

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
FÖLDTUDOMÁNYOK DOKTORI ISKOLA

**A turizmus térségi szerveződésének új formája: a turisztikai
klaszterek**

A dél-dunántúli turisztikai klaszterek példája alapján

PhD-értekezés tézisei

GONDA TIBOR

Témavezető:

Dr. habil. Aubert Antal, Csc,
intézetigazgató

Pécs, 2012

A doktori iskola címe:

Vezetője:

PTE Földtudományok Doktori Iskola
Dr. Dövényi Zoltán, Dsc
egyetemi tanár, a földrajztudomány doktora
PTE TTK Földrajzi Intézet
Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszék

A doktori témacsoport címe:

Vezetője:

Turizmusföldrajz
Dr. Trócsányi András PhD
tanszékvezető, egyetemi docens
PTE TTK Földrajzi Intézet,
Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszék

Az értekezés tudományága:

Témavezető:

Turizmusföldrajz
Dr. habil. Aubert Antal Csc
tanszékvezető, egyetemi docens
PTE TTK Földrajzi Intézet
Turizmus Tanszék
intézetigazgató
PTE TTK Földrajzi Intézet

1. Problémafelvetés, a témaválasztás indoklása

Az elmúlt 2-3 évben az érdeklődés középpontjába került annak vizsgálata, hogy a regionális klaszterek milyen hatással vannak a régió versenyképességére, illetve általában a terület- és gazdaságfejlesztési folyamatokra. A kezdeti ismeretlenséget napjainkra a *túlzott „klaszter hangulat”* váltotta fel, s lett a gazdasági és vállalkozásfejlesztési programok egyik leggyakrabban használt kifejezése a klaszter.

A hazai gyakorlatban a turizmus területén azonban csak lassan ment végbe a paradigmaváltás. Hosszabb ideig *az ipari klaszter elnevezés volt a meghatározó*, a későbbiekben ugyanakkor egyre elfogadottabbá vált a termelési/tevékenységi klaszter és a gazdasági klaszter elnevezés is. Az így definiált klaszterek sorában pedig már elvben megjelenhettek *a turisztikai klaszterek* is.

A 2000-es évek elején az első Széchenyi Terv indulásánál a kormány Gazdaságépítési Programjának keretében, felismerve a klaszterekben rejlő lehetőségeket, pályázati úton igyekezett az addig hazánkban alig ismert szerveződések létrehozását elősegíteni. *Ebben a kezdeti időszakban maga a klaszterfogalom, a klaszteresedés elméleti és gyakorlati háttere számunkra is új volt, de úgy tapasztaltuk, ekkor még a közgazdaság tudományában jártas szakemberek közül is viszonylag kevesen értették meg annak valódi, mögöttes tartalmát.*

A Magyar Turizmus Zrt. Dél-Dunántúli Marketing Igazgatósága úgy vélte, érdemes az ügyet felkarolni, és az idegenforgalom fejlesztési céljaihoz igazítva meg kell kísérelni a klaszterekben rejlő gazdasági előnyök kiaknázását. Ennek érdekében a Marketing Igazgatóság előkészítése és ösztönzése után, a Dél-Dunántúli Idegenforgalmi Marketing KHT pályázatokat nyújtott be egészségturisztikai klaszter szervezésének céljából. Ezzel párhuzamosan 2000-ben megalakult a Dél-Dunántúli Lovasturizmus Egyesület azzal a céllal, hogy a lovas turizmus szereplőinek bevonásával szerveződjön regionális turisztikai klaszter. A munka előkészítésében magunk is részt vettünk. *Ettől az időtől kezdve kutatjuk, vizsgáljuk, hogy van-e gazdasági alapja, szakmai létjogosultsága a turisztikai területek klaszterszerű fejlesztésének, illetve a turizmus mely termékfajtáinál lenne leginkább eredményes a klaszter típusú fejlesztés.*

A turizmus szakma lobbija, törekvései ellenére a 2004 és 2007 közötti időszak fejlesztési céljait megfogalmazó Nemzeti Fejlesztési Terv elsősorban az ipari klasztereket preferálta. Bár a konkrét pályázati kiírások nem tiltották azt, hogy turisztikai klaszterek is pályázzanak támogatásért, az egy-két erre irányuló kísérlet (melyek közül néhányban szakértőként vettünk részt) nem járt eredménnyel, a turisztikai klaszterek nem nyertek támogatást. Ez is azt támasztja alá, hogy a kormányzat illetékesei ekkor még főként ipari klaszterekben gondolkodtak. Ezt követően ugyanakkor a különböző szintű tervezési dokumentumokban (Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, Regionális Operatív Program) már mint támogatandó új módszer jelent meg a turizmus területén is a klaszteresedés ösztönzésének kérdésköre.

Ennek kézzelfogható bizonyítéka, hogy *2007-ben egyes régiók operatív programjában, így a Dél-Dunántúli Regionális Operatív Programban is nevesített célként szerepelt a turisztikai szereplők közötti klaszterfejlesztés. Ezt segítő, 2010-ben pályázat is jelent meg a témakörben.* A pályázat kiírását megelőzően a Regionális Idegenforgalmi Bizottság foglalt állást a tekintetben, hogy régióknak turisztikai kínálatát figyelembe véve melyek azok a turisztikai termékek, amelyek esetében érdemes pályázati forrással is segíteni a klaszteresedés folyamatát.

Mindeközben disszertációnk témájához fűződő kapcsolatunk megváltozott, a súlypont elméleti síkról egyre inkább a gyakorlat felé helyeződött át, *külső megfigyelőből résztvevővé váltunk.* A nyolc szerveződő klaszterből öt (lovasturisztikai-, borturisztikai-, ökoturisztikai, örökségturisztikai-, rendezvény- és fesztiválturisztikai klaszter) igen szoros szakmai kapcsolatba kerültünk, ez pedig hozzásegített ahhoz, *hogy vagy a gesztor szervezet vezetőjeként, vagy felkért külső szakértőként tudjuk figyelni és alakítani az induló klaszterek első lépéseit, szakmai célkitűzéseit, eredményeit.* Az elmúlt kettő év megerősítette azon meggyőződésünket, *hogy a klaszteresedési folyamatnak és a klaszterek tevékenységének fennáll a létjogosultsága a turizmus*

területén is.

Több mint tíz éves, a turizmus területével mindvégig szoros kapcsolatban álló elméleti és gyakorlati munkánk során nem csak megfigyeltük a hazai klaszterpolitika és gyakorlat alakulását, de miközben legjobb tudásunk szerint igyekeztünk eljárni, regionális tervezésben betöltött szerepünkönél fogva alakíthattuk is azt. Tapasztalatainkat felhasználva igyekeztünk a turisztikai klaszterekkel kapcsolatosan olyan következtetéseket levonni, megállapításokat tenni, amelyek elősegíthetik a klaszterek további munkáját, a régiós turisztikai fejlesztést, illetve a meghatározó, szűkebb régiós szereplