	657	311	10881
Sopron	270	197	14587
Szeged	559	318	21888
Győr	308	219	23738
Debrecen	427	234	10092
Pécs	440	242	12433
Kecskemét	165	116	4856
Kőszeg	102	35	7873
Miskolc	311	214	8863
Esztergom	102	114	21117
Veszprém	161	120	8743

2020 júliusi adatok alapján a Booking.com, a Szállás.hu és az Agoda oldalain összesen 3202 szálláshely ajánlatai jelentek meg a tizenegy vizsgált városban. Ezek közül is kiemelkedtek az apartmanok, nyaralók, önálló otthonok ajánlatai, amely összességében az oldalakon regisztrált szálláshelyek 56 %-át képviselték, 1986 megjelenéssel. A szállodák és hotelek közül 489 jelenlévő vállalkozást találtunk, amely a teljes kínálat 14 %-ának felel meg, míg a vendégházak és panziók összesen 954-en, az ajánlatadók több mint egynegyedében képviselték magukat a három legkedveltebb szálláskereső oldalon összesen. (természetesen a szálláshelykeresők regisztráltjai átfedésben állnak egymással, így a számok nem különböző szálláshelyeket, hanem a regisztrált szálláshelyek három oldalon való összmegjelenését jelölik).

A TOP3 kulturális turisztikai város 2020 nyarán a keresőoldalakon sorrendben Eger, Szeged és Pécs lett, míg Sopron a hetedik helyen áll a tizenegy vizsgált település között. Az első három helyezett összesen közel 48 %-át birtokolja a teljes megjelenéseknek. Míg e három település szállásadói mindhárom oldalon aktívan megjelennek, Sopronról összesen 270 ajánlatot jelenítenek meg a szolgáltatók, ami alig 8 %-ának felel meg a látogatók által elérhető ajánlatoknak. Az országos TOP30 turisztikai rangsorban a megfigyelt 11 városból 8 szerepel, az eltöltött vendégéjszaka szám alapján e városok sorát Győr vezeti, függetlenül a keresőoldali megjelenésének 6. helyétől, őt pedig Debrecen, Szeged és Eger követik sorrendben, amely városok a szállásajánlók TOP4 rangsorában is megtalálhatóak. Érdekes megfigyelni, hogy a 3. legtöbb szálláskínálóval rendelkező Pécs mindössze a 8. helyet foglalja el a vendégéjszaka szám alapján a 11 vizsgált település között.

A látogatói aktivitás szerinti vizsgálatban Sopron szintén a hetedik helyen szerepel a Tripadvisor oldaláról gyűjtött adatok szerint. Ebben az esetben minden városban a szórakozás, pihenés és étkezés kategóriában is vizsgáltuk a megjelenített attrakciók számát, ezeken belül pedig a legtöbb értékelést kapott, azaz a legnagyobb vásárlói aktivitást kiváltó élményelemekre érkező visszajelzéseket számszerűsítettük.

A megjelenített attrakciók számában az első öt helyet Szeged, Eger, Pécs, Debrecen és Győr érdemelte ki, Szegedhez köthető az összesen megjelenített kikapcsolódási lehetőség 15 %-a, míg a többi város 11-11, illetve 10-10 %-kal követi. Sopron esetében a látogatók összesen 197 attrakciót neveztek meg, a teljes kínálat 9 %-a tartozik ide. A látogatói visszajelzések tekintetében már változás tapasztalható: az első helyen Debrecen szerepel, ahol a három alkategória legtöbb értékelést kapó programelemei összesen 3017 értékelést kaptak, ami a tizenegy település 33 attrakciójára érkező 13590 említésének 22 %-a. A második helyezett Eger és a harmadik Sopron további 13-13 %-t kapott, őket Szeged és Esztergom követi a TOP5-ben, míg a maradék 30 % említésen osztozik a további 6 város.

A vizsgált települések mindegyik rendelkezik saját honlappal és jelen vannak a közösségi felületeken is, mind a Facebookon, mind az Instagramon rendelkeznek saját profillal. Az összes követői szám a tizenegy városnál 145 ezer, általánosságban elmondható, hogy a Facebook jelenlét mindenhol erősebb az Instagramnál, Szeged esetében az összes követő 95 %-va, Kőszegnél 93 %-a, Egernél 89 %-a erről a felületről érkezik. A vizsgált városok közül kettőnél azonban fordított a sorrend, míg Kecskemétnél a két közösségi felület követőinek száma nagyjából arányosan alakul (47 % Facebook, 53 % Instagram), addig Esztergom esetében az Instagram követések száma toronymagasan, 94 %-os arányban veri a város hivatalos oldalának követőszámát a Facebookon.

4.4 Térségi szolgáltatók egyedi online megjelenése (szekunder kutatás)

Kvalitatív és kvantitatív adatgyűjtést végeztünk a térségi turisztikai szereplők webes jelenlétéről, ennek során vizsgáltuk a szolgáltatók honlapjait:

- Releváns információk, tartalom
- Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás
- Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak
- Betöltési idő
- Reszponzivitás
- Megjelenés / webdesign / trendkövetés
- Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható
- Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető
- Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon
- Találati listán való elhelyezkedés név szerint
- Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint

A fenti kritériumok alapján a térségi szolgáltatók átlagos értékelése 1-től 5-ig terjedő skálán 3,2-et ér el. A 106 db megvizsgált vállalkozás közül 30 minimális digitális jelenlétet tudott felmutatni, sőt 4 db egyáltalán nem látható az online térben, semmilyen formában. A vizsgált mintában 74 szállásadó szerepelt, mely a teljes minta 70%-a. Beszédesebb, hogy a szállásgyűjtő oldalak között a booking.com és szallas.hu a meghatározó.

Szekunder kutatásunkban szereplő, és jelen tanulmány mellékletei közül a „Bük-Sopron szekunder kutatás online jelenlét” fejezetében részletezett turisztikai szolgáltatók közül, a szállásgyűjtő portálokon Sopron-Fertő térségben a szállásadók jelenléte a vizsgált 74 db szolgáltató körében:

booking.com: 62 db
szallas.hu: 51 db
tripadvisor: 49 db
trivago: 34 db
szallásvadász: 16 db
utazzitthon: 8 db

Valamennyi szállásadó adott település honlapján megtalálható volt.

A fenti adatokból egyértelműen látható, hogy még a legnagyobb gyűjtőoldalak esetében is van tér a fejlődésre. Ugyanakkor az a tény, hogy a többnyire jutalékos rendszerben működő felületek együttesen kevesebb, mint 50%-kal részesülnek a szállásadók digitális kínálati mixében, nem pusztán az online készségek hiányára vezethető vissza. Több minden idézheti elő ezt az arányt:

- szálláshely mérete (minél kisebb, annál kevésbé vannak jelen);
- szálláshely típusa (magánszálláshelyek vs. hotelek);
- életkori sajátosságok (cégvezetés érettebb korosztályba tartozik, vagy sem);
- meglévő vs. új vendégek megszólítása;
- a vállalkozás tőke ereje;
- jutalékos értékesítés tudatos mellőzése;
- online megjelenés tudatos kerülése;

A különböző okok nem csak külön-külön, hanem akár együttesen is előállhatnak. A tapasztalat azt mutatja, hogy ott, ahol az idősebb generáció kezében van a vállalkozás irányítása szinte teljesen hiányzik a webes felületek használata, ezen helyeken még mindig a klasszikus szájreklámot preferálják.

Feltételezhetnénk, hogy azok a szolgáltatók, melyek nem rendelkeznek gyűjtőoldali megjelenéssel professzionális saját honlappal bírnak. Erre azonban rácsfol a saját weboldalak száma, és minőségi színvonala. A 106 db szolgáltatóból 30 db-nál egyáltalán nem található saját oldal az interneten. A meglévő oldalak átlagos 3,2-es értékelése ugyan nem mondható rossznak, de ha ezen felül a modusz értéket is mellé tesszük, mely 3,09-et mutat, akkor egy közepes megítélés bontakozik ki. Véleményünk, hogy egy kiemelt turisztikai térség szolgáltatóinak ennél jóval magasabb minőséget szükséges produkálni a hosszú távú versenyképesség elérése és fenntartása érdekében. Különösen fájó pont a webdesign soron mutatkozó 2,83-as átlagos minősítés. De látható, hogy a többi területen is akad bőven tennivaló, hogy a kor kívánalmainak megfeleljen a térség.

Saját honlapok minősítése (1 – elégtelen, 5 – kiváló)

Releváns információk, tartalom	3,44
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	3,23
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	3,23
Betöltési idő	3,32
Reszponzivitás	3,01
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	2,83
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	3,31
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	3,41
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	3,24
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	4,19
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	2,33
Átlag	3,20

További súlyos hiányosságot mutat a rezponzivitás alacsony arányát mutató 3,01-es pontszám. Miközben a kétezres évek második dekádjára az emberek 80%-a mobiltelefonon tájékozódik, addig a térségi szállásadók honlapjai épphogy közepesre vizsgáznak ezen a területen. Az a részletes kimutatások áttanulmányozását követően további megerősítést nyert, hogy ezen átlagos értékeket a nagyobb-, és a soproni szolgáltatók minősítései húzták felfelé. Jó hír, hogy ez egyben azt is jelenti, hogy a jó gyakorlatok régióin belül is fellelhetők és tanulmányozhatók.

Azon vállalkozások, melyek elhatározták, hogy webes felülettel is megjelennek látszólag jól pozícionálják weboldalukat, ám s helyzet csalóka, hiszen ha csak név szerint vizsgáljuk, akkor a jó hír, hogy a vállalkozások több, mint 80%-a az első találati oldalon szerepel, ám ha ugyanezt a vizsgált turisztikai tevékenységgel kapcsolatban vizsgáljuk, akkor majd felére zuhan a mutató.

Ez bele is illik abba képbe, miszerint a turisztikai szereplők még messze nem fektetnek, vagy nem tulajdonítanak akkora hangsúlyt az internetes megoldásoknak, mint amely kívánatos lenne. Addig ugyan a többség eljut, hogy egy weboldal, vagy valamilyen online felület kell, ám annak megvalósítása során már nincs meg a szükséges szaktudás, pénzügyi erő, vagy figyelem. A bonyolultabb feladatok, mint amilyen adott oldalak SEO beállításai, tevékenységek pedig már igazán keveseknek maradnak fókuszban.

A közösségi felületek használatából toronymagasan a facebook emelkedik ki, a másik két általánosan is ismertebb alkalmazás mellett.

facebook:	67%
instagram:	31%
youtube:	20%

Újabb fejlesztendő kulcsterületként azonosíthatjuk be, a tartalmak frissességét. A többség e téren megelégszik egy induló információs csomag elhelyezésével az adott oldalon, ám az újabb és újabb tartalmak elmaradnak, amivel az oldal iránti kezdeti érdeklődés is lanyhul, vagy akár meg is szűnik. Ez a pont szorosan kapcsolódik a webdesign problémaköréhez is. Még ha a vállalkozás folyamatosan

kommunikál is célcsoportjával, ám ha ezt nem megfelelő köntösben teszi, úgy jelentős hatékonyság- és pénzügyi veszteséget kénytelen elviselni. Sokkal több energiát kell befektetnie, hogy áttörje a megcélzott vendégkör ingerküszöbét, és még több ahhoz, hogy meg is tartsa figyelmét, egy gyengébb felhasználó élményt nyújtó, rosszul struktúrált oldalon, mely ráadásul még nem is biztos, hogy rezponzív, mintsem egy könnyen kezelhető, áttekinthető szemre is tetszetős, valamennyi elektronikus eszközön jól navigálható honlapon.

A szekunder kutatásunk általános megállapításai tehát a következők:

- a Sopron -Fertő és Bükfürdő turizmusában érdekelt vállalkozásai között, a XXI. század elvárásaihoz mérten, még mindig jelentős számban találhatók olyanok, melyek nincsenek jelen semmilyen formában az online térben;
- alacsony a jól struktúrált, felhasználóbarát oldalak aránya;
- friss információk átlag alatti szintet mutatnak;
- nem érik el a kívánatos mértéket a közös-, gyűjtőoldalak, és a közösségi média felületek használata;
- a közösségi média lehetőségek korlátozottan vannak kihasználva;

Eddig kifejezetten a digitális jelenlétre vonatkozó megállapításokat részleteztük és foglaltuk össze. Szekunder kutatásunk során kitértünk a kínált szolgáltatások vizsgálatára, azok családbarát volta és a kínált szolgáltatások között a digitális megoldásokat felhasználókra is.

Az adatok feldolgozását követően egyértelművé vált számunkra, hogy szükséges tanulmányunkban mind a digitális, mind a családbarát szolgáltatások definiálása. Egyúttal javaslat is megfogalmazódott bennünk arra vonatkozóan, hogy célszerű lenne egy egységes **szolgáltatási mátrix** kialakítása a térségben. Értjük ez alatt, egy olyan összefoglaló táblázatot, mely tartalmazza mindazon elemeket, melyeket célszerű, illetve kötelező feltüntetni minden turisztikai vállalkozásnál. Ezzel egyrészt elejét lehetne venni olyan „szolgáltatás megjelöléseknek”, mint pl.: *kenyérpirító, ágyneműhuzat*, stb., másrészt pedig segíti a vendég és vendéglátó eligazodását is, és a térség egységesebb képet mutat. További probléma, hogy sok helyen semmilyen szolgáltatás nem került feltüntetésre, holott, minden bizonnyal a szálláshely rendelkezik kiegészítő tevékenységekkel. Ezen hiányosság orvoslását is szolgálná a már említett szolgáltatási mátrix.

Családbarát szolgáltatások köre, és értelmezése viszonylag széles skálán mozog. A különböző játszóházak, kalandparkok természetesen eleve családbarátként jelölik magukat, hiszen a megcélzott vásárlói kör a családok. De nem biztos, hogy ez egyet is jelent a családbarát funkciók birtoklásával. A vizsgált 106 db szolgáltató alig 10%-a azonosította magát családbarátként, ám mindössze egy-kettő fejtette ki részletesen, hogy mik azok a szolgáltatási elemek, amiktől családbarát szolgáltatóként azonosítják magukat. Tipikusan családbarát szolgáltatásokként az alábbiakat tüntették fel:

- trambulin és egyéb gyermekjátékok;
- gyermekágy használat;
- játszósarok;

Látható, hogy roppant szűk a felkínált szolgáltatások köre. Térségi szinten a kalandparkok, játszóházak és lovardák erősíthetik a családbarát imázs erősítését. De attól, hogy gyermekek számára kínálnak szolgáltatásokat, korántsem biztos, hogy egy család számára is elfogadható kikapcsolódást tudnak nyújtani. Előremutató ugyanakkor a soproni kisvonal szolgáltatási mixe, ahol a helyi érdekességeket kisvonattal érintve, a résztvevők egy kis történetbe csöppennek, és annak részeseivé válnak az utazás során.

A digitális szolgáltatások még szerényebb mértékben vannak jelen a vállalkozásoknál. Többnyire a televízióra, wifire és bankkártya elfogadásra korlátozódik. Új elemként egyre nagyobb szerepet kap viszont a webshop.

Összességében elmondható, hogy mind a családbarát imázs, mind pedig a digitális szolgáltatások területén jelentős fejlődési tér áll a térség, és az itt tevékenykedő szolgáltatók előtt. Szükséges ehhez

egységes iránymutatás, szabályozás és szemléletformálás, valamint ezt követően valóban családbarát fejlesztések eszközzése. Csak ezt követően van értelme olyan marketing kampánynak, mely ezen imázs kialakítását, erősítését szolgálja.

Primer kutatásunkban tovább finomítottuk a vizsgált témaköröket, a szekunder adatok elemzéséből nyert információkra alapozva. Továbbá vizsgáltuk felállított hipotéziseink helyességét, egyúttal a mögöttes okokat is igyekeztünk feltárni.

5. Célcsoportok

Elsőként a desztinációs célcsoportok kritériumrendszerét kell felállítani, mik azok a fő tényezők, amik alapján beazonosítható a térség szempontjából a jelenlegi, illetve a potenciálisan fókuszba helyezendő, helyezhető vendégkör.

Klasszikus megközelítést alkalmazva, az alábbi kritériumrendszert állíthatjuk fel.

Célcsoportot képezhetünk:

- demográfia,
- földrajzi jellemzők,
- szociográfiai helyzet,
- az utazás típusa,
- és a motivációk alapján.

A demográfiai, generációs jellemzők (mint a kor, nem, iskola és jövedelem, stb.) alapján tényszerűen beazonosítható, hogy milyen típusú utazók látogatják meg az úticélt, illetve kik azok, akik ezt nagyvalószínűséggel meg is fogják tenni. A demográfiai szegmentáció fontos információforrást jelent a jövőbeli marketingstratégia megalapozásához és a szolgáltatási struktúra kialakításához is. Primer kutatásunk eredményeként a térséget elsősorban az idősebb generáció látogatja, másodsorban a családok kisgyermekkel, és legkevésbé a fiatalok.

A földrajzi szegmentálás kettő irányultságú. Egyrészt jelenti a turisták küldő régióit, másrészt pedig azt is, hogy milyen földrajzi térségeket, milyen geográfiai adottságokat részesít előnybe az utazó. A turisztikai szolgáltatók, térségek így földrajzi célzást is kialakíthatnak. A vizsgált térségünk kapcsán a fő küldőrégió belföldről Budapest, valamint a környező megyék. Külföldről pedig a szomszédos országok, bár a bécsi reptér közelségéből fakadóan a vidéki átlagot meghaladó az Európán kívüli vendégek aránya, elsősorban Sopronban. Hasonlóan a többi gyógy- és wellness fürdővel bíró hazai turisztikai térséghez a szláv ajkú vendégek adják az ide érkező turisták legnagyobb részét. A felmérésünkben részt vevők véleménye megoszlik annak tekintetében, hogy mindez milyen hatással van a régióra. Több szereplő a német és osztrák vendégkört erősítené meg, kutatásunk során elenyésző számban talákoztunk olyan visszajelzéssel, mely a környékben, vagy akár a helyben lakókat is, mint potenciális célcsoport jelöli meg. Erre azonban pont a pandémiás helyzet irányította rá a figyelmet, amikor a térségben lakók egy-egy napos kirándulások keretében vették igénybe a turisztikai szolgáltatásokat. Az ilyen jellegű célcsoportképzésből a kisebb települések éppúgy, mint a nagyobb városok is profitálhatnak. A helyi marketingben pl.: a szomszédos megyékben élőket szólítják megközeli rendezvényekre, például fesztiválokra vagy ünnepekre.

A vendégek által előnyben részesített földrajzi adottságok alapján képzett célcsoportok egy különleges megközelítést tesz lehetővé. Szociográfiai oldalról vizsgálva a környezetvédelem és a természet iránt érzékeny emberek megszólításában, utazási motivációs oldali megközelítésben az öko- és bakancsos turistáknál már találkozhatunk ilyen irányú megközelítéssel. Általánosan is igazolható azonban ennek relevanciája, különösen egy családbarát térség vonatkozásában. A geográfiai adottságok alapján vannak, akik kifejezetten keresik a hegyvidéket, mások a tengerpartot, vannak, akik inkább a sík területeket preferálják, vagy éppen az édesvízi tavakat, illetve a fentiek kombinációját keresik. Az ilyen típusú földrajzi célcsoportképzés, és az azon alapuló kommunikációs-, marketing aktivitások, szolgáltatási struktúra, képes arra ösztönözni az utazókat, hogy az adott térséget válassza úticélként. Ha a Sopron-Fertőtérsegre vetítjük ezt a megközelítést, akkor a Fertő-táj, a Világörökségi terület, a Fertő-tó, a Soproni-hegység lehetnek azok az elsődleges hívószavak, amik jól alkalmazhatók. Digitalizációs vonatkozásban az ezekhez kapcsolható applikációk, elektronikus eszközök és az online térben történő megjelenítésük képesek befolyásolni a célcsoportok utazási döntéseit. A küldő régiók esetében alapelvárás a megfelelő nyelvi mutációk rendelkezésre állása.

Szociográfiai jellemzők alapján is célszerű vizsgálni a megcélzandó vendégkört. Ezek a jellemzők újabb hasznos információkat szolgáltatnak a célutazókról és arról, hogy mit keresnek a rendeltetési helyükön. Nyilvánvaló, hogy egy huszoneves fiatal, diplomás, egyedülálló utazó, nő, aki új kalandokat keresve érkezik a térségbe, más szolgáltatási kört fog keresni, és más üzenetekkel érhető el, mint egy szintén huszoneves, két gyermekes, középfokú végzettséggel rendelkező, családos anya. Bár életkorukban hasonlóak, ám különböző szociográfiai jellemzőik, eltérő utazási preferenciákhoz, és digitalizációs érzékenységekhez vezethetnek. Célcsoportokat képezhetünk még az utazási döntések mögött meghúzódó motivációk alapján is. Ezzel még közelebb kerülhet egy szolgáltató, térség annak megvalósulásához, hogy adott személy, csoport „utazása miért” különbözik a másiktól. A rendeltetési helytől függően lehetnek ezek:

- szabadidős,
- kulturális,
- kalandos,
- egészségügyi

- vagy egyéb okok lehetnek. Az utazók motivációinak megértése jobb utazási élményt nyújtását teszi lehetővé majd, ez pedig elősegíti újbóli visszatérésüket. Például a Sopron-Fertőtérsegről kapcsán a turista motivációja túlmutathat pusztán a büki gyógyfürdő meglátogatásán. Az utazók motivációs célcsoportképzési jellemzője lehet, akik az időjárás alapján hozzák meg utazási döntéseiket. Az északiak délre mennek, hogy elkerüljék a hideg hőmérsékletet, míg a déliek északra utaznak, hogy a téli sportoknak hódoljanak. A motivációs tényezők figyelembevétele elősegíti, hogy a digitális eszközrendszer már az utazási igény felmerülését megelőzően, a mögöttes motivációkra hatva, irányítsa a különféle fogyasztói döntéseket a megfelelő időben és helyen.

A célcsoportképzés hagyományos keretei alapján felállított fogyasztói típusok ismerete segíti a turisztikai szereplőket abban, hogy milyen digitális hirdetéseket jelenít meg az utazó számára, és milyen digitális eszközöket vesz igénybe. Az a vállalkozás, mely megismerte a legfontosabb szegmensek képző ismeréveket, itt az ideje, hogy tesztelje marketingjét, kommunikációját és kialakított szolgáltatási körét a célcsoportok kapcsán. Digitális marketingstratégiájának szem előtt kell tartania mindezeket, amikor kampányt készít, mivel a helyes üzenet bemutatása a rossz utazó számára elmulasztott lehetőség lehet mindkét érintett fél számára.

A célcsoportok terén végső konklúzióként elmondható, hogy a primer kutatások, a szekunder adatgyűjtések és a vonatkozó idevágó szakirodalmi anyagok alapján a térségben jelenleg jobbra az alábbi karakterisztikával bíró szegmens képviselteti magát:

- digitálisan kevésbé nyitott;

- lassabb élettempót követő;
- tradíciókat a modernitással szemben előnyben részesítő;
- közepes- vagy alacsony jövedelmi helyzetben lévő;
- idősebb, egyedülálló, vagy kisgyermekes, családos;
- a kultúra iránt vegyes érdeklődést mutató;
- inkább külföldi (szláv ajkú), kisebb részben magyar;
- egyszerűbb szolgáltatási körrel is megelégedő;
- természetkedvelő;

Utazási motivációjukat tekintve:

- meghatározó vezérlő elv számukra az ár;
- legyenek kiegészítő szórakozási lehetőségek;
- programkínálat;

A kutatásainkból kiderül, hogy a vendégek jellemzőiről a turisztikai szereplők felületes és általános információval rendelkeznek, ami a jövőre nézve komoly versenyhátrányt jelent a desztinációnak. Ezen vagy térségi szinten kell változtatni, akár a NTAK segítségével, kiegészítésével, vagy szolgáltatói szintű képzést és oktatást kell végezni, hogy a vállalkozások felismerjék az ügyfélprofil képzés, ügyféladatgyűjtés fontosságát mind a szolgáltatási struktúra megfelelő kialakítása, mind pedig a digitális megoldások alkalmazhatósága, hatékonysága érdekében. A képzés indokoltságát az is erősíti, hogy más szempontból is lemaradást mutat digitalizáció terén a legtöbb piaci szereplő, az ügyféladatkezelés pedig GDPR szempontjából is felelősségteljes és kényes terület.

A primer kutatásokból visszaköszön ugyanakkor az is, hogy milyen irányt tartanának kívánatosnak a turisztikai vállalkozások. A Sopron-Fertőtér ség jövőbeni vendégeire az alábbi jellemzők illenek ezen vélemények alapján:

- digitálisan elérhető, de a modern dolgok és a tradíciók között egyensúlyt tart fenn;
- élettempója a gyors felé billen, ám pihenése során inkább lassítana;
- az idősök mellett, a fiatalabb generációk is nagyobb számban képviseltetik magukat;
- növekvő hazai vendégkör, valamint a német ajkú turisták mostaninál jelentősebb aránya, akár a szláv ajkú vendégek rovására;
- magasabb minőségi-, jövedelmi- és költségi szinttel rendelkeznek;
- nyitottak a helyi termékekre, programlehetőségekre;
- hosszabb ideig tartózkodnak a térségben;

Motivációs oldalról nem fogalmazódtak meg elképzelések, mely annak is betudható, hogy a szolgáltatók a meglévő vendégek motivációit sem ismerik feltétlenül.

A megcélzandó vendégkör kapcsán további érdekes kérdést vet fel, hogy a szolgáltatók felkészültek érzik-e magukat arra, hogy az általuk vágyott turistákat képesek elérni, megszólítani és kiszolgálni megfelelő minőségben és szolgáltatásokkal. A szekunder adatokból az tűnik ki számunkra, hogy többségük esetében szemléletformálásra, és minőségi ugrásra van szüksége, mely érinti a digitalizáció, az online jelenlét és az okos eszközök használatát is.

6. Javaslatok

Új viszonyok, új helyzetek és új válaszok vannak születőben, melyben például a társadalom öregedésére, a gyorsuló innováció és annak költség illetve beruházásintenzitásának növekedése jelentősen emelik a piaci kockázatokat mind a vevők, mind pedig az eladók oldalán. Meg kell találni a azokat a megoldásokat, figyelve és használva más ágazatok, desztinációk gyakorlatát, bevált módszereit, melyek képesek előre mozdítani a Sopron-Fertő térség digitális előrelépését, versenyképessé válását.

Erre vonatkozó javaslatainkat két dimenzióra bontva tesszük meg, felhívva a figyelmet arra, hogy ahogyan a térségi feladatok nem választhatók el teljes mértékben az egyedi szereplők tennivalóitól, úgy ugyanez visszafelé is elmondható.

6.1 Térségi javaslatok

1. Egységesség (láthatóan nincsenek meg a fejekben a térségi fogalmak, e nélkül elképzelhetetlen bármilyen akár offline, akár online fejlesztés);
 - a. belső kommunikációs csatornák kialakítása. Jelen esetben, mivel a tanulmány a digitalizációra kell, hogy kizárólagosan fókuszáljon, úgy erre vonatkozó javaslatot teszünk. Ezek a csatornák a következők lehetnek:
 - térségi intranetes felület;
 - térségi szolgáltatói honlap;
 - térségi FB csoport, további tematizált FB csoportokkal (szállásadók, szolgáltatók, helyi termelők, stb.);
 - NTAK rendszeren keresztül;
 - belső hírlevélrendszer;
 - zárt youtube csatorna a videós oktató, tájékoztató tartalmaknak;
 - b. közös térségi turisztikai információs rendszer (TTIR). Ezen rendszerben érhető el minden térségben tevékenykedő turisztikai szereplő számára olyan adatok, információk, melyek kötelező érvényűek valamennyiükre nézve, továbbá segítik őket eredményes működésükben, erősíti pozícióikat, támogatja döntéshozatalukat. Ilyenek lehetnek:
 - térségi arculati kézikönyv (térségi logó, betűtípus, színvilág, megjelenítési módok stb.);
 - térségi marketingstratégia (egységes üzenet, erősségek, kínálat, stb.);
 - térségi digitális stratégia (okos szolgáltatások, okos megoldások, alkalmazni kívánt digitális csatornák, eszközök, ezekhez történő kapcsolódási lehetőségek egyedi szolgáltatóként, stb.);
 - sajtófigyelés, sajtólista (tovább osztható tartalmak, illetve olyan médiumok, melyekhez térségi, helyi tartalmak továbbíthatók);
 - szektorspecifikus anyagok (jogszabályi változásokról, előírásokról (pl.: katasztrófavédelem, egészségügyi, pandémiás, stb.);
 - konkurencia elemzés (hazai turisztikai térségek jellemzői, adatai, környező turisztikai területekről információk);
 - NTAK rendszer, és a térségi esetleges kiegészítő adatszolgáltatás, és más digitális szolgáltatások (pl.: appok, honlapok, stb.) kapcsán nyert adatokból képzet vásárlói profilok (demográfiai, szociográfiai, földrajzi, stb.)
2. Online jelenlét fejlesztése: honlapok, social média, webshop, stb. Nem csak az érintett turizmusban tevékenykedő szolgáltatók felé kell egyértelműsíteni, hogy milyen turisztikai régióban tevékenykednek, hanem kifelé az itt lakók és a megcélzott küldőrégiókban élők fejében is. Ehhez a tanulmányban már részletezett digitális eszközök innovatív-, jól nyomon követhető-, költséghatékony megoldást kínálnak. Egy térségi honlap, közösségi média fiókok, térségi

applikációk (lásd.: MiBo), olyan alapelemek, amik nélkül nem valósítható meg egységes fellépés, különösen a digitális térben. Amennyiben megfelelően kerülnek kialakításra, úgy a vendégek karakteristikájának megalkotásához is nagy segítséget nyújtanak. Ez utóbbit megfelelő adatkezelési-, tárolási- és gyűjtési funkciókkal kell ellátni, és az adatok tárolását pedig lehetőség szerint felhő alapon megoldani. Egy térség esetében, a kifejezetten a teljes turisztikai desztinációt érintő kommunikáció, fejlesztések, szolgáltatások, stb. kapcsán szükséges integrált rendszerek létrehozása. Az integrált kommunikáció fontosságát az egységes üzenet, egységes kép és imázs kialakítása miatt nem lehet kétségbe vonni. Ugyanilyen fontos a térségi szintű szolgáltatás fejlesztés, hiszen egyszerűbb egy több napos tartózkodást, a térségbe irányuló utazási döntést elérni, ha a térségi programelemekből építkezünk, és állíthatja össze a turista is nyaralását. Ezeknél a tanulmányban részletesen bemutatott célcsoportokat érdemes szem előtt tartani, és az ő igényeikhez illeszkedő kínálatot kialakítani. A termékek laza, felsorolás szerű láncolata helyett, egy jól strukturált programkínálat megjelenítése a cél térségi szinten, így az egyes termékek fókuszba helyezése helyett, a vevőigény kerül a középpontba. Érdemes olyan eszközök és felületek bevonása is, melyek segítségével meghökkenthetjük, meglephetjük a potenciális célcsoportot, így a figyelemfelhívás újabb területen valósulhat meg. A digitális jelenétnek azon túl, hogy egy jól átgondolt koncepcióba kell ágyazódnia, magának a digitalizációnak is saját koncepcióval kell rendelkeznie a térségben, felmérve a lehetőségeket, és az elérendő célokat.

3. Online aktivitások fejlesztése: ha térségi szinten sikerül kiépíteni a digitális hídfőállásokat, és alapokat, akkor ezekre építve megkezdhetők a különböző aktivitások tervezése, szervezése és kivitelezése, majd pedig nyomon követése. Az online aktivitások alatt nem csupán egy promóciós kampány értendő. Ugyanilyen fontos, a folyamatos kommunikáció a közösségi média felületeken. A kapcsolati marketing kiemelkedő területe a social média. Itt a legegyszerűbb tartalom megosztásokon túl, a közösségi csoportok létrehozása, menedzselése, influencerek bevonása ha nem is mindennapos, de heti feladatot kell, hogy jelentsen. Ezekkel az aktivitásokkal alakítható ki már az utazás előtt akár, a térséghez való kötődés a potenciális vevőben, de legalább ennyire fontos, e kötődés megtartása az utazást követően is. Offline ez a kötődés csak az utazás ideje alatt hozható létre, azt követően a digitális aktivitások révén erősíthető tovább, annak reményében, hogy előidézi az újbóli látogatást. Klasszikus online kampányok esetén is javasoljuk, hogy használjuk ki térségi szinten is a tesztelés lehetőségét. Azaz egy értékesítési- vagy akár egy imázs kampány során hiába van egy jó ötlet, egy marketing üzenetre, nem biztos, hogy elsőre eléri és képes megszólítani a vágyott célcsoportot. Az A / B tesztelés mindig egy biztonságos stratégia annak megállapításához, hogy mi működik legjobban adott közösség és szegmensei számára, valamint hogyan reagálnak rá. Ez azt jelenti, hogy például két különböző hirdetést kell létrehozni két különböző üzenettel és elemezni, hogy melyik hoz jobb eredményeket. Célcsoport szegmentációhoz: Nem minden utazó nyitja meg az e-mail címét, de a közösségi médián keresztül kapcsolat építhető ki, így eljuthat hozzá az üzenet, vagy a hirdetés. A megfelelő e-mail marketinggel, és social média marketinggel az utazó számára leginkább releváns üzenet juttatható el úticéljára vonatkozóan. Az e-mail marketing tapasztalatai és a webhelylátogatások felhasználói profiljai jó kiindulópontként szolgálhatnak a közönség újracélzásához. Az e-mail és a weboldal elemzésének dekódolása révén később átcsoportosíthatók, átfogalmazhatók az üzenetek ahhoz, hogy a legjobban megfeleljenek a leginkább elkötelezett, vágyott közönség szegmensnek. Az ügyféladatokat azért is fontosak, mert általuk nem csak arról alkothatunk képet térségi szinten, hogy milyen típusú személy utazik adott helyre, hanem részletesebb betekintést is nyerhetünk arról, hogy milyen márkákkal társul mindez a legnagyobb valószínűséggel. Például, ha az úticél vonzó a fiatal kalandkeresők számára, akik a téli szezonban látogatják a hegyeket, akkor a márkatársítást hozzáigazíthatja az érdeklődésükhöz igazodó termékekhez. Ebben az esetben a fiatal utazók szezonális rendeltetési helyének „társa” lehet egy olyan termék, mint például egy energiatál, amelyet előszeretettel fogyasztanak az extrém sportok szerelmesei.

Ugyanilyen aktivitás a közösségi média felületeken az élő közvetítés egy-egy eseményről, vagy új térségi szinten is jelentős vonzerővel bíró turisztikai attrakcióról. De lehet egyfajta online körkapcsolás is, melyben bemutatkozik a térség, a térségi szolgáltatók. Az érdekességeknek mindenképpen teret kell adni, és lehetőség szerint „élőben” bemutatni. Egy youtube csatorna, vagy facebook live kiváló eszközt biztosít mindehhez, ráadásul a már sokszor hangoztatott elemzésre és további finomhangolásra is kedvező lehetőséget biztosít.

4. Digitális eszközök: térségi szinten elsősorban „totemhálózat” kiépítésével lehet erősíteni a térségi imázst és a turisták áramoltatását. További programlehetőségekkel történő megismertetésén keresztül pedig itt tartózkodásukat meghosszabbítani ezáltal, és még inkább élményszerűvé tenni azt. Ezek a totemek összeköttetést képesek létesíteni nem csak egymással, hanem a felhasználók mobil eszközeivel is, akár a térségi mobil applikáció(ko)n keresztül. Push üzenetekkel a fogyasztói profil ismeretében további szolgáltatások, látnivalók ajánlása is megvalósítható. Ugyan offline lábbal is bír, de a VR és AR eszköztár akár térségi nyomtatott kiadvánnyal összekapcsolva, vagy tematikus túrák kísérő füzetait képesek egyedi ügyfélélménnyel gazdagítani. A térségi turisztikai irodák digitális eszközparkjának is célszerű igazodnia a családbarát imázshoz, azaz lehetővé kell tenni, hogy a család minden tagja a saját igényeinek megfelelően tudjon információt kapni a lehetőségekről, és az ajánlatokról.
5. Digitális eszközökhöz kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése: a térségi totemhálózat, vagy applikáció lehetőséget kínálhat helyi termékek beszerzésére, programcsomagok kialakítására, és azokhoz kapcsolódóan előzetes jegyvásárlásra, bejelentkezésre. A Sopron-Fertő térség jelenlegi digitális felkészültségének ismeretében első lépésként ezt javasoljuk megvalósítani. Ezekkel az eszközökkel (totem, applikáció) azon kívül, hogy a desztináció elindul a digitalizáció útján, egyúttal az általuk gyűjtött adatok elemzésével meghatározhatóvá válnak a további digitális eszközbeszerzési, fejlesztési irányok.
6. Adatbiztonság fejlesztése

6.2 Egyéni fejlesztési javaslatok

Egyéni szolgáltatók szintjén rendkívül nagy szórást mutat a digitális fejlettség, ahogy azt tanulmányunk korábbi fejezeteiben részletesen kifejtettük már. Látható, hogy az önállóan is jelentős vonzerőt képviselő turisztikai vállalkozások részéről kisebb az együttműködési hajlam, még az olyan általuk is jól hasznosítható kutatásokban való közreműködésre, mint amilyen a jelen tanulmányhoz kapcsolódó felmérés. Ám egy rendszeres adatszolgáltatás, mely meghaladja a NTAK kötelező elemeit, jelentős segítséget adhat a teljes desztinációnak, működése, kommunikációja, szolgáltatás-, termék és programfejlesztése szempontjából is. De ugyanilyen fontos lehet a kormányzati döntéshozóknak is, amikor pályázati lehetőségeket terveznek kialakítani. Ahhoz, hogy a Sopron-Fertő térség turisztikai vállalkozásai képesek legyen hasznosítani ezeket az előnyöket, és csatlakozni tudjanak a desztinációs digitális hálózathoz, valamint fel tudják venni a versenyt a turisztikai piac más szereplőivel az alábbi digitális fejlesztéseket javasoljuk megfontolásra:

1. Digitális készségfejlesztés, képzésen részvétel (HR):
 - a. szoftveres alapismeretek felhasználói oldalról (windows, internet, social média, turisztikai-, pénzügyi- és számlázó programok);
 - b. hardveres alapismeret, digitális eszközök megismertetése (kártyaolvasó használata, mobil eszközök használat, létesítményüzemeltetés és turisztikai szolgáltatásnyújtásokhoz kapcsolódó okos eszközök megismerése, stb.);
2. Digitális készségfejlesztés vállalkozáson belül, és/vagy külső vállalkozás igénybevételével (ehhez lehetséges partnerek

- a. honlap létrehozása;
 - b. közösségi média felületek létrehozása;
 - c. google account létrehozása;
 - d. turisztikai gyűjtőoldalakon jelenlét (pl.: tripadvisor, stb.);
 - e. webes alkalmazások (mobil app, webshop, vendégkezelés, VR/AR, stb.)
3. Digitális aktivitás fejlesztése
- A digitális eszközrendszert nem elegendő létrehozni egy-egy vállalkozás esetében, sokkal nagyobb energiákat emészt fel annak működtetése. A működtetéshez szorosan hozzátartozik az eszközökhöz tartozó, vagy általuk nyert adatok elemzése, és az elemzések alapján tett megállapítások figyelembe vétele a további vállalkozási- és digitális tevékenységek során.
- Egy honlap megalkotásakor tisztázni szükséges, hogy milyen célt szolgál. Ha túl sok célt akarunk egyetlen oldallal elérni, akkor az oldal hatékonysága csökken, hasonlóan ahhoz, ha túl sok üzenetet próbálunk megfogalmazni egyetlen kommunikációs kampány során. Ezért a vállalkozásnak el kell döntenie, hogy mi az az egy-két cél, amit el kíván érni honlapjával.
- Jelenleg a jellemző cél a térségben az, hogy a turisztikai szereplő fent legyen a világhálón, azaz alapesetben egy oldal elkészült, feltöltésre kerültek a tartalmak hozzá, de annak frissen tartása, figyelése, kezelése elmarad már az esetek nagy hányadában. Itt is igaz, hogy minél nagyobb egy szereplő, annál nagyobb valószínűséggel jut arra idő, ember és energia, hogy az oldal folyamatosan karban legyen tartva. Javaslatunk, hogy a turizmusban érintett vállalkozások mindenképpen hozzanak létre egy honlapot, még ha egy roppant egyszerű sablon oldal is az. Az oldal célját is ehhez kell igazítani. Az nem lehet cél, hogy „fent legyek az interneten”. A legegyszerűbb cél, hogy informáljuk és ezen keresztül meg tudjuk szólítani a potenciális fogyasztót. Ez úgy érhető el, hogy az oldal statisztikáit figyelemmel kíséri a vállalkozó, vagy megbízott szolgáltatója (legtöbbször, aki a honlapot készítette), és olyan tartalmakat biztosít, amik fenntartják a folyamatos érdeklődést az oldala iránt. A honlapon a szolgáltatásokra, termékekre kell a hangsúlyt helyezni, hacsak nem blog szerű oldalt indít a vállalkozó, ám ez utóbbi esetben is a termékek, szolgáltatások közvetett módon történő bemutatása, ajánlása kiemelten fontos. Ennek megvalósítására célszerű szövegírói képzésen részt venni, akár online formában is, vagy egyedileg jó példákat keresni. Ennél a tevékenységnél ismételten egy jó kapcsolódási pont lehet a térségi online tudástár/felület, ahol a desztinációs turisztikai szakemberek segíthetik a vállalkozókat jónak ítélt és követendő példák összegyűjtésével, bemutatásával. Bár fontos az online jelenlét, és az, hogy a vállalkozásról, a kínált termékekről, szolgáltatásokról információt nyújtson egy cég, ám ez önmagában ma már kevés, ebből kis valószínűséggel lesz vendég, vásárló.
- A honlap céljaként legalább egy regisztráció, a következő szintként pedig, egy hírlevél feliratkozást kell kijelölni. A meglévő és visszajáró vendégek esetén ez alapkövetelmény, hiszen a már megszerzett fogyasztó elérése, kötődésének erősítése a legkisebb ráfordítást igényli, de szükséges és elvárt az üzleti siker érdekében. Ha az oldalra érkező érdeklődőket is sikerül meggyőzni arról, hogy legalább online tartsák a vállalkozással a kapcsolatot, és nyitottak arra, hogy rendszeresen információt kapjanak, úgy az első lépést már megtette adott turisztikai szereplő, hogy új vendéggel gyarapodjon majd. Az egyszerű regisztráció akkor jelent valódi üzleti értéket, ha egyúttal az engedélyt is megkapjuk, hogy üzenet küldhessünk a regisztráltak részére. A feliratkozással erősebb kötődés alakítható ki. A legfőbb cél természetesen a vásárlás/foglalás kell, hogy legyen. Ehhez akár külön is kezelhető, reklámozható és mérhető aloldalt is létre lehet hozni, de igaz ez, a fenti két célra is. Az ún. „érkező oldal”-ak létrehozásával a vállalkozás költséghatékonyan tudja jelenlétét többszörözni a digitális térben, és ekként pedig több célt is párhuzamos tud megcélózni. Az „alap honlap” céljától függetlenül kell, hogy lehetőséget biztosítson a vásárlásra/foglalásra, akár egy gomb, hivatkozás beillesztésével, mely átnavigál az „értékesítési” aloldalra. Az oldal kinézetének harmonizálnia kell a vállalkozás arculatával, imázsával. Grafikailag, megjelenésre jó minőségű fotók, grafikák szerepeljenek. A szöveges részeknél célszerű előzetes kulcsszó kutatást végezni, és annak eredményére alapozva, a SEO (keresés optimalizálás) irányelvei mentén létrehozni

azokat. A keresés optimalizálás annyit tesz, hogy a Google találati listáján adott kereső szóra minél előkelőbb, lehetőleg első oldalas megjelenést érjen el az oldal. Itt ezért nagyon fontos, hogy a megfelelő keresőszavakat, szóösszetételeket használja a turisztikai szereplő, ehhez mindenképpen külső szakértő bevonását javasoljuk. Indoklásként a térség eleve alacsony digitális felkészültségét említjük meg, valamint azt a tényt, hogy egy szűkebb találati arány mutató keresőszóval, vagy szóösszetétellel sokkal sikeresebb lehetünk, mint egy általános keresőszóval. Például az „utazás” szóra bizonyára jóval magasabb találati arányt érhet el egy oldal, ám mivel erre rengetegen keresnek, így erős is a verseny a „szó piacán”. Másrészt fontos megemlíteni, hogy az „utazás” szóra keresők közül sokan nem feltétlenül terveznek utazni, és jelentős a száma azoknak is, akik nem is a térségbe tervezik eltölteni pihenésüket, így nagyon sok fals találatot is megspórolhat magának a cég.

Mielőtt rátérnénk a közösségi médiafelületekre a digitális jelenlét további fontos állomása a google profil létrehozása és gondozása. Ha már annyit megtesz egy szolgáltató, hogy a google maps felületen rögzíti magát, jelentős lépést tett annak érdekében, hogy láthatóvá váljon a potenciális fogyasztók számára digitálisan is. Ezen a ponton a vállalkozás az interaktivitás és a vevői kapcsolattartás terén is előbbre lép digitálisan, hiszen a google felületein lehetőség van kommentet tenni és értékelni adott turisztikai szolgáltatót.

Ha a digitális felkészültség következő szintjén nézzük, akkor a közösségi médiát megelőzően még a különböző típusú turisztikai gyűjtőoldalakkal kapcsolatos teendőket kell bemutatnunk, amiket javaslunk minél szélesebb körben használni, alkalmazni.

A turisztikai gyűjtőoldalak többnyire komplexen mutatják be az egyes szereplőket, lehetőséget adva a vendégeknek visszajelzés adására is. Az általunk javasolt oldalak, amikre érdemes regisztrációt elvégezni:

tripadvisor.com
booking.com
szallas.hu
utazzitthon.hu
csodasmagyarorszag.hu
trivago.hu
szallasvadasz.hu
agoda.com
airbnb.hu
travelo.hu
napiturizmus.hu
maiutazas.hu
maikupon.hu
kuponoldalak.hu
kuplio.hu
kedvezményország.hu

Vagy olyan tematikus oldalakon, mint:

falusiturizmus.eu
falutur.hu
szallasmaskepp.hu
egyediszallasok.hu

Nyilván ezek relevanciája függ a vállalkozás karakterétől is.

A legtöbb turisztikai régiónak, desztinációnak van saját turisztikai gyűjtőoldala programokról, szálláslehetőségekről, stb. Ezekben is fent kell lennie adott turisztikai szereplőnek, és folyamatosan el kell látnia friss tartalmakkal.

A közösségi média legismertebb felületei:

- facebook;

- instagram;
- youtube;
- különböző blogok;

Az látható, hogy az instagram és a youtube esetében a digitalizáció jegyében a turisztikai szolgáltatónak jó minőségű fotókkal kell rendelkeznie, illetve legalább egy imázsvideóval. A videós tartalmak generálása egyre inkább homloktérbe kerül, mivel a mozgóképes információk figyelemfelhívóbbak, jobban megragadják a potenciális célcsoportot és egyszerűbben közvetíthető általa bármilyen üzenet. Az instagram ugyanezen funkciót tölti be képi megjelenítéssel, de itt is van lehetőség rövid mozgóképes tartalom feltöltésére. Valamennyi közösségi csatorna más korosztályt szólít meg, így amellet, hogy egymást kiegészítik, a minél szélesebb piaci elérést is támogatják. A facebook és a blogok hasonló viszonyban feleltethetők meg, mint a youtube és az instagram. Előbbiek esetében a szöveges tartalom van a hangsúly. Annak mennyisége és a keretek különböznek csupán. A facebook rövidebb tömörebb megfogalmazást követel meg, és gyakoribb posztolást. A szöveges tartalom mellett mindenképpen érdemes képi elemekkel is operálni. A vállalkozás saját facebook oldalán eseményeket hozhat létre, kampányokat indíthat el. Ezeket az eszközöket szintén használnia kell a vállalkozónak, akár saját erőből, akár külső szakértőt bevonva. A heti 3-4 poszt már elegendő, és figyelni kell arra is, hogy ne essünk túlzásokba. A tartalmaknak relevánsnak, időszzerűnek és érdekesnek kell lennie, érezzék a követők, felhasználók, hogy számukra fontos, hasznos.

A blogokkal kapcsolatban két irány, akár párhuzamosan is vihető. Egyrészt saját blog indítása, meglévő, népszerű blogok számára tartalom gyártása. Mindkettő esetében itt is kiemelendő a tartalmak hasznossága, minősége a felhasználó, olvasó szemszögéből. Nem feltétlenül kell, hogy saját vállalkozásunkat népszerűsítsük vele, sőt közvetett reklámmal jobban fel tudjuk kelteni akár az érdeklődést, a vállalkozás által nyújtott termék, szolgáltatás mintegy megoldásként kerülhet feltüntetésre adott blogcikkben tárgyalt téma, probléma kapcsán.

A blogoknál és instagram profiloknál kerül képbe az influencer marketing. Tekintettel arra, hogy a szájreklámot több helyi szolgáltató is kiemelte, mint fontos promóciós csatorna, így ennek modern, digitalizált megfelelőjét a közösségi médiát és az influencereket ebből a szempontból is érdemes a javaslatok közé emelni. Egy már jól futó influencert megnyerni adott szolgáltatónak nem egyszerű feladat, és nem is feltétlenül költséghatékony. Erre inkább térségi szinten tudnánk példákat felhozni (pl.: Sárvár országos hírű youtubereket láttak vendégül 2019-ben, több hétig), vagy desztinációs szinten is meghatározó turisztikai attrakciókat illetően (pl.: gyógyfürdők, nagyobb hotelek, stb.). Egyéni szinten érdemes megvizsgálni, hogy van-e olyan influencer, aki egyrészt beleillik-e abba a profilba, aki a célcsoportot képezi, illetve adott vállalkozás számára is elérhető, megfizethető. Ha találunk ilyen véleményvezért, akkor érdemes felvenni vele a kapcsolatot, akár tartalmakat küldeni neki, melyeket a saját oldalán megoszthat, a turisztikai szolgáltatóról, de hasonlóan a nagyobb turisztikai cégek gyakorlatához, meg is hívhatja a vállalkozó, és egyfajta barter üzlet keretében, a kapott szolgáltatásért, termékért, élményért cserébe tudósít, és népszerűsíti a vállalkozást. Így lényegében több ezer, tízezer potenciális vendéget sikerülhet elérni, akik követik az influencer közösségi média csatornáit.

A VR/AR megoldások már átvezetnek a digitális eszközök területére, hiszen ezekhez szükséges szoftveres és hardveres rész is. A hardver lehet a vendég saját eszköze, és az élményt nyújtó szoftveres rész érkezik adott vállalkozástól. A VR már kifejezetten költségigényes terület. Itt komolyabb fejlesztési munka szükséges, és ha ezt szolgáltatásként szeretné nyújtani a turisztikai szereplő, akkor az eszközigeny is közelíti a milliós értékrendet. A VR/AR eszközökkel akár már otthonában is egyedi, akár perszonalizált módon szólítható meg a vendég, és ennek megfelelően az élmény is. Akár az AR akár a VR mellett dönt a vállalkozás tisztában kell lennie, hogy ezek használatával már eleve szűkíti, ha úgy tetszik pontosítja a megcélzott vásárlói kört, hiszen a felhasználó részéről is feltételez már egyfajta digitális felkészültséget, érdeklődést. Ezen megoldásokkal mégis élményszerűbbé tehet olyan szolgáltatásokat, amik nem feltétlenül kötnének le akár egy egész családot (pl.: múzeum látogatás, tanösvény, stb.). A mozgóképes megjelenítések segítségével ugyanakkor szélesítheti is egy turisztikai szereplő potenciális vendégkörét.

Digitális eszközök széles köre ismert már számtalan térségbeli vállalkozásnál. A bankkártya leolvasó, programozható szobakártyák, mobiltelefon, tablet, okos televízió mind e körbe sorolható. Az, hogy

ezeknek a funkcióit mennyire aknázzák ki a helyi szolgáltatók már nagyobb szórást mutat. Csak az utolsó példánál maradva, egy okos televízió megfelelő szoftveres háttérrel és internet csatlakozással képes arra, hogy az érkező vendég számára érdekes csatornákat, zenéket, stb. jelenítse meg, az üdvözlőképernyőt követően, vagy akár annak részeként. Ezzel máris erősíthetjük a turista kötődését, és egy hosszú utazás során kicsit az otthonára emlékeztető impulzusokkal tudjuk fogadni. Az egyszerűbb tabletek ma már viszonylag olcsó tömegcikknek számítanak, alkalmazásukkal mégis emelhető egy turisztikai szolgáltató minőségi kínálata, egyedisége. Ha pusztán csak egy egyszerű alkalmazás van rá telepítve, amivel a programlehetőségek közül lehet összeállítani napi szintű ütemtervet már újabb lépést tehetünk az ügyfélelégedettség felé. Ezeket persze lehet fokozni, de Sopron-Fertő térség jelenlegi digitalizáltságához képest már ezek az apró fejlesztések is jelentős, általános minőségi ugrást képesek eszközölni.

A digitális eszközökhöz kapcsolódó szolgáltatások legegyszerűbb megjelenése, ha a turisztikai szolgáltató által biztosított okos eszköz bizonyos funkcióit csak térítés ellenében teszi elérhetővé a vállalkozó, hagyományosan pl.: adott zene, film csatornák kódolása, wifi kódolása, stb. Ezeknél előre mutatóbbak a kifejezetten vállalkozáshoz, az általa kínált szolgáltatásokhoz kapcsolódó digitális megoldások. A fejlesztett alkalmazások az eszközökhöz kapcsolódva nyújthatnak kiegészítő szolgáltatást. Akár egy menüsor összeállítása, vagy reggelire rendelés leadása, de ilyen lehet a helyi termékekből összekészítés kérése, azokról információk adása, hogyan készül, élettani hatások, allergének, stb. A vendégeket körbevezető, vagy a túráikat digitális élményekkel támogató alkalmazások, kalandtúrák. Családbarát digitális eszközökhöz kapcsolódó szolgáltatás, akár a babaőr eszközök összekapcsolása mobil telefonnal, vagy a gyerekek sisakjára erősített GoPro kamerák révén a szülők, nagyszülők is nyomon követhetik, hogy gyermekeik pl.: egy kalandpark, vagy játszóház mely részén járnak, és mit csinálnak. Ezek az egyszerűbb, és ráfordítások tekintetében is vállalkozáskímélőbb megoldások, szolgáltatások képesek egyedivé tenni a térségi kínálatot, ugyanakkor a családbarát jelleget is erősítik.

7. Költségvetés

A javasolt eszközökre, szolgáltatásokra vonatkozóan piaci összehasonlító elemzés alapján határoztunk meg netto árakat.

- Honlap 150.000 Ft – 3.000.000 Ft
- Érkező oldal 70.000 Ft – 250.000 Ft
- Mobil app 250.000 Ft – 2.500.000 Ft
- Webshop bérlet 5.000 Ft/hó – 50.000 Ft/hó
- Webshop saját 250.000 Ft – 2.500.000 Ft
- VR alkalmazás 250.000 Ft – 5.000.000 Ft
- AR alkalmazás 150.000 Ft – 1.500.000 Ft
- Vendégkezelő szoftverek 5.000 Ft/hó – 45.000 Ft/hó
- Okos TV 40.000 Ft – 3.000.000 Ft
- GoPro kamera 45.000 Ft – 160.000 Ft
- Mobil telefon 40.000 Ft – 500.000 Ft
- Tablet 15.000 Ft – 1.000.000 Ft
- VR szemüveg 20.000 Ft – 80.000 Ft

Érintésmentes eszközök

- Érintésmentes kézfertőtlenítő adagoló 3.000 Ft – 45.000 Ft
- Automata, érintésmentes csap 9.000 Ft – 150.000 Ft
- Érintésmentes piszoár, WC öblítő 50.000 Ft – 250.000 Ft
- Érintésmentes nyitógomb, kapcsoló 9.000 Ft – 50.000 Ft
- Mobil access rendszerek (Suprema Mobile Access, Assa ABLOY mobil access, stb.) 100.000 Ft – 3.000.000 Ft
- Okos épület rendszerek (AMIKO Smart Home termékek: *AMIKO Smart Gateway (HUB)*, *AMIKO okos konnektor (Smart Plug)*, *AMIKO okos fali kapcsoló (Smart Switch)*, *AMIKO okos RGB izzó (Smart RGB Bulb)*, *AMIKO okos mozgásérzékelő (Smart Motion Sensor)*, *AMIKO okos ajtónyitás érzékelő (Smart Door Sensor)*, *AMIKO okos hőmérséklet és páratartalom érzékelő (Smart Temperature and Humidity Sensor)*, *AMIKO okos vízfolyás érzékelő (Smart Water Leakage Sensor)*). 100.000 Ft – 10.000.000 Ft

8. Irodalomjegyzék

TURIZMUS BULLETIN XVIII. évfolyam 3. szám (2018) - Mit várunk a szállodáktól? – avagy a legmeghatározóbb fogyasztói szegmens számára értéket jelentő tényezők a szállodákban Szerzők: Kulcsár Noémi – Grotte Judit

2019 replika.hu/replika/111 - Törőcsik Mária – Szűcs Krisztián – Nagy Ákos – Lázár Erika
Életstíluscsoportok Magyarországon a digitalizáció korában Életstílus-kutatások és a marketing

https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8591/Piskoti_2014.pdf - Piskóti István Innovációvezérelt
desztinációmkteting – trendek és teendők

Újvári Mária, Modern weboldal design 2020 és 2021 cikkében, a
<https://www.sikermarketing.hu/modern-weboldal-design-2020-es-2021/>

Lévay Sára – Tar Luca – Veréb Noémi – Zsarnóczky Martin: Digitalizációs, technológiai és innovatív
lehetőségek a vendéglátóiparban, Corvinus Egyetem 2019.

Nemzetközi Turizmus Marketing Konferencia-Generációk a Turizmusban Tanulmánykötet Pécs 2018

Kátay Ákos – Michalkó Gábor – Rátz Tamara: Turizmu 3.0 Kodolányi János Egyetem
MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság, Orosháza–Budapest, 2019

Szerkesztők: Borbély András - Földi Péter - Fodor-Borsos Eszter - Gerencsér Ilona – Gódor - Amelita
Kata - Kápolnai Zsombor: Közgazdász Doktoranduszok Mátrai Konferenciája és Találkozója 2017

Limex Kft szakértői team - Dr. Bokányiné Boda Gyöngyi vezető szakértő - Pakainé Dr. Kováts Judit
vezető szakértő - Keszei Andrea vezető szakértő - Dr. Oszvald- Ferenc Nándor vezető szakértő - Hutflesz
Mihály teamvezető: 365 nap turizmus Nyugat-Dunántúlon Nyugat-Dunántúl Turisztikai Régió szezonon
túli turizmusfejlesztési programja, Szombathely, 2009. május hó

Zarnoczky Martin: Generációs sajátosságok vizsgálata turizmusfogyasztási szokások alapján 2018

Oktatási Hivatal: Digitális állampolgárság kutatás 2014 Készült: Budpaest 2015

Külföldi:

Dianne Dredge, Giang Phi, Renuka Mahadevan, Eóin Meehan & Elena Silvia Popescu: Digitalisation in
Tourism In-depth analysis of challenges and opportunities GRO-SME-17-C-091-A 2019

Ulrike Gretzel: Influencer Marketing in Travel and Tourism 2018 január

Ajaz Hussain: A Visual Analysis of Social Influencers and Influence in the Tourism Domain, 2015
december

9. Mellékletek

9.1 I. Számú melléklet - Kérdőív Sopron-Fertő és Bükfürdő kiemelt turisztikai térség területén tevékenykedő turisztikával foglalkozó vállalkozók körében

Kérdőív Sopron-Fertő és Bükfürdő kiemelt turisztikai térség területén tevékenykedő turisztikával foglalkozó vállalkozók körében

Kérjük, a csatolt kérdőív kitöltésével segítse Sopron-Fertő és Bükfürdő kiemelt turisztikai fejlesztési térség turisztikai fejlesztése kapcsán készülő felmérésünk eredményes lebonyolítását. A kérdőív kitöltése önkéntes. Az adatok név nélkül kerülnek összesítésre.

1. Véleménye szerint milyen szintű online jelenléttel rendelkezik települése és környéke turisztikai szempontból?

1. nagyon alacsony szintű
2. alacsonyszintű online jelenlét
3. közepes
4. megfelelő az online jelenlét
5. magas szintű online jelenlét

X- nem tudom

2.és milyen szintű online jelenléttel rendelkezik Sopron- Fertő és Bükfürdő térség turisztikai szempontból?

1. nagyon alacsony szintű
2. alacsonyszintű online jelenlét
3. közepes
4. megfelelő az online jelenlét
5. magas szintű online jelenlét

X- nem tudom

Térjünk rá vállalkozása helyzetének megismerésére!

3.Kérjük 1-5-es skálán jelölje be, hogy mennyire látja cége helyzetét súlyosnak a koronavírus okozta új, jelenlegi helyzetben!

1. egyáltalán nem súlyos
2. inkább nem súlyos
3. közepesen súlyos
4. inkább súlyos
5. nagyon súlyos

4.Mit vár a jövőtől? Milyen lesz a helyzet a vírus lecsengése után 2021-ben?

1. komoly visszaeséstől tartok
2. kisebb visszaesésre számítok
3. visszaáll a vírus előtti állapot
4. akár még növekedhet is a forgalmunk

Mi változik várhatóan leginkább?.....

5. Hogyan látja, hogyan alakul vállalkozásának helyzete az elkövetkezendő 5 évben?

1. komoly visszaeséstől tartok
2. kisebb visszaesésre számítok
3. stagnálásra számítok
4. akár még növekedhet is a forgalmunk
5. komoly növekedést várok

6. Mely kommunikációs csatornákat alkalmazza a vevői/ vendégei elérése kapcsán? Több válasz is lehetséges.

1. Tourinform iroda segítsége
2. nyomtatott eszközök, pl.: plakát, szórólap
3. saját honlap
4. nem saját internetes portálon hirdetés
5. közösségi média (Facebook, Instagram)
6. nyomtatott sajtó
7. televízió
8. rádió
9. egyéb eszközök , és pedig:.....
10. nincs válasz / nincs adat

7. Milyenek ítéli meg saját vállalkozása internetes jelenlétét?

1. nagyon alacsony szintű
2. alacsonyszintű
3. közepes
4. jónak tartom
5. nagyon magas szintű

X- nem tudom

8. Véleménye szerint a versenyképesség szempontjából mennyire fontos cégének a digitalizáció?

1. egyáltalán nem fontos
2. inkább nem fontos
3. közepesen fontos
4. inkább fontos
5. nagyon fontos

X- nem tudom

9. Ön szerint milyen előnye származhat a digitális megoldások alkalmazásából? Több válasz lehetséges!

1. Piaci előnyök szerzése
2. Új piacokra való bejutás
3. Hatékonyabb működés
4. Jobb minőség előállítása
5. Javuló ellátási-lánc
6. Hatékonyabb döntéstámogatás
7. Gyorsabb döntéshozás
8. Vevői igények magasabb szintű kielégítése
9. Beszállítói igények magasabb szintű kielégítése
10. Gyorsabb innovációs képesség
11. Költségek csökkenése

12. Növekvő bevételek
13. Munkahelyi körülmények javulása (munkavállalók támogatása technológiai eszközökkel, ergonómia biztosítása, tréningek)
14. Javuló kommunikáció (belső, külső)
15. Egyéb:.....

10. Mely területeken alkalmaz digitális megoldásokat pl. CRM rendszer, ügyviteli szoftverek, online kommunikációs felületek, szenzorok, automatizációs rendszererek, vendégkezelő programok stb.? (több válasz lehetséges)

1. Termék/szolgáltatás előállítás
2. Alap-, segédanyag/szolgáltatás beszerzés
3. Értékesítés
4. Marketing
5. Belső működési folyamatokat támogató tevékenységek
6. Információbiztonság
7. Minőségbiztosítás
8. Környezettudatosság, fenntarthatóság
9. Munkavállalók képzése
10. Vevőkapcsolati menedzsment/Vevőkezelés
11. Pénzügy/ Számvitel
12. Létesítmény üzemeltetés

Egyéb, éspedig:

11. Milyen digitális megoldások alkalmazása jellemző a cégére? (több válasz lehetséges)

1. Mobil eszközök
2. Intelligens ügyfélmenedzsment
3. Digitálizált munkatervezés, elektronikus tevékenység tervező, digitális határidő napló
4. Elektronikus kommunikáció
5. Elektronikus iratkezelési rendszer
6. Tudásmenedzsment specializált rendszer (pl.: *Microsoft Share Point*)
7. Internetes megjelenés
8. Internetes értékesítés
9. Térinformatikai megoldások
10. Online fizetés
11. Szolgáltatás/ folyamat menedzsment szoftverek használata
12. Big Data/Digitális analitika (*ügyfél, reklám, működési adatok gyűjtése elemzése*)
13. Kiterjesztett valóság (Augmented reality)
14. Virtuális valóság
15. Egyéb, éspedig:
16. Nem használunk ilyen technológiákat

12. Milyen hátráltató tényezőket érzékel a digitalizációs fejlesztések kapcsán? (több válasz lehetséges)

1. Stratégiai szemlélet hiánya
2. A külső partnerekkel való együttműködés hiánya
3. A megfelelő technológiák hiánya
4. Pénzügyi problémák
5. Információhiány
6. Szakképzett munkaerő hiánya

7. Általános munkaerőhiány
8. Oktatás színvonala
9. Túlzott adminisztratív feladatok
10. Túlzott manualitás a mindennapi munkavégzés során
11. Kommunikációs problémák
12. Jogszabályi háttér
13. Egyéb.....

Végül vállalkozása néhány, az értékeléshez nélkülözhetetlen jellemzőit kérdezem.

1. Hol található az Ön vállalkozása? Kérem, válasszon egyet az alábbiak közül!

.....

2. Mely üzletágban végzi tevékenységét? Több válasz lehetséges!

1. szálláshely, ahol az ágyak száma:db
2. vendéglátó egység, ahol aszékek száma
3. Fürdő
4. szálláshelyhez nem köthető turisztika attrakció, kérem nevezze meg:.....
5. utazási iroda
6. Helyi termelő (élelmiszer, feldolgozatlan)
7. Helyi termelő (élelmiszer, feldolgozott)
8. Helyi termelő (kézműves
9. borászat
10. rendezvényszervező

X-egyéb turisztikai szereplő, éspedig:.....

3. Hány alkalmazottat foglalkoztat?

1. Egyet sem, egyéni vállalkozó vagyok
2. 1 - 5 alkalmazott
3. 6 - 10 alkalmazott
4. 11-50 alkalmazott
5. 50 alkalmazott felett

X-NV/NA

4. Melyik évben alapította vállalkozását?.....évben

X-NV/NA

Nagyon köszönjük értékes válaszait!

9.2 II. számú mellékelt - interjúvázlat

INTERJÚVÁZLAT

Digitális jelenlét – helyzetfeltárás
Turisztikai szereplők képviselői részére

KÖSZÖND MEG A LEHETŐSÉGET. RÖVIDEN FOGLALD ÖSSZE, HOGY MI FOG TÖRTÉNNI, HANGSÚLYOZD AZ ŐSZINTE VÁLASZOK FONTOSÁGÁT. RÖVIDEN MUTATKOZZ BE! ÁLLAPODJATOK MEG, HOGY TEGEZŐDNI VAGY MAGÁZÓDNI FOGTOK! ISMERTESD A PROJEKTET: „**A Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség fejlesztése és pozicionálása**” című, **GINOP-1.3.4-17-2018-00003 azonosító számú projektjében Desztinációs digitalizáció felmérése c. tanulmány. Az ehhez szükséges helyzetfeltáráshoz járul hozzá megtisztelő véleményével.**

„... TELEPÜLÉS” RÉSZNÉL, MINDIG AZ ADOTT TELEPÜLÉST OLVASD FEL, ahol az adott vállalkozás, intézmény működik.

1. ASSZOCIÁCIÓK

- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Sopron-Fertő kiemelt turisztikai fejlesztési térség?

2. ASSZOCIÁCIÓK

- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Bük településről?
- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Sopron településről?

3. ASSZOCIÁCIÓK

- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Bükfürdő?
- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Fertő-táj?
- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Soproni borvidék?

4. TURISZTIKAI HELYZETKÉP FELTÁRÁSA

- *Először a térség turisztikai helyzetéről kérdezem a véleményét.*
 - Mit gondol erről?
 - Milyen jó példákat, és milyen problémákat lát?
- *Most nézzük települést! KÉRDEZŐ MINDENKIT A SAJÁT VÁROSA ÉS KÖRZETE KAPCSÁN KÉRDEZ*
 - Mit gondol a települése és környéke turisztikai helyzetéről?
 - Melyek a település és környéke erősségei turisztikai szempontból?
 - Mitől különleges ... település és környék? Kérem a három legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi azt!
 - Mit gondol, mik a település és környéke gyengeségei turisztikailag?
- Véleménye szerint milyen szerepet játszik a turizmus településük és környéke gazdasági fejlődésében?
- Véleménye szerint kik alkotják a település és környékére érkező turisták körét?
- Véleménye szerint milyen infokommunikációs elvárásokkal és eszközökkel rendelkeznek?
- Változtatna a meglévő a településére és környékére érkező turisták körén, összetételén, ha az Ön döntése lehetne? Kiket várna szívesebben, és miért?

Most térjünk rá a fő témánkra, a település és környéke digitalizációs felkészültségének elemzésére.

- Véleménye szerint milyen szintű online jelenléttel rendelkezik a település és környéke a turisztika területén?
- Véleménye szerint mennyire hangsúlyosan vannak jelen a digitális eszközök a település és környéke turisztikai kínálatában? Kérjük mondjon néhány jó példát!
- Találkozott olyan digitális megoldásokkal, melyeket szívesen látna településén és környékén?

5. SAJÁT VÁLLALKOZÁS TURISZTIKAI JELLEMZŐI

- Vállalkozás milyen digitális eszközöket, szolgáltatásokat használ?
- Milyennek ítéli meg saját digitális jelenlétét?
- A következő rendszerek közül melyeket használja vállalkozása:

- online fizetési lehetőség (webes felületen keresztül)
- elektronikus fizetési lehetőség (POS terminál)
- online foglalási rendszerek (csak szállásadóknál)
- digitális vendég-, vásárló kezelő szoftverek (CRM)
- integrált hotelirányítási szoftver (csak szállásadóknál)
- frontoffice szoftver (csak szállásadóknál)
- hotelinformatikai rendszer (pl.: hotspot hálózat, csak szállásadónál)
- hotelmarketing szoftverek (csak szállásadóknál)
- webshop
- okos létesítményüzemeltetés (pl.: modern energiaoptimalizálás)
- Tervez-e a jövőben további digitális eszközöket, szolgáltatásokat igénybe venni? Kérem, soroljon fel néhányat? Miért ezek mellett döntött? Például:
 - mobiltelefon alkalmazások, térképek,
 - kiterjesztett valóság (AR)
 - virtuális valóság (VR)
 - Internet of Things (IoT) szenzorok (gép-gép kapcsolat, automatikus üzemeltetés, feltöltést jelző minibár, intelligens bőrrönd, termosztát, okos épület, robot inas, kamerarendszer, okos porta szolgálat stb.)
 - virtuális asszisztens, chatbotok
 - Big Data (adatgyűjtés, elemzés)
- Vállalkozása népszerűsítéséhez használ-e digitális megoldásokat? Kérem soroljon fel néhányat?
- Tervezi-e bővíteni az alkalmazott digitális reklámeszközöket és csatornákat? Ha igen, akkor mik azok, és miért?
- Kiket tekint legfőbb vásárlóinak, termékei, szolgáltatásai célcsoportjának?
- Hogyan szólítja meg megcélzott vásárlói körét, milyen eszközöket, csatornákat használ jelenleg?
- Milyen szolgáltatásokat, termékeket kínál, és milyen felületeken? (digitális)
- Rendelkezik-e olyan termékkel, szolgáltatással, mely digitális megoldásokat használ?
- Ön szerint mik a jellemzői a családbarát termékeknek, szolgáltatásoknak?
- Az Ön kínálatában megtalálható családbarát termék, szolgáltatás?
- Tervez-e bevezetni új terméket, szolgáltatást a jövőben?
- Rendelkezik-e élő együttműködéssel más szolgáltatókkal, termelőkkel, turisztikai szereplőkkel, intézményekkel?
- Mennyire jellemző az Ön vállalkozására:
 - más, helyi turisztikai szereplők ajánlása,
 - egymás szolgáltatásainak, termékeinek jutalékos értékesítése,
 - más vállalkozásokkal közösen, egymás termékeinek szolgáltatásainak, összekapcsolása, egymásra építése,
 - közös termék, szolgáltatáscsomag, közös marketing, más helyi turisztikai vállalkozásokkal?

6. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK

- Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több turista érkezzen a településre?
- Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna célcsoportonként?
- Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?

AMIT A KÖVETKEZŐK KÖZÜL NEM EMLÍTETT RÁKÉRDEZNI:

Tervezne digitális eszközöket? Ha igen, mit? Milyeneket?

Informatív, vagy inkább „sok kép kevés szöveg”, érzelmekre ható tartalom? Milyen információkkal?

Online kommunikáció? Milyen felületeken? Mi legyen az üzenet?

- Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?

7. LEZÁRÁS

KÖSZÖNJÜK MEG A RÉSZVÉTELT, HANGSÚLYOZZUK, HOGY MENNYIRE HASZNOS VOLT SZÁMUNKRA A BESZÉLGETÉS.

9.3 III. számú melléklet – szolgáltatók elemzése

Alasz Pince

Honlap: <https://koszegibor.hu/almaz/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: nincs feltüntetve

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszegibor.hu/almaz/>

<http://www.koszeginfo.com/boraszat/almaz-pince>

https://boltoda.hu/hu/webshop/voros/index.php?search_group=25&step=2

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Youtube - :

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/almaz.pince>

Instagram – aktív: <https://www.instagram.com/panoramakostolo/>

Fényes Pince

Honlap: <https://fenyespince.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint		x				

Szolgáltatások: borkóstoló, házhozszállítás, szállás

Szakmai oldalakon jelenlét: <http://www.holborozzunk.hu/pince.php?sid=fenyespince>

<https://vinoport.hu/pinceszeti/fenyes-pinceszeti/30#>

https://www.budapest.com/magyarorszag_varosai/sopron/borvidek/fenyes_pinceszeti.hu.html

http://www.sopronikirandulas.hu/sopron/soproni_borvidek.html

Panzió: [https://www.booking.com/hotel/hu/fa-c-nyes-panzia3.hu.html?aid=318615;label=Hungarian Hungary HU HU 29562110185-Ja3GNxTF4FyuEozSs0%2A%2A1QS217291076767%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi2135697924%3Atidsa-](https://www.booking.com/hotel/hu/fa-c-nyes-panzia3.hu.html?aid=318615;label=Hungarian+Hungary+HU+HU+29562110185-Ja3GNxTF4FyuEozSs0%2A%2A1QS217291076767%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi2135697924%3Atidsa-322372660258%3Alp1007647%3Ali%3Adec%3Adm;sid=092ac4d1c63059317423ae42e8b88a78;dest_id=-866320;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreporch=1591791159;srpvid=760355db17510025;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl)

[322372660258%3Alp1007647%3Ali%3Adec%3Adm;sid=092ac4d1c63059317423ae42e8b88a78;dest_id=-866320;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreporch=1591791159;srpvid=760355db17510025;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl](https://www.booking.com/hotel/hu/fa-c-nyes-panzia3.hu.html?aid=318615;label=Hungarian Hungary HU HU 29562110185-Ja3GNxTF4FyuEozSs0%2A%2A1QS217291076767%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi2135697924%3Atidsa-322372660258%3Alp1007647%3Ali%3Adec%3Adm;sid=092ac4d1c63059317423ae42e8b88a78;dest_id=-866320;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreporch=1591791159;srpvid=760355db17510025;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl)

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/fenyespince/>

Instagram - aktív: <https://www.instagram.com/fenyespince/>

Répcementi Borpince

Honlap: <http://repcementiborpince.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint					x	

Szolgáltatások: borkóstoló, bor rendelés

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszegibor.hu/repcementiborpince/>

<https://www.visitbuk.hu/hu/termelo/repcementi-borpince>

<https://visitvas.hu/gasztrouttippek/repcementiborpince/>

<https://gastro.hu/helyek/repcementi-borpince>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/repcementi.borpince/>

Instagram - :

Jagodics Pince

Honlap: <http://www.jagodicspince.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: borkóstoló

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszegibor.hu/jagodics/#1529389013299-02be32e2-01c2>

https://www.visitbuk.hu/hu/termelo/jagodics-pince?gclid=EAIaIQobChMIkoHMM-eU6gIVycmyCh24pARpEAAAYASAAEgJTQ_D_BwE

<http://www.koszeginfo.com/boraszat/jagodics-pince>

<https://bakancsesfakanal.cafeblog.hu/2019/01/23/borturan-a-jagodics-pinceszetnel-irany-koszeg/>

http://www.naturpark.hu/vendeglatas/magyarorszag/detail/info/jagodics_pince.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/pages/category/Shopping---Retail/Jagodics-Pince-502006976546889/>

Instagram - :

Vinora Borház

Honlap: <https://www.apartmannora.hu/hu/index.html>

A Borháznak nincs külön weboldala, csak aloldalként funkcionál

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					

Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: szálláshelyek, borkóstoló

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://koszegibor.hu/vinora/#1488716215835-f3409c4f-1385d7e7-48bc4992-6531>

<https://visitvas.hu/gasztrotippek/vinoraborhaz/>

<https://www.visitbuk.hu/hu/termelo/vinora-boraszat>

Szálláshely: https://www.booking.com/hotel/hu/apartmsn-na3ra.hu.html?label=gen173nr-1DCAEoggl46AdIM1gEaGelAQGYARG4ARfIAQzYAQPoAQGIAGGoAgO4ApqFwvcFwAIB0glkOTNhM2M0MzctOTEzMi00YTBlTg5MGQtZTdKNDg5NGQ0Mzc0ZAE4AIB;sid=919b2328b50f53060c3ec0836971abf0;dest_id=-850619;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreporch=1592820462;srpvid=7a734736f57f00ce;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/pages/category/Local-Service/Vinora-317464428849246/>

Instagram –:

Mándli Borház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint						x

Szolgáltatások: borkóstoló, borterasz, termelői borkimérés

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszegibor.hu/mandli/>

<http://www.koszeinfo.com/boraszat/mandli-borhaz>

<https://www.kostolom.hu/Boraszat/147/mandli-borhaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g7340589-d14161595-Reviews-Mandli_Borhaz-Cak_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook aktív: <https://www.facebook.com/mandliborhaz/>

Instagram –:

Polgár Borászat (Bük) – nem található az interneten**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét****Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Stefanich Borászat**Honlap:** <https://koszegibor.hu/stefanich/#1488716215835-f3409c4f-138560f9-b2724319-4bb4c539-4d70>**Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint		x				
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint		x				

Szolgáltatások: borkóstoló 8 főtől

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszeg.hu/hu/koszeg/stefanich-pinceszeti-11329.html>

<http://www.koszeginfo.com/boraszat/stefanich-pinceszeti>

http://www.sopronkovesd.hu/Stefanich_pinceszeti_borkostolo.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook aktív: <https://www.facebook.com/stefanichpinceszeti/>

Instagram –: <https://www.instagram.com/stefanichpince/?hl=hu>

Tóth Pincészet

Honlap: <https://tothpinceszeti.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint					x	

Szolgáltatások: borkóstoló, idegenvezetés

Szakmai oldalakon jelenlét: <https://koszegibor.hu/toth/>

<https://koszeg.hu/hu/koszeg/toth-pinceszeti-11331.html>

<https://etterem.hu/toth-pinceszeti>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g776248-d4506313-Reviews-Toth_Pinceszeti-Koszeg_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<http://www.holborozzunk.hu/pince.php?sid=tothpinceszeti>

<https://www.visitbuk.hu/de/termelo/toth-pinceszeti>

<https://www.visitbuk.hu/de/termelo/toth-pinceszeti>

https://www.tripadvisor.co.hu/ShowUserReviews-g776248-d4506313-r223356529-Toth_Pinceszeti-Koszeg_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://vinoport.hu/pinceszeti/toth-pinceszeti/103#>

<https://visitvas.hu/gasztrotippek/tothpinceszeti/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook aktív: <https://www.facebook.com/TothPinceszeti>

Instagram – aktív: <https://www.instagram.com/tothpinceszeti/?hl=hu>

Birdland Golf & Country Club

Honlap: <http://birdlandgolf.net/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint						x

Szolgáltatások: borkóstoló, borterasz, termelői borkimérés

Szakmai oldalakon jelenlét: https://www.visitbuk.hu/hu/golf-1?gclid=EAlaIqobChMlObzhGa6gIViMmyCh3NtwOcEAAYAiAAEgKRp_D_BwE

<http://birdlandvillapark.com/szolgáltatások/golf/>

<https://onyx-tours.hu/hu/golf/>

https://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g274888-d279724-Reviews-Birdland_Golf_and_Country_Club-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://hungolf.hu/klubbok/birdland-golf-country-club/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/birdlandgolf>

Instagram : -

Bükkfűrdő Thermal & Spa

Honlap: <https://www.bukfurdo.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		

Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint			x			

Szolgáltatások: fürdő, szauna, wellness, szállás, kozmetika, bistro

Szakmai oldalakon jelenlét: https://www.visitbuk.hu/hu/pihenj-gyogyulj-es-eld-meg-bukfurdot?gclid=EAlalQobChMI4qg6P2o6glVC-AYCh0LAQc_EAAYASAAEgIkNfD_BwE

<https://termalfurdok.com/bukfurdo-buki-gyogyfurdo/>

<https://termalonline.hu/furdok/bukfurdo>

<https://www.furdoszovetseg.hu/furdok/bukfurdo-thermal-and-spa>

<https://szallas.hu/programok/bukfurdo-thermal-spa-buk-p3311>

http://www.termalportal.hu/profil/buki_gyogyfurdo-2008

https://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g274888-d4702833-Reviews-Bukfurdo_Health_and_Adventure_Center-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook - aktív: <https://www.facebook.com/bukfurdo/>

Instagram – aktív: <https://www.instagram.com/bukfurdo/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=uCO5dcwJqBc>

<https://www.youtube.com/channel/UCyFT-5YikXhFWBHLmqc62LQ>

Büki Lokomotív Kft.

Honlap: <http://lokomotivbuk.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: városnézés, bérlet,

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.visitbuk.hu/hu/szolgaltatas-adatai/buki-lokomotiv-kft?gclid=EAlalQobChMIocGEgIKp6gIVlpYCh0wbGQxEAYASAAEgIABPD_BwE

http://vaskarika.hu/hirek/reszletek/13940/loki_look_avagy_ilyen_buk_kisvonatrol_videoval/

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook: <https://www.facebook.com/B%C3%BCKi-Loki-212221778806550/>

Instagram: -

Youtube: -

Napsugár Park**Honlap:** <http://www.napsugarpark.hu/>**Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint				x		

Szolgáltatások: játszóház, bowling, kávézó, fitness terem, szabadtéri játszótér**Szakmai oldalakon jelenlét:** <https://ips->[gyermekszem.hu/referenciak/jatszohaz/?gclid=EAlaIqObChMlv6qOkoSp6gIVgkkyCh3SdwawEAAAYASAAEgKXAPD_BwE](https://ips-gyermekszem.hu/referenciak/jatszohaz/?gclid=EAlaIqObChMlv6qOkoSp6gIVgkkyCh3SdwawEAAAYASAAEgKXAPD_BwE)<https://www.visitbuk.hu/hu/napsugar-jatszopark-1><https://www.buk-vendeghaz.hu/napsugarpark-buk.html><https://www.programturizmus.hu/partner-napsugar-jatszopark.html>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Napsug%C3%A1r-J%C3%A1tsz%C3%B3park/312485002231139>

Instagram: -

Youtube: -

Zsirai Lovarda

Honlap: <https://zsirailovarda.hu/hu/index.html>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint						x

Szolgáltatások: lovasoktatás, bértartás, lovaspálya használat, lovastábor

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/bukfurdo-kornyeken/zsirai-lovarda-zsira>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/AFJZsira>

Instagram: -

Youtube: -

Holdfényliget Kalandpark

Honlap: <https://holdfenyliget.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint		x				

Szolgáltatások: kalandpark, tábor, osztálykirándulás, emonsteroller, tréningek, születésnapok, rendezvényszervezés, szálláshely, bérlet

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://magazin.belfoldipihenés.hu/holdfeny-liget-kalandpark/>

<https://www.termeszettar.hu/mobile/hu/point/kalandpalya/holdfeny-liget-kalandpark/38077430/>

<https://szallas.hu/programok/holdfeny-liget-az-alpokalja-kalandparkja-gyongyosfalu-p2882>

<https://www.visitbuk.hu/hu/holdfeny-liget-az-alpokalja-kalandparkja>

https://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g10348267-d10500726-Reviews-Holdfeny_Liget_Adventure_Park-Gyongyosfalu_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/holdfenyliget/>

Instagram: <https://www.instagram.com/holdfenyliget/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Xw9d8psf1gw>

Kristály Torony

Honlap: <http://www.kristalytorony.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint				x		

Szolgáltatások: kalandpark, tréningek, rendezvényszervezés

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/kristaly-torony>

<https://szallas.hu/programok/kristalytorony-kalandpark-buk-p2795>

<http://veddvelem.hu/ajanlatok/3440-bukfurdo-kristaly-torony-kalandpark-belepo-kedvezmenyese?lejart=1>

<https://www.programturizmus.hu/partner-kristaly-torony-kalandpark.html>

<http://szombathelypont.hu/szabadido/sportolasi-lehetosegek/kristaly-torony-kalandpark.3005/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/kristalytorony>

Instagram: <https://www.instagram.com/kristalytorony/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=BuLBQDFY-GY>

Muskátli Vendéglő

Honlap: <https://bukimuskatli.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint			x			

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/muskatli-vendeglo>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d10786675-Reviews-Muskatli_Restaurant-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<http://buk.kornyeke.hu/muskatli-vendeglo>

<https://gastro.hu/helyek/muskatli-vendeglo-buk>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Musk%C3%A1tli-Vend%C3%A9gl%C5%91-B%C3%BCK/297231267436526>

Instagram: -

Youtube: -

Kes Pub Étterem

Honlap: <https://kespub.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				

Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint					x	

Szolgáltatások: születés/névnap rendezvények, legény/lánybúcsúk, osztálytalálkozók

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://etterem.hu/kes-pub>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d10066535-Reviews-KesPub_Restaurant-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/kes-pub-etterem>

<http://buk.kornyeke.hu/kespub-etterem-es-pizzeria>

<https://visitvas.hu/gasztrotippek/kespub-etterem-es-pizzeria/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/kespub/>

Instagram: <https://www.instagram.com/kespubbuk/?hl=hu>

Youtube: -

Kemencés Csárda

Honlap: <http://www.oregpitvar.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/kemences-csarda>

http://www.falusiturizmus.org/hu_HU/services/1594/kemences-csarda.html

<https://www.gastro.hu/places/kemences-csarda-4>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook: <https://www.facebook.com/Kemenc%C3%A9s-Cs%C3%A1rda-448910078481402/>

Instagram: -

Youtube: -

Piros Ház Étterem**Honlap:** <https://piroshaz.metro.rest/?lang=hu>**Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét:**<https://etterem.hu/piros-haz-vendeglo><https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/piros-haz-vendeglo><http://www.zsira.hu/index.php/telepuelesuenkrol/piros-haz-vendeglo><https://www.telepules.com/zsira/turizmus/vendeglatas/piros-haz-vendeglo-15643.html><https://gastro.hu/helyek/piros-haz-vendeglo>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**Facebook: <https://www.facebook.com/PirosHazEtterem>

Instagram: -

Youtube: -

Auróra Étterem

Honlap: <http://aurora.co.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint		x				

Szolgáltatások: szállás

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d7804605-Reviews-Aurora_Restaurant-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/aurora-etterem>

<https://www.booking.com/hotel/hu/aurora-panzio.hu.html>

<https://szallas.hu/aurora-panzio-bukfurdo>

<https://visitvas.hu/gasztrotippek/auroraetterem/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pg/aurora.bukfurdo/posts/>

Instagram: -

Youtube: -

Vadvirág Csárda

Honlap: <https://vadviragcsarda.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint				x		

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://etterem.hu/vadvirag-csarda>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d4554788-Reviews-Csarda_Vadvirag-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.utazitthon.hu/latnivalo/bukfurdo/vadvirag-csarda-35025>

https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/vadvirag-csarda?gclid=EAlaIQobChMI54XRzqSp6gIVC6wYCh3yXAoyEAAAYASAAEgLS4fD_BwE

http://www.falusiturizmus.org/hu_HU/services/1621/vadvirag-csarda.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Vadvir%C3%A1g-Cs%C3%A1rda/285112501533180>

Instagram: -

Youtube: -

Fürdő Étterem

Honlap: <https://furdoetterem.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint			x			

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely, rendezvényterem, kávéház, delikates

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/furdo-etterem>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d6696453-Reviews-Furdo_Etterem-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/ettermek/furdo-etterem-buk-bukfurd/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Cafeteria/F%C3%BCrd%C5%91-%C3%89tterem-293950774091096/>

Instagram: https://www.instagram.com/furdo_etterem_buk/?hl=hu

Youtube:

Péter Büfé

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint						x

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely, rendezvényterem, kávéház, delikates

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/peter-bufe-bukfurdo>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d9777591-Reviews-Peter_Bufe_Bukfurdo-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://gastro.hu/helyek/peter-bufe-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pg/P%C3%A9ter-B%C3%BCf%C3%A9-B%C3%BCKf%C3%BCrd%C5%91-112340852175635/about/>

Instagram: <https://www.instagram.com/peterbufebukfurdo/?hl=hu>

Youtube: -

Hotel Caramell

Honlap: <https://www.caramell.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom					x	
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő					x	
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés					x	
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint		x				
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység szerint	x					

Szolgáltatások: konferencia, csapatépítés, esküvők, masszázs, beauty, sportolási lehetőségek, medical center.

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.booking.com/hotel/hu/caramell.hu.html?aid=319854;label=hotel-75470-hu-wr_F6M2rZINp6p9rSuwOZAS438025232067:pl:ta:p1:p2:ac:ap:neg:fi:tikwd-11615659951:lp1007647:li:dec:dm:ppccp=UmFuZG9tSVYkc2Rllyh9YfebvPBbIhsA9v88nhiHKml;ws=&gclid=EAlaI QobChMIq-Wi8Lqr6gIVirUYCh0f1gC6EAAYASAAEgLQmPD_BwE

https://szallas.hu/caramell-premium-resort-bukfurdo?gclid=EAlaI QobChMIq-Wi8Lqr6gIVirUYCh0f1gC6EAAYAiAAEgJOIPD_BwE

https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/caramell-premium-resort-superior?gclid=EAlaI QobChMIq-Wi8Lqr6gIVirUYCh0f1gC6EAAYBCAAEgL3I_D_BwE

https://www.szallasvadasz.hu/hotel-caramell-buk/?p=adwords-2020#hoteltitle&gclid=EAlaI QobChMIq-Wi8Lqr6gIVirUYCh0f1gC6EAAYAAEgJTPvD_BwE

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d1109464-Reviews-Caramell_Premium_Resort_Superior-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/caramell-premium-resort-superior-175507>

https://www.utazitthon.hu/szallas/bukfurdo/caramell-premium-resort?gclid=EAlaI QobChMI3Zv-vbur6gIVAswYCh3pTQjrEAAYBCAAEgL3ovD_BwE

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-caramel-bukfurdo-holisztikus-gyogy-wellness-hotel.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/caramellpremiumresort/>

Instagram: https://www.instagram.com/caramell_premium_resort/?hl=hu

Youtube: <https://www.youtube.com/user/hotelcaramell>

Danubius Hotel Bük

Honlap: <https://www.danubiushotels.com/hu/szallodak-bukfurdo/danubius-hotel-buk>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: Sóbarlang, fitness, szépségápolás, wellness kezelések, rendezvényszervezés

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/buk.hu.html>

https://szallas.hu/danubius-hotel-buk-bukfurdo?gclid=EAlaIQobChMlp-uBvsCr6gIVl4KyCh0buwKvEAAyAAEgJlPD_BwE

https://www.szallasvadasz.hu/danubius-healthspa-buk/?p=adwords-2020#hoteltitel&gclid=EAlaIQobChMlp-uBvsCr6gIVl4KyCh0buwKvEAAyBCAAEgH9vD_BwE

<https://www.akcioscsomagok.hu/danubius-health-spa-resort-hotel-buk-termal-szalloda-bukfurdon.html>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d279418-Reviews-Danubius_Hotel_Buk-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/danubius-health-spa-resort-buek-114894>

https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/danubius-hotel-buk?gclid=EAlaIQobChMlp-uBvsCr6gIVl4KyCh0buwKvEAMyASAAEgI-PD_BwE

<https://www.utazitthon.hu/szallas/bukfurdo/danubius-health-spa-resort-buk>

<https://www.hoteltelnet.hu/hu/thermalhotelbuk/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/danubiusbuk>

Instagram: -

Youtube: -

Greenfield Hotel Golf & SPA

Honlap: <https://greenfieldhotel.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom					x	
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás					x	
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés					x	
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható					x	
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint			x			

Szolgáltatások: szauna attrakciók, gyógykezelések, szépségszalon, fitness terem, kerékpár/e-roller kölcsönzés, golfpálya, csapatépítő tréningek, esküvők, állatbarát, konferencia és rendezvényszervezés

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-greenfield/>

<https://szallas.hu/greenfield-hotel-golf-spa-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/radisson-sas-birdland-resort-spa.hu.html>

<https://www.akcioscsomagok.hu/birdland-golf-spa-resort-wellness-hotel-bukfurdo.html>

<https://www.hoteltelnet.hu/hu/birdland-golf-spa-resort-buk-bukfurdo/>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d295582-Reviews-Greenfield_Hotel_Golf_Spa-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://hu.hotels.com/ho350053/greenfield-hotel-golf-spa-all-inclusive-buk-magyarorszag/>

<https://www.szallodak.hu/greenfield-hotel-golf-spa>

https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/greenfield-hotel-golf-spa?gclid=EAlaIqobChMlO6Bv8qr6glVI6wYCh3J8AGHEAMYASAAEgLeKfD_BwE

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/greenfield-hotel-golf---spa-1870001>

<https://www.gyogyhotelektermalszallodak.hu/birdland-golf-spa-resort-wellness-hotel-bukfurdo/greenfield-hotel-bukfurdo-birdland-golf-spa-resort-wellness-hotel-bukfurdo.HU.html>

https://hmhotels.hu/hu/hotels/greenfield-hotel-golf-spa-bukfurdo_37.html

<https://www.hotelio.hu/bukfurdo-szallas/greenfield-hotel-golf-spa-buk-83>

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/radissonsas-birdland-resort-spa/>

<https://utazomajom.hu/greenfield-hotel-golf-spa/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/greenfieldhotel>

Instagram: <https://www.instagram.com/birdlandgolf/?hl=hu>

Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=83HTE6DyE_0

Hotel Piroska

Honlap: <https://hotelpiroska.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom					x	
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás					x	
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon					x	
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint				x		

Szolgáltatások: rendezvényszervezés, SPA és wellness, élményfürdő, szaunavilág, gyógyászat.

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/piroska.hu.html>

<https://szallas.hu/hotel-piroska-bukfurdo>

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-piroska/>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d639320-Reviews-Hotel_Piroska-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.szallodak.hu/hotel-piroska>

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-piroska-bukfurdo-wellness-hotel-buk/velemenyek.html>

<https://akcioscsomagajanlatok.hu/hotel-piroska-bukfurdo-wellness-hotel-buk.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/HotelPiroska>

Instagram: <https://www.instagram.com/hotelpiroskabuk/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=pP-J-TzuD0Q>

Hunguest Hotels Répce Gold

Honlap: https://www.hunguesthotels.hu/hu/hotel/bukfurdo/hunguest_hotel_repce_gold/ (gyűjtőoldal)

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: rendezvényszervezés, wellness szolgáltatások, grill kert, sport pályák, Bükfürdő CARD elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/repcegoldbukfur.hu.html>

<https://szallas.hu/hunguest-hotel-repce-gold-bukfurdo>

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-repce-gold/>

<https://www.belfoldipihenés.hu/hotelek/hunguest-hotel-repce-gold.html>

<https://www.szallodak.hu/hunguest-hotel-repce-gold>

<https://www.agoda.com/hu-hu/hunguest-hotel-repce-gold/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d578377-Reviews-Hunguest_Hotel_Repce_Gold-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/hunguest-hotel-repce-gold>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/hunguest-repce-gold-107244>

https://www.wellnesshetvege.hu/wellness_hotel/Hunguest_Repce_GOLD,Bukfurdo,6

https://www.cegeshelyszinek.hu/hunguest-hotel-repce-gold-4-csillagos-nyugat-dunantul-bukfurdo_p5660

<https://hu.hotels.com/ho349834/hunguest-hotel-repce-gold-buk-magyarorszag/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/Hunguest-Hotel-R%C3%A9pce-Gold-107804199268755/>

Instagram: -

Youtube: <https://youtu.be/KKkvL3Bwwcc>

Apartman Hotel Bük

Honlap: <https://www.apartmanhotel.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint			x			

Szolgáltatások: Hungary CARD elfogadóhely, sószoza, masszázs, játszótér, kerékpárkölcsönzés, kávézó

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/apartman-hotel-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-bukfurdo.hu.html>

<https://www.szallasvadasz.hu/apartman-hotel-bukfurdo/>

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/apartman-hotel-bukfurdo/>
<https://www.programturizmus.hu/partner-apartman-hotel-bukfurdo.html>
<https://www.agoda.com/hu-hu/apartman-hotel/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>
https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d7985787-Reviews-Apartman_Hotel-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html
<https://vista.hu/utazasok/apartman-hotel-bukfurdo>
https://www.wellnesstips.hu/szallas/apartman-hotel-bukfurdo_60224_0_1.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/hotelbuk/>

Instagram: -

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCp0hFR9_yU4c8XMvMA5V9kg

Bajor Panzió és Étterem

Honlap: <https://bajorpanzio.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely, ingyenes parkolás, medence, infrasauna, jakuzzi, grillezési lehetőség,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/bajor-panzio-felnottbarat-aparthotel-bukfurdo>
<https://www.booking.com/hotel/hu/bajor-panzio-etterem-aparthotel-buk-bukfurdo.hu.html>
https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d1799337-Reviews-Bavarian_Pension_Restaurant_Aparthotel-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html
<https://www.visitbuk.hu/hu/etterem/bajor-panzio-etterem>
<https://etterem.hu/bajor-panzio-etterem>
<https://szallaskeres.hu/bajorpanzio>

<https://www.szallasvadasz.hu/bajor-panzio/>

<https://www.szallasinfo.hu/bayerischpension/?ln=1>

<https://www.utazitthon.hu/szallas/buk/bajor-panzio-buk>

<https://www.programturizmus.hu/partner-bajor-panzio-es-etterem-buk.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/bajorpanziobuk>

Instagram: <https://www.instagram.com/bajorpanzio/?hl=hu>

Youtube: -

Hajnalka Vendég

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/va-rkonyi-venda-c-gha-z.hu.html>

<https://szallas.hu/hajnalka-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/hajnalka-vendeghaz.php>

<https://www.agoda.com/hu-hu/varkonyi-vendeghaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/hajnalka-vendeghaz>

<https://apartman.hu/hajnalka-vendeghaz-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Baranyai Vendégház

Honlap: <https://www.baranyai-vendeghaz.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: kerékpár és nordic walking kölcsönzés, transzfer, széf, masszázs, félpanziós ellátás, szépkártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/baranyai-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/baranyai-venda-c-gha-z.hu.html>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/baranyai-vendeghaz-buk>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/baranyai-vendeghaz>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/baranyai-vendeghaz.php>

<https://www.agoda.com/hu-hu/baranyai-vendeghaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/baranyai-vendeghaz-2639002>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/baranyai-vendeghaz>

<https://szallaskeres.hu/baranyai-vendeghaz-buk>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d16660596-Reviews-Baranyai_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Baranyai-Vend%C3%A9gh%C3%A1z/308523943282461?nr>

Instagram: -

Youtube: -

Barki Apartman

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/barki-apartman-buk>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/barki-apartman.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/barki-apartman.hu.html>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/barki-apartman-2315706>

<https://www.agoda.com/hu-hu/barki-apartman/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/barki-apartmanhaz>

<http://www.magvarszallashelykeresok.hu/vas/buk/barki-apaman-buk.php>

<https://www.apartman.hu/barki-apartman-buk>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d3345991-Reviews-Barki_Apartman-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Éden Apartman Hotel

Honlap: <https://edenapartmanhotel.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: masszázs,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/eden-apartman-buk.hu.html>

<https://szallas.hu/eden-apartman-hotel-buk>

<https://www.agoda.com/hu-hu/eden-apartman-hotel/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://apartman.hu/eden-apartman-hotel-buk>

[https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d12723258-Reviews-Eden Apartman Hotel-Buk Vas County Western Transdanubia.html](https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d12723258-Reviews-Eden_Apartman_Hotel-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html)

<https://www.szallasvadasz.hu/eden-apartman-buk/>

<https://planetofhotels.com/en/hungary/buk/eden-apartman-hotel>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/edenbuk/>

Instagram: -

Youtube: -

Bettina Vendégház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/bettina-venda-c-gha-z.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/bettina-vendeghaz.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/bettina-vendeghaz>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/bettina-vendeghaz-2710642>

<https://www.agoda.com/hu-hu/bettina-vendeghaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.programturizmus.hu/partner-bettina-vendeghaz-buk.html>

http://www.iranymagyarország.hu/bettina_vendeghaz/l310906/

<https://www.bedandbreakfast.eu/bed-and-breakfast/buk/bettina-vendeghaz/4756837/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Anita Apartman

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/anita-apartman-bukfurdo.hu.html>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/anita-apartman-5760132>

<https://www.agoda.com/hu-hu/anita-apartman/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/anita-apartman-bukfurdo>

https://www.szallasdepo.hu/index.php?page=hotels&hid=1788616&checkin_monthday=4&checkin_month=1&checkin_year=2018&checkout_monthday=5&checkout_month=1&checkout_year=2018&group_adults=2

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d15871911-Reviews-Anita_Apartman-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9740-_-yca6ibd0

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Petra Vendégház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/petra-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/petra-vendeghaz.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/petra-vendeghaz.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/petra-vendeghaz>

<https://www.agoda.com/hu-hu/petra-vendeghaz/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/petra-vendeghaz-buekfuerd%C5%91-6256096>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/petra-vendeghaz>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Rigótanya Panzió

Honlap: <https://rigotanya-bukfurdo.hu/hu>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: svédasztalos reggeli, sauna, snack bár, kávé/tea bekészítés

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/rigotanya-relax-wellness-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/rigotanya-restaurant-und-pension.hu.html>

https://www.netpincer.hu/rigotanya_etterem_es_panzio_buk

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/rigotanya-panzio.php>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d1955535-Reviews-Pension_Restaurant_Rigotanya-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://hu.hotels.com/ho696322/rigotanya-relax-and-wellness-buk-magyarország/>

<https://viago.hu/szallasok/rigotanya-panzio-es-etterem-bukfurdo>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/rigotanya-etterem-es--panzio-1826303>

<https://www.agoda.com/hu-hu/hotels-near-buki-steak-house-kft/attractions/buk-hu.html?cid=1844104>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/RigotanyaBukfurdo/>

Instagram:

Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=5VyX_Wq_DNU

Brigitte Vendégház

Honlap: <https://www.buk-vendeghaz.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: szépártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/apartman-brigitte-bukfurdo-buk>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/apartman-brigitte-bukfurdo.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-brigitte.hu.html>

http://www.eszallas.hu/room_149.html

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-brigitte-bukfurdo>

<https://www.belfoldiutazas.hu/magyar/sz/buk/brigitte-vendeghaz-313171>

<http://szallaskereso.info/brigitte-vendeghaz-apartman-bukfurdo>

http://www.falusiturizmus.org/hu_HU/lodgement/789/brigitte-vendeghaz-bukfurdo.html

<https://szallaskeres.hu/brigitte-apartman>

<https://www.szallasvadasz.hu/brigitte-vendeghaz-apartman/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/bukfurdo.hu/>

Instagram: <https://www.instagram.com/apartmanbrigitte/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UC2biZp8zEoO9wTjBWpVkhzw>

Apartman Siesta

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint				x		

Szolgáltatások: grillezési lehetőség, ajándékutalvány, kozmetika szalon, dotto kisvaút, wellness részleg

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/apartman-siesta-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-siesta.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-siesta>

https://www.szallasinfo.hu/apartman_siesta/?ln=1

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/apartman-siesta-2223826>

<https://apartman.hu/apartman-siesta-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Hotel/Apartman-Siesta-B%C3%BCK-135852613185341/>

Instagram:

Youtube:

Glassl Gábor – Nincs adat róla az interneten

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						
Betöltési idő						
Reszponzivitás						
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Elisabeth Apartman - Bük

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: szépkiártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/onyx-apartments.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/elisabeth-apartman.php>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/elisabeth-apartman-buk>

<https://szallaskeres.hu/elisabethapartman>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/elisabeth-apartman>

<https://viago.hu/szallasok/elisabeth-apartman-buk>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Muskátli Nyaraló - Bükfürdő**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: szépártya elfogadóhely**Szakmai oldalakon jelenlét:**

<https://szallas.hu/muskatli-nyaralo-bukfurdo>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/muskatli-nyaralo-bukfurdo>

<https://szallaskeres.hu/onyx-nyaralo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/onyx-nyaralo.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/muskatli-nyaralo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: -

Instagram: -

Youtube: -

Rita Vendégház**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét:**<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/rita-vendeghaz><https://szallas.hu/rita-apartmanhaz-bukfurdo><https://www.booking.com/hotel/hu/rita-apartmanhaz.hu.html><https://apartman.hu/rita-apartmanhaz-bukfurdo><https://hovamenjek.hu/bukfurdo/rita-apartmanhaz><https://szallasitthon.hu/rita-apartmanhaz-bukfurdo>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Herbert Apartman

Honlap: <http://www.herbertapartman.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint			x			
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: szépártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/herbert-apartman.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/herbert-apartman.php>

<https://szallaskeres.hu/herbert-fam>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/herbert-apartman>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/herbert-apartman-bukfurdo>

<https://viago.hu/szallasok/herbert-apartman-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/HerbertApartman/>

Instagram:

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=O4HJIWznEcM>

Ereli Cottage

Honlap: -

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/ereli-cottage-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/ereli-cottage.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-ereli.hu.html>

<http://ereli-cottage.hungaryhotel.net/hu/>

<https://ereli-cottage-buk.booked.hu/>

<https://hovamenjek.hu/buk/ereli-cottage>

<https://apartman.hu/ereli-cottage-bukfurdo>

<https://planetofhotels.com/en/hungary/buk/ereli-cottage>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Apartman Marina

Honlap: <http://www.bukbad.hu/> <http://www.marinabuk.hu/> <http://www.marinabukfurdo.hu/> (két apartmanjuk is van ezen a néven Bükön és Bükfürdőn)

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: felszerelt konyha, dohányzásmentes szobák,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/marina-apartman-bukfurdo>

<https://szallas.hu/marina-buk-apartman-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-marina.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/apartman-marina.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-marina>

https://www.szallasmagyarorszag.hu/Mszallashelyek/bukfurdo-szallas-marina_apartman-bukfurdo-hotelek-vilak-apartmanok-panziok.html

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/marina-apartman-2794580>

<https://apartman.hu/marina-apartman-bukfurdo>

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/marina-apartman/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Klára Ágnes

Honlap: <http://klaravendeghaz.uw.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/klara-agnes-apartman-bukfurdo>

<https://apartman.hu/klara-agnes-apartman-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/klara-agnes-apartman>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/klara-agnes-apartman>

<https://klara-apartman-buk.booked.hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Apartman Nóra

Honlap: <https://www.apartmannora.hu/hu/index.html>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartmsn-na3ra.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-nora-bukfurdo>

<https://www.agoda.com/hu-hu/apartman-nora/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

https://www.szallasinfo.hu/apartman_nora/?ln=1

<https://www.programturizmus.hu/partner-apartman-nora-buk.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/apartmannora.bukfurdo>

Instagram:

Youtube:

Adél Apartman Bükfürdő (Atlas Apartman)

Honlap: <http://atlasapartman.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Adél Apartman – Atlas Apartman néven fut a neten. A weboldal is ezen a néven elérhető. A weboldalon belül viszont már Blue és Pink Apartman néven vannak.

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/adel-apartman-bukfurdo>

<https://szallaskeres.hu/adel-apartman-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/adel-apartman.php>

<https://myszallas.com/Adel-Apartman>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/adel-apartmanok-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/adel-apartman>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: https://www.facebook.com/apartman.atlas?fref=search&_tn_=%2Cd%2CP-R&eid=ARBnZJF78kxE43ARpujLZaoFi8DD4DFg5KLeUcc4Dih5TnMfWaRAR-qwuLgzNyRIpdtlpouV1OdxpXii

Instagram:

Youtube:

Kovács László – Nincs adat róla az interneten**Honlap: Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						
Betöltési idő						
Reszponzivitás						
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét:****Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Mónika Apartman

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/monika-apartman>

<https://monika-apartman-buk.booked.hu/>

<https://www.booking.com/hotel/hu/monika-apartman-buk1.hu.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Lovasi Apartman

Honlap: <http://www.lovasiapartman.hu/hu.html>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-lovasi.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/lovasi-apartman.php>

<https://apartman-lovasi-buk.booked.hu/>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d16707399-Reviews-Apartman_Lovasi-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

http://www.szallashelyajanlo.hu/szallas.php?szallas=7756&telep=B%FCk&nev=Lovasi%20Apartman%20&kategoria=***&tipus=Vend%E9gh%E1z

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/apartman-lovasi-3929866>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-lovasi>

<https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9737--97tgimwi>

<https://www.bedandbreakfast.eu/bed-and-breakfast/buk/apartman-lovasi/622215/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/apartman.lovasi>

Instagram:

Youtube:

Trenta Apartman

Honlap: <https://www.trentaapartman.com/index.html>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: Zuhany, LCD TV, Wifi, Konyha, Hűtőszekrény, Főzőlap, Saját fürdőszoba, WC, Vízfóralló, Törölköző, Ágynemű, Fűtés, Konyhai felszerelés, Étkezőasztal, Parkoló, Nemdohányzó szállás, Reptéri transzfer és háziállatok felár ellenében

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/trenta-apartman-bukfurdo.hu.html>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/trenta-apartman-buekfuerd%C5%91-12809438>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/trenta-apartman.php>

<https://www.agoda.com/hu-hu/trenta-apartman-bukfurdo/hotel/szombathely-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/trenta-apartman>

<https://trenta-apartman-bukfurdo-buk.booked.hu/>

<https://www.vrbo.com/en-ca/cottage-rental/p2869006>

<https://www.bedandbreakfast.eu/bed-and-breakfast/bukfurdo/trenta-apartman-bukfurdo/5312898/>

<https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9740- -ea42789b>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/andras.molnar.988>

Instagram: <https://www.instagram.com/trentaapartman/>

Youtube:

Apartman Molnár

Honlap: <http://www.apartmanmolnar.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: hűtő, főzőlap, kávéfőző, kenyérpíró, zuhanyzó, wc, terasz, TV (további 20 csatorna 300 Ft/nap ellenében igénybe vehető), ingyenes parkolás, kerékpár és grillsütő használat.

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/molnar-apartman.php>

<https://szallaskeres.hu/molnarapartman>

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-molnar-bukfurdo.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-molnar>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/apartman-molnar-8237036>

<https://szallastoplista.hu/molnar-apartman-buk/>

<https://kiadoapartman.hu/szallas/buk/apt372784/155/>

<https://szallashirdeto.hu/?view=showad&adid=13593&cityid=19>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/molnar.apartman>

Instagram: <https://www.instagram.com/trentaapartman/>

Youtube:

Apartman Nóra

Honlap: <https://www.apartmannora.hu/hu/index.html>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartmsn-na3ra.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-nora-bukfurdo>

<https://www.agoda.com/hu-hu/apartman-nora/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

https://www.szallasinfo.hu/apartman_nora/?ln=1

<https://www.programturizmus.hu/partner-apartman-nora-buk.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/apartmannora.bukfurdo>

Instagram:

Youtube:

Mórocz Vendégház

Honlap: <http://vendeghazmorocz.hupont.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						
Találati listán való elhelyezkedés név szerint		x				
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: Szépkártya elfogadóhely,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/morocz-vendeghaz.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/morocz-vendeghaz>

<http://www.pannon-pleasure.eu/hu/senior-10/morocz-vendeghaz.html>

https://hotel2.hu/hu/hotels/morocz-vendeghaz-buk_772.html

https://velihotels.com/hu/hotels_morocz-vendeghaz-buk_772.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Óvári Vendégház

Honlap: <http://www.pensionovari.com/> - hekkelve

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/ovari-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/ovari-vendeghaz.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/pension-ovari.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/ovari-vendeghaz>

<https://szallaskeres.hu/ovari-vendeghaz>

https://www.szallasinfo.hu/szallas/galeria.php?d=ovari_vendeghaz_buk&n=9&ln=1

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/ovari-vendeghaz>

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/ovari-vendeghaz/>

<https://pension-ovari-buk.booked.hu/>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/hotel-pension-ovari-1826423>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d2227570-Reviews-Pension_Ovari-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Titi Apartman

Honlap: <https://bukfurdoapartman.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: ingyenes parkolás, wifi, akadálymentes szállás, ingyenes kerékpárhasználat, kerti grill, gyerekbarát szolgáltatások, transzfer, klíma, SZÉP-kártya elfogadóhely, motoros-barát szálláshely, bét&bike

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/titi-family-vendeghaz-bukfurdo>

<https://titi-family-apartman-buk.booked.hu/>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/titi-family-apartman-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/titi-apartman.hu.html>

<http://www.szallasajanlo.hu/7394>

<https://www.agoda.com/hu-hu/city/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/titi.vendeghaz>

Instagram: <https://www.instagram.com/titivendeghaz/?hl=hu>

Youtube:

Apartman Golf & Wellness

Honlap: <https://www.apartmangolf.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: medence, szauna**Szakmai oldalakon jelenlét:**

<https://szallas.hu/golf-apartman-bukfurdo>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/golf-apartman-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Apartman Golf & Wellness

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/golf-apartman-bukfurdo>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/golf-apartman-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Petrovics Apartmanház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://petrovics-apartmanhaz-buk.booked.hu/>

<https://www.booking.com/hotel/hu/petrovics-apartmanhaz.hu.html>

<https://www.agoda.com/hu-hu/petrovics-apartmanhaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/petrovics-apartmanhaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d6895701-Reviews-Petrovics_Apartmanhaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/petrovics-apartmanhaz-3251466>

<http://petrovics-apartmanhaz.hotels-in-hungary.net/hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Petrovics Apartmanház**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://petrovics-apartmanhaz-buk.booked.hu/>

<https://www.booking.com/hotel/hu/petrovics-apartmanhaz.hu.html>

<https://www.agoda.com/hu-hu/petrovics-apartmanhaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/petrovics-apartmanhaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d6895701-Reviews-Petrovics_Apartmanhaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/petrovics-apartmanhaz-3251466>

<http://petrovics-apartmanhaz.hotels-in-hungary.net/hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Apartman Marina

Honlap: <http://www.bukbad.hu/> <http://www.marinabuk.hu/> <http://www.marinabukfurdo.hu/> (két apartmanjuk is van ezen a néven Bükön és Bükfürdőn)

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: felszerelt konyha, dohányzásmentes szobák,**Szakmai oldalakon jelenlét:**<https://szallas.hu/marina-apartman-bukfurdo><https://szallas.hu/marina-buk-apartman-bukfurdo><https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-marina.hu.html><https://www.bukfurdoszallasok.hu/apartman-marina.php><https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-marina>https://www.szallasmagyarorszag.hu/Mszallashelyek/bukfurdo-szallas-marina_apartman-bukfurdo-hotelek-vilak-apartmanok-panziok.html<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/marina-apartman-2794580><https://apartman.hu/marina-apartman-bukfurdo><https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/marina-apartman/>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Birdland Family Apartman/Family Apartman II.

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/birdland-family-2-apartman.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/birdland-family-es-birdland-family-ii-apartman>

<https://szallas.hu/birdland-family-apartman-bukfurdo>

<https://apartman.hu/birdland-family-apartman-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/birdland-family-apartman>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Zita Vendégház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/zita-vendeghaz-buk>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/zita-vendeghaz>

<https://www.booking.com/hotel/hu/zita-haus.hu.html>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/zita-vendeghaz.php>

<https://apartman.hu/zita-vendeghaz-buk>

<https://szallasitthon.hu/zita-vendeghaz-buk>

<https://www.agoda.com/hu-hu/zita-haus/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/zita-haus-7004260>

<https://hovamenjek.hu/buk/zita-vendeghaz>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

MA-JA Apartman

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/ma-ja-apartman-bukfurdo>
<https://www.bukfurdoszallasok.hu/ma-ja-apartman.php>
<https://www.booking.com/hotel/hu/ma-ja-apartman.hu.html>
<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/ma-ja-apartmanok>
<https://apartman.hu/ma-ja-apartman-bukfurdo>
<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/ma-ja-apartman>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:
 Instagram:
 Youtube:

Judit Vendégház

Honlap: <http://gastehausjudit.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint	x					
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/judit-venda-c-gha-z.hu.html>
<https://www.bukfurdoszallasok.hu/judit-vendeghaz.php>
<https://www.agoda.com/hu-hu/judit-vendeghaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>
<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/judit-vendeghaz>
<https://judit-vendeghaz-bed-breakfast-buk.booked.hu/>
https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d3451506-Reviews-Judit_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html
<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/judit-vendeghaz-2469472>
<https://www.bedandbreakfast.eu/bed-and-breakfast/buk/judit-vendeghaz/110448/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Schanzerbacher Andrea**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét:**<https://www.visitbuk.hu/hu/ajanlatkeres/schanzenbacher-andrea>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Büki Vendégház

Honlap: <http://szobak.hupont.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom	x					
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás	x					
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak	x					
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés	x					
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható	x					
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető	x					
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon	x					
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/buki-vendeghaz-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/buki-vendeghaz>

http://www.eszallas.hu/room_13291.html

<https://www.szallasvadasz.hu/buki-vendeghaz/>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d7713029-Reviews-Buki_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Aszú Vendégház

Honlap: <http://www.aszu-vendeghaz.hu/index.php/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom		x				
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak		x				
Betöltési idő		x				
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható		x				
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető		x				
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon		x				
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/aszu-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/aszao-venda-c-gha-z.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/aszu-vendeghaz>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/aszu-vendeghaz-1835003>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/aszu-vendeghaz>

<https://apartman.hu/aszu-vendeghaz-bukfurdo>

https://www.szallasinfo.hu/szallas/galeria.php?d=aszu_vendeghaz_bukfurdo&n=8

<https://www.agoda.com/hu-hu/aszu-vendeghaz/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d2038422-Reviews-Aszu_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/Asz%C3%BA-Vend%C3%A9gh%C3%A1z-Vinot%C3%A9ka-240964669389466/>

Instagram:

Youtube:

Apartman Szanyi

Honlap: <https://apartmanszanyi.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: 24 órás portaszolgálat, ingyenes zárt parkoló, nem dohányzó apartmanok, gyerekbarát szálláshely, kábel és SAT adók, ingyenes wifi, társalgó, grillkert, napozóterasz, asztalitenisz, tollaslabda, kerékpárok, külső és belső szárítók, masszázs/gyógypakolás, vendéglátás, programszervezés, szolgáltatás közvetítés, ajándékutalvány, Szép-kártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-szanyi.hu.html>

<https://szallas.hu/apartman-szanyi-bukfurdo>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/apartman-szanyi-3065025>

<https://szallaskeres.hu/apartmanszanyi>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-szanyi>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/apartman-szanyi-buk>

<https://www.szallasvadasz.hu/apartman-szanyi-buk/napi-ar-25436.html>

<https://www.agoda.com/hu-hu/apartman-szanyi/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.belfoldiutazas.hu/magyar/sz/buk-furdo/apartman-szanyi-312438>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d10046152-Reviews-Apartman_Szanyi-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/Apartman-Szanyi-199643040109474/>

Instagram:

Youtube:

Apartman Szanyi

Honlap: <https://apartmanszanyi.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: 24 órás portaszolgálat, ingyenes zárt parkoló, nem dohányzó apartmanok, gyerekbarát szálláshely, kábel és SAT adók, ingyenes wifi, társalgó, grillkert, napozóterasz, asztalitenisz, tollaslabda, kerékpárok, külső és belső szárítók, masszázs/gyógypakolás, vendéglátás, programszervezés, szolgáltatás közvetítés, ajándékutalvány, Szép-kártya elfogadóhely

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/apartman-szanyi.hu.html>

<https://szallas.hu/apartman-szanyi-bukfurdo>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/apartman-szanyi-3065025>

<https://szallaskeres.hu/apartmanszanyi>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-szanyi>

<https://travelminit.hu/hu/szallas/apartman-szanyi-buk>

<https://www.szallasvadasz.hu/apartman-szanyi-buk/napi-ar-25436.html>

<https://www.agoda.com/hu-hu/apartman-szanyi/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://www.belfoldiutazas.hu/magyar/sz/buk-furdo/apartman-szanyi-312438>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d10046152-Reviews-Apartman_Szanyi-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/Apartman-Szanyi-199643040109474/>

Instagram:

Youtube:

Szilvia Vendégház

Honlap: <http://www.szilviavendeghaz.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás					x	
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: reggeli az árban, kertre nyíló kilátás, kültéri pihenősarok, hangszigetelés, saját fürdőszoba, ingyenes wifi, fűtés, hűtőszekrény, törölközők, ágynemű.

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/szilvia-vendeghaz?gclid=EAlaIqobChMI_eL848G96gIVmpSyCh1j5QGZEAAAYBCAAEgIQd_D_BwE

<https://szallas.hu/szilvia-vendeghaz-buk>

<https://www.booking.com/hotel/hu/kellner-gasthaus.hu.html>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d7383092-Reviews-Szilvia_Guesthouse-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://szallasitthon.hu/szilvia-vendeghaz-buk>

<https://apartman.hu/szilvia-vendeghaz-buk>

<https://hovamenjek.hu/buk/szilvia-vendeghaz>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: https://www.facebook.com/pg/szilviavendeghazbuk/services/?service_id=2971508282883242

Instagram:

Youtube:

Trafi Vendégház – nincs róla adat az interneten

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						
Betöltési idő						
Reszponzivitás						
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Jerry Apartman

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/jerry-apartman-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/judit-bungalow.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/jerry-apartman>

<https://jerry-apartman-buk.booked.hu/>

<https://www.agoda.com/hu-hu/jerry-apartman/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d15292082-Reviews-Jerry_Apartman_Bukfurdo-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://apartman.hu/jerry-apartman-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/jerry-apartman>

<https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9737- -10b06d5f>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

https://www.facebook.com/pg/szallas.etterem/photos/?tab=album&album_id=1654162471531429

Instagram:

Youtube:

Loki Apartman**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/loki-apartman-bukfurdo>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/loki-apartman>

<http://www.eszallas.hu/loki-apartman>

<http://loki-apartman.hotels-in-hungary.net/hu/>

<https://www.booking.com/hotel/hu/loki-apartman.hu.html>

<https://apartman.hu/loki-apartman-bukfurdo>

<https://www.agoda.com/hu-hu/loki-apartman/hotel/buk-hu.html?cid=1844104>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/loki-apartman>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Martha Apartman

Honlap: <http://www.martha-apartman.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint			x			
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: ingyenes wifi, grillezési lehetőség, zárt parkoló, kerti pavilon, ingyenes kerékpár

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/martha-apartman-buk>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/apartman-martha.php>

<https://www.booking.com/hotel/hu/martha-apartman.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/apartman-martha>

<https://szallasitthon.hu/martha-apartman-buk>

<https://hovamenjek.hu/buk/martha-apartman>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d6975832-Reviews-Martha_Apartman-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Jerry Apartman in Birdland

Honlap: -

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/jerry-apartman-in-birdland-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/jerry-apartman-in-birdland.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/jerry-apartman-in-birdland>

<https://jerry-apartman-in-birdland-buk.booked.hu/>

<https://apartman.hu/jerry-apartman-birdland-bukfurdo>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/jerry-apartman-in-birdland>

https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9737-_-10b06d5f

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Tóth Vendégház

Honlap: <http://www.tothvendeghazbuk.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint		x				
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: korlátlan internet, kábeltévé, nagy terasz, a parkoláshoz zárt udvar, kerékpár, kert, grillezési lehetőség

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/toth-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/toth-vendeghaz-beke-utca>

<https://szallas.hu/toth-vendeghaz-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

AN-DI Vendégház

Honlap:

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/an-di-venda-c-gha-z.hu.html>

<https://szallaskeres.hu/andivendeghaz>

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/an-di-vendeghaz-2223838>

<http://szallaskereso.info/szallas-buk/an-di-vendeghaz>

<https://szallashirdeto.hu/index.php?view=showad&adid=12020&cityid=19&lang=hu>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/an-di-vendeghaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d2537180-Reviews-An_Di_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Bed-and-Breakfast/AN-DI-VEND%C3%89GH%C3%81Z-B%C3%9CK-167051673352233/>

Instagram:

Youtube:

Tóth Vendégház

Honlap: <http://www.toth-vendeghaz.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások:

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/toth-vendeghaz.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/toth-vendeghaz-szabadsag-utca>

<https://www.booking.com/hotel/hu/ta3th-venda-c-gha-z.hu.html>

http://www.hotel7.hu/buk/toth_vendeghaz/hu.html

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d2198923-Reviews-Toth_Vendeghaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://toth-vendeghaz-hotel-buk.booked.hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Anna Apartman

Honlap: <http://anna-apartman.hu/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: Ágyneműhuzat, fürdőszobákban tusoló, törölköző, felszerelt konyha

minden apartmanhoz terasz vagy balkon, minden apartmanban ingyenes WIFI internet használat, minden apartmanban kábel TV, ingyenes, zárt parkoló, fedett pavilon

kerti bútorok, napozóágyak

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/anna-apartman-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.booking.com/hotel/hu/anna-apartman.hu.html>

<https://szallaskeres.hu/anna-apartman>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/anna-apartman>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/anna-apartman-vendeghaz.php>

https://www.szallasinfo.hu/anna_apartman/index.php?ln=1

<https://www.utazitthon.hu/szallas/buk/anna-apartman>

<https://apartman.hu/anna-apartman-vendeghaz-bukfurdo>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Anna-Vend%C3%A9gh%C3%A1z-Apartman/379761729303227>

Instagram:

Youtube:

Tulipán Vendégház**Honlap:****Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom						x
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás						x
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak						x
Betöltési idő						x
Reszponzivitás						x
Megjelenés / webdesign / trendkövetés						x
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható						x
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető						x
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon						x
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						x
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						x

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben**Szakmai oldalakon jelenlét:**<https://szallas.hu/tulipan-vendeghaz-bukfurdo><https://www.booking.com/hotel/hu/tulipan-u2.hu.html><https://www.bukfurdoszallasok.hu/tulipan-vendeghaz.php><https://hovamenjek.hu/bukfurdo/tulipan-vendeghaz><https://apartman.hu/tulipan-vendeghaz-bukfurdo><https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/tulipan-vendeghaz><http://tulipn-u2.hotels-in-hungary.net/hu/>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Réka Apartmanház

Honlap: <https://rekaapartmanbuk.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint				x		
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: nincs további információ más szolgáltatásokról a digitális térben

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.agoda.com/hu-hu/reka-apartmanhaz/hotel/bukfurdo-hu.html?cid=1844104>

<https://www.trivago.hu/buekfuerd%C5%91-80806/szallas/reka-apartmanhaz-4659898>

<https://reka-apartmanhaz-buk.booked.hu/>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/reka-apartmanhaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274888-d15880786-Reviews-Reka_Apartmanhaz-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

<https://www.viamichelin.com/web/Hotel/Buk-9740- -rh4nf0ha>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/apartmanhaz.reka>

Instagram:

Youtube:

Varga Vendégház

Honlap: <http://varga.pat2.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő	x					
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint						
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint						

Szolgáltatások: Különálló apartman, igény szerint klímával, otthonosan berendezett szobák saját fürdőszobával, két nappali, teraszok és az udvaron kialakított pihenőhelyek biztosítják a kikapcsolódást, grillezési lehetőség, konyha igény szerint, gyógymasszázs és szaunázási lehetőséget biztosítunk igény szerint, házhoz tartozó zárt parkoló, kerékpárkölcsonzési lehetőség, 100 m-es körzetben étterem, fogorvos, posta, bevásárlási lehetőségek, igény szerint térítés ellenében újságot és virágot készítünk be a szobákba.

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://szallas.hu/varga-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/varga-vendeghaz.php>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/varga-vendeghaz>

<https://szallaskeres.hu/vargavendeghaz>

<https://hovamenjek.hu/bukfurdo/varga-vendeghaz>

<https://apartman.hu/varga-vendeghaz-bukfurdo>

<https://www.ittjartam.hu/bukfurdo/szallasok/varga-vendeghaz/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook:

Instagram:

Youtube:

Fehér Ló Étterem és Vendégház

Honlap: <https://feherlogasthaus.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: Ingyenes kerékpár-kölcsönzés, bankkártya, hitelkártya elfogadás, Szép-kártya elfogadás, trambulín és egyéb gyermekjátékok, pótágy és gyermekágy használat

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://etterem.hu/feherlo-etterem-es-vendeghaz>

<https://www.booking.com/hotel/hu/feharla-vendaghaz.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/feherlo-etterem-es-vendeghaz>

<https://szallaskeres.hu/feherlovendeghaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d10123266-Reviews-Feherlo_Restaurant-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

https://www.netpincer.hu/feher_lo_etterem

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/feher-lo-fogado-2184852>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/feherlo-vendeghaz.php>

<https://feherlo-vendeghaz-restaurant-guest-house-buk.booked.hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/feherlo.etteremesvendeghaz/>

Instagram: <https://www.instagram.com/feherlobukfurdo/?hl=hu>

Youtube:

Fehér Ló Étterem és Vendégház

Honlap: <https://feherlogasthaus.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: Ingyenes kerékpár-kölcsönzés, bankkártya, hitelkártya elfogadás, Szép-kártya elfogadás, trambulín és egyéb gyermekjátékok, pótágy és gyermekágy használat

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://etterem.hu/feherlo-etterem-es-vendeghaz>

<https://www.booking.com/hotel/hu/feharla-vendaghaz.hu.html>

<https://www.visitbuk.hu/hu/szallas-adatai/feherlo-etterem-es-vendeghaz>

<https://szallaskeres.hu/feherlovendeghaz>

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274888-d10123266-Reviews-Feherlo_Restaurant-Buk_Vas_County_Western_Transdanubia.html

https://www.netpincer.hu/feher_lo_etterem

<https://www.trivago.hu/buek-80768/szallas/feher-lo-fogado-2184852>

<https://www.bukfurdoszallasok.hu/feherlo-vendeghaz.php>

<https://feherlo-vendeghaz-restaurant-guest-house-buk.booked.hu/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/feherlo.etteremesvendeghaz/>

Instagram: <https://www.instagram.com/feherlobukfurdo/?hl=hu>

Youtube:

Gino Cukrászda

Honlap: <https://ginocukraszda.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő					x	
Reszponzivitás					x	
Megjelenés / webdesign / trendkövetés					x	
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható					x	
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon					x	
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: szalon, esküvő, webshop,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://etterem.hu/gino-cukraszda>

<http://m.turizmus.sopron.hu/hu/partner/gino-cukraszda.html>

<http://weddingsopron.hu/eskuvoi-szolgaltatok/sutemeny-torta/gino-cukraszda/>

<https://www.soproncard.hu/hu/elfogadohely/gino-cukraszda>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/ginosopron/>

Instagram: https://www.instagram.com/gino_sopron/?hl=hu

Youtube: https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=0OfG62a9zfl&feature=emb_logo

Harrer Cukrászda

Honlap: <https://harrerchocolat.com/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás					x	
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő					x	
Reszponzivitás			x			
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint				x		

Szolgáltatások: csokoládéműhely, webshop,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://sulitura.hu/sopron/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda>

http://www.sopronkirandulas.hu/sopron/harrer_csokolademuhely.html

<https://hotelszieszta.hu/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda>

<https://www.utazitthon.hu/latnivalo/sopron/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda-1801>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/harrerchocolat/>

Instagram: <https://www.instagram.com/harrerchocolat/?hl=hu>

Youtube:

Dömötöri Cukrászda

Honlap: <https://www.domotoricukraszda.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás	x					
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint			x			

Szolgáltatások: helyben fogyasztás, elvitelre történő értékesítés, happy hours, egész torták, alkalmi torták, aktuális ajánlatok, akciók, nyári terasz, fagyalt

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://sulitura.hu/sopron/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda>

http://www.sopronkirandulas.hu/sopron/harrer_csokolademuhely.html

<https://hotelszieszta.hu/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda>

<https://www.utazitthon.hu/latnivalo/sopron/harrer-csokolademuhely-es-cukraszda-1801>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook: <https://www.facebook.com/harrerchocolat/>Instagram: <https://www.instagram.com/harrerchocolat/?hl=hu>

Youtube:

Deák Étterem**Honlap:** <https://terciarestaurants.hu/deaketterem/>**Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)**

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom					x	
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás					x	
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő					x	
Reszponzivitás					x	
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható					x	
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: Péntek-szombat élő zene, online asztalfoglalás, bankkártyás fizetés, nem dohányzóétterem, kutyabarát terasz.**Szakmai oldalakon jelenlét:**https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274909-d2174614-Reviews-Deak_Restaurant-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html<https://www.restu.hu/deak-etterem-sopron/><http://m.turizmus.sopron.hu/hu/partner/deak-etterem.html><https://hovamenjek.hu/sopron/deak-etterem><http://sopron.kornyeke.hu/deak-etterem><https://www.ittjartam.hu/sopron/ettermek/deak-etterem-sopron/><http://www.szepkartyasok.hu/sz%C3%A9p-k%C3%A1rtya-elfogad%C3%B3hely/%C3%A9tterem-k%C3%A1v%C3%A9z%C3%B3/sopron/de%C3%A1k-%C3%A9tterem><https://gastro.hu/helyek/deak-etterem-sopron>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**Facebook: <https://www.facebook.com/deaksopron/>Instagram: <https://www.instagram.com/deaksopron/?hl=hu>Youtube: <https://www.youtube.com/user/deaksopron>

Perkovázt Étterem

Honlap: <https://www.perkovatz.hu/>

onlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: házhozszállítás

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.restu.hu/perkovatz-haz/>

<http://m.turizmus.sopron.hu/hu/partner/perkovatzhaz.html>

<https://etterem.hu/perkovatz-haz-pub>

<https://hovamenjek.hu/sopron/perkovatz-haz-english-pub--restaurant>

[https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274909-d1536035-Reviews-Perkovatz_Haz-Sopron Gyor Moson Sopron County Central Transdanubia.html](https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274909-d1536035-Reviews-Perkovatz_Haz-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html)

<https://www.ittjartam.hu/sopron/ettermek/perkovatz-haz-english-pub-restaurant/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/perkovatz/>

Instagram: https://www.instagram.com/perkovatz_haz/?hl=hu

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCm8UTibU83imLTwg0jthzMg>

Solo Étterem

Honlap: <https://solorestaurant.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak					x	
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás					x	
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: esküvők lebonyolítása

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.tripadvisor.co.hu/Restaurant_Review-g274909-d10724886-Reviews-Solo_Restaurant-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://www.restu.hu/solo-restaurant/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/solorestaurantsopron/>

Instagram: <https://www.instagram.com/solorestaurant/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=UBTnXdr14ls>

Lővér Pince

Honlap: <http://www.loverpince.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint				x		

Szolgáltatások: borkóstolás

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://sopronivinoteka.hu/webshop/lover_pince_sopron

<https://vinoport.hu/pinceszeti/lover-pince/64>

<http://www.holborozzunk.hu/pince.php?sid=loverpince>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Winery-Vineyard/L%C5%91v%C3%A9r-Pince-988894404538627/>

Instagram: <https://www.instagram.com/loverpince/?hl=hu>

Youtube:

Luka Enikő Pincészete

Honlap: <https://www.lukawine.com/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: borkóstolás, borrendelés

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://wineloverswebshop.hu/boraszatok/magyar-boraszatok-614/luka-eniko-388>

<https://www.bortarsasag.hu/hu/bor/?filter6=luka-pinceszeti>

<https://vinoport.hu/pinceszeti/luka-pinceszeti/457>

<http://elitbor.hu/boraszat/luka-eniko/>

<https://borbolt.hu/luka-eniko/k/98>

<https://www.kostolom.hu/Boraszat/507/luka-pinceszeti>

<https://www.boraszportal.hu/borpontok/luka-pinceszeti-60>

https://sopronivinoteka.hu/webshop/luka_eniko_sopron

<http://www.holborozzunk.hu/pince.php?sid=luka>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):Facebook: <https://www.facebook.com/Luka-Pinc%C3%A9szet-208766412551884/>Instagram: <https://www.instagram.com/lukawine/?hl=hu>Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCo9cCmtWTrt372PDreu3U2Q>**Ráspi Pincészet**Honlap: <http://www.raspi.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom			x			
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás		x				
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés		x				
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható			x			
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető			x			
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon			x			
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint				x		

Szolgáltatások: étterem, panzió, borkóstolás,**Szakmai oldalakon jelenlét:**<http://borbanutazunk.hu/termekategoria/borvidekek/soproni/raspi-pincszet/>[https://www.tripadvisor.co.hu/ShowUserReviews-g754047-d1792093-r481181854-Raspi-Fertorakos Gyor Moson Sopron County Central Transdanubia.html](https://www.tripadvisor.co.hu/ShowUserReviews-g754047-d1792093-r481181854-Raspi-Fertorakos_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html)https://sopronivinoteka.hu/webshop/raspi_pince_fertorakos<https://vinoport.hu/pincszet/raspi-boraszat/79>https://bor-vallalkozas.blog.hu/2019/07/02/horvath_jozsef_raspi_a_reneszansz_fogados_es_sef_fertorakosrol<https://wineloverswebshop.hu/boraszatok/magyar-boraszatok-614/raspi><https://etterem.hu/raspi-etterem-vinarium><https://borbolt.hu/raspi/k/74>**Social média jelenlét (aktív/nem aktív):**Facebook: <https://www.facebook.com/R%C3%A1spi-%C3%89tterem-Vin%C3%A1rium-105416051191449/>Instagram: <https://www.instagram.com/raspi2732/?hl=hu>Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Qa0J66TAyjc>

Taschner Pincészet

Honlap: <https://taschner.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: borkóstoló

Szakmai oldalakon jelenlét:

<http://borvar.hu/termekategoria/boraszat/taschner-pincszet/>

<http://m.turizmus.sopron.hu/hu/info/borvidek/boraszatok/taschner-bor-es-pezsogahaz.html>

<https://vinoport.hu/pincszet/soproni-merlot/93>

<https://borespiac.hu/boraszatok/taschner-bor-es-pezsogahaz-kft/>

<http://pinceturak.hu/taschnerborhaz.html>

https://sopronivinoteka.hu/webshop/taschner_pince_sopron

<http://elitbor.hu/boraszat/taschner-kurt/>

<http://www.holborozzunk.hu/pince.php?sid=taschnervin>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/Taschner-Bor-%C3%A9s-Pezsg%C5%91h%C3%A1z-120170371385108/>

Instagram:

Youtube:

Soproni Kisvonat

Honlap: <http://www.sopronikisvonat.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: esküvő, lány- és legénybúcsú, születésnap, szerenád, osztálytalálkozó, ovi-suli, rendezvény

Szakmai oldalakon jelenlét:

https://www.soproniseta.hu/soproni_kirandulas/varosnezo-kisvonat-sopronban/

<https://hotelsopron.hu/programlehetosegek/sopron-kornyeke-programok/soproni-varosnezes-kisvonattal>

http://www.sopronikirandulas.hu/galeria/varosnezo_kisvonat.html

<https://sulitura.hu/sopron/soproni-kisvonat>

<http://m.turizmus.sopron.hu/hu/info/szabadido/varosnezo-kisvonat.html>

<http://www.ferto-to.hu/soproni-kisvonat.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/sopronikisvonat/>

Instagram: <https://www.instagram.com/sopronikisvonat/?hl=hu>

Youtube:

Hotel Lővér

Honlap: <https://www.hotellover.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint		x				

Szolgáltatások: esküvő, konferencia, csapatépítés,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-lover/>

<https://szallas.hu/hotel-lover-sopron>

<https://www.booking.com/hotel/hu/lover.hu.html>

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-lover-sopron-wellness-szalloda-sopronban.html>

<https://www.soproniszallodakhotelek.hu/hotel-lover-sopron-wellness-szalloda-sopronban/index.HU.html>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274909-d296822-Reviews-Hotel_Lover-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://www.wellnessakcio.hu/hotel-lover>

<https://www.danubiushotels.com/hu/szallodak-sopron>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/HotelLover>

Instagram: <https://www.instagram.com/hotelloversopron/?hl=hu>

Youtube:

Hotel Szieszta

Honlap: <https://hotelszieszta.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás			x			
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: rendezvények, céges családi napok, csapatépítő programok, esküvők, családi rendezvények,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-szieszta/>

<https://www.booking.com/hotel/hu/szieszta.hu.html>

<https://szallas.hu/hotel-szieszta-sopron>

<https://www.trivago.hu/sopron-80769/szallas/hotel-szieszta-106311>

<https://www.budapesthotelstart.com/budapest-hotels/hotel-szieszta/szalloda-attekintes.hu.html>

<https://www.sopronszallodakhotelek.hu/szieszta-hotel-sopron/index.HU.html>

<https://www.akcioscsomagok.hu/szieszta-hotel-sopron.html>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/hotelszieszta-sopron/>

Instagram:

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=VP2KX32HNY>

Hotel Sopron

Honlap: <https://hotelsopron.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés				x		
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint			x			

Szolgáltatások: rendezvények, céges családi napok, csapatépítő programok, esküvők, családi rendezvények,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/sopron.hu.html>

<https://www.szallasvadasz.hu/hotel-sopron/>

<https://szallas.hu/hotel-sopron>

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-sopron.html>

<https://www.trivago.hu/sopron-80769/szallas/hotel-sopron-111275>

<https://nethotelbooking.net/hotels/hotelsopron/#DV0YJSI9RXLK19D0WHAY05SQHJSG5WE0RT8U>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/hotelsopron/>

Instagram: https://www.instagram.com/hotelsopron_and_vinosseum/?hl=hu

Youtube: <https://www.youtube.com/user/SopronHotel>

Pannónia Hotel

Honlap: <https://www.pannoniahotel.com/index.php/hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak				x		
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: wellness, fitness, konferencia,

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/pannonia-hotel.hu.html>

<https://szallas.hu/pannonia-hotel-sopron>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274909-d279453-Reviews-Pannonia_Hotel-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://www.szallasguru.hu/pannonia-hotel-sopron/13203>

<https://www.akcioscsomagok.hu/best-western-pannonia-med-hotel-sopron-magyarország.html>

<https://www.trivago.hu/sopron-80769/szallas/pannonia-hotel-105621>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/pannoniahotelsopron/>

Instagram: <https://www.instagram.com/pannoniahotelsopron/?hl=hu>

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCun2n4O9P74d_Mfy-Q1stbw

Hotel Civitas

Honlap: <https://www.civitashotel.com/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás		x				
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások: széf, mélygarázs, 24 órás recepció, üdülési csekk elfogadása, lakosztály, taxirendelés, transzfer, ital bekészítés, internet, SAT Tv, hitelkártya elfogadás, valuta elfogadás, ébresztés, programszervezés.

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/civitas-boutique.hu.html>

<https://szallas.hu/boutique-hotel-civitas-sopron>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274909-d1432320-Reviews-Boutique_Hotel_Civitas-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://www.szallasvadasz.hu/civitas-boutique-hotel/>

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-civitas-sopron.html>

<https://www.ittjartam.hu/sopron/szallasok/civitas-boutique-hotel/>

<https://www.szallodak.hu/boutique-hotel-civitas>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/civitashotel/>

Instagram: <https://www.instagram.com/hotelcivitas/?hl=hu>

Youtube:

Hotel Palatinus

Honlap: <https://www.palatinussopron.com/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás				x		
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő			x			
Reszponzivitás				x		
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető				x		
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint	x					

Szolgáltatások:

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://www.booking.com/hotel/hu/palatinus-pension.hu.html>

<https://szallas.hu/hotel-palatinus-sopron>

<https://www.soproniszaallokhotelek.hu/hotel-palatinus-szallo-sopron/index.HU.html>

https://www.tripadvisor.co.hu/Hotel_Review-g274909-d1167403-Reviews-Hotel_Palatinus-Sopron_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://www.trivago.hu/sopron-80769/szallas/palatinus-hotel-1065514>

<https://www.szallasvadasz.hu/palatinus-pension/>

<https://www.wellnessakcio.hu/hotel-palatinus>

<https://www.akcioscsomagok.hu/hotel-palatinus-szallo-sopron/velemenyek.html>

<https://www.ittjartam.hu/sopron/szallasok/palatinus-szallo-sopron/>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://www.facebook.com/hotelpalatinus/>

Instagram: <https://www.instagram.com/hotelpalatinus/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=kK7n0oWXkkE>

Sá-Ra Termál Kft

Honlap: <http://www.saratermal.hu/>

Honlap elemzés (1: elégtelen – 5: kiváló, NA: nincs adat)

Elemzési szempont	1	2	3	4	5	NA
Releváns információk, tartalom				x		
Folyamatosan frissülő tartalom, aktualitás					x	
Illusztrációk, jó minőségű fotók, videós tartalmak			x			
Betöltési idő				x		
Reszponzivitás					x	
Megjelenés / webdesign / trendkövetés			x			
Ergonómia: az információ jól strukturált, átlátható				x		
Ergonómia: legfontosabb információk (elérhetőség) könnyen elérhető					x	
Ergonómia: aloldalak illeszkedése, navigálás a weboldalon				x		
Találati listán való elhelyezkedés név szerint					x	
Találati listán való elhelyezkedés tevékenység és település szerint					x	

Szolgáltatások: gyógyászat, wellness, szállás, kemping

Szakmai oldalakon jelenlét:

<https://termalonline.hu/furdok/hegyko-sara-termalfurdo>

<http://www.travelporthotels.hu/furdo-wellness/hegyko/sa-ra-termal-furdo-hegyko/>

<https://www.termalfurdo.hu/furdo/sa-ra-termal-67/arak>

http://www.hegykoikirandulas.hu/hegyko/hegykoi_termalfurdo.html

<http://m.turizmus.sopron.hu/hu/info/aktiv-turizmus/vizi-sportok-strandolas/hegykoi-sara-termal-gyogyfurdo-es-strand.html>

<https://www.travelo.hu/medspa/20180823-olcso-belepo-hat-medence-ettermek-es-kellemes-kikapcsolodas-varja-a-furdozoket-hegykon.html>

<https://szallas.hu/hegyko/sa-ra-termalfurdo-hegyko-p578>

<https://strand.hu/furdo/sa-ra-termal-67>

<http://www.wellness-centar.com/hu/wellness-centar/sa-ra-termal-hegyko>

<https://funiq.hu/3596-s%C3%A1-ra-term%C3%A1lf%C3%BCrd%C5%91-hegyk%C5%91>

https://www.tripadvisor.co.hu/Attraction_Review-g2425795-d10794447-Reviews-Sa_Ra_Termal-Hegyko_Gyor_Moson_Sopron_County_Central_Transdanubia.html

<https://hegyko-apartman.hu/hu/termalfurdo/>

<https://www.camping.info/hu/taborhely/sa-ra-termal-kemping>

<https://www.booking.com/hotel/hu/orchidea-apartman-hegyko.hu.html>

<https://www.utazitthon.hu/latnivalo/hegyko/sa-ra-termal-furdo-2170>

<https://www.wellnesstips.hu/hegyko/gyogyfurdok/>

<https://www.eurocampings.hu/magyarorszag/gyor-moson-sopron/hegyko/kemping-sa-ra-termal-kft-112294/>

<https://www.programturizmus.hu/partner-sa-ra-termalfurdo-kemping-hegyko-fertoszentmiklos.html>

http://www.balneoport.hu/pycckuu/lecebnaja_kupalbnaja/sa-ra-termal-kft-130

<https://www.agoda.com/hu-hu/natura-vita-apartmanok/hotel/hegyko-hu.html>
<http://www.kandasztravel.hu/hegyko-sa-ra-termalfurdo>
<http://www.fertotaj.info/hu/turak/ferto-taj-turak/6-nadak-utjan-tanosveny-%E2%80%93-hegyko.html>
<http://www.fertohomok.hu/hu/latnivalok/latnivalok-a-kornyeken.html>
<http://www.szallashirdetes.hu/megtekintes?id=1240&reszletek=SA+RA+Termalfurdo+es+Camping+es+Szallas+Hegyko>
<https://travelminit.hu/hu/szallas/sa-ra-termalfurdo-hegyko?t=HOT>
<http://turizmusonline.hu/aktualis/cikk/ujdonsagok-hegyko-termal-es-gyogyfurdojeben>
<http://www.fesztiválnaptar.hu/sa-ra-termalfurdo/l314615/>
<http://www.campinform.eu/kempingek.php?teendo=megtekintes&id=MjE0>
<https://www.trivago.hu/hegyk%C5%91-555336/szallas/tornacos-panzio-es-etterem-1497325>
<https://www.flyeradvertising.hu/life-summer-2019-furdo-aquapark/>
<https://www.szallasvadasz.hu/aprilisi-ajanlatok/hegyko/5/>
<http://szaunashow.hu/szauna-kereso/furdo/sa-ra-termalfurdo>
<https://nyitva.hu/hegyk%C5%91/s%C3%A1-ra-term%C3%A1lf%C3%BCrd%C5%91-camping-%C3%A9s-%C3%A9tterem-118415>
<https://hovamenjek.hu/hegyko/natura-vita-apartmanhazak>

Social média jelenlét (aktív/nem aktív):

Facebook: <https://hu-hu.facebook.com/saratermal>

Instagram: <https://www.instagram.com/explore/locations/268985964/sa-ra-termal/?hl=hu>

Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=76YtQUe6ypw>

Google: https://www.google.com/maps/search/?api=1&query=S%C3%A1-Ra%20Term%C3%A1lf%C3%BCrd%C5%91%20utca%2C%20Hegy%C5%91%2C%20Gy%C3%B5r-Moson-Sopron&query_place_id=ChIJ2w9smClabEcRI6clnXXXbr8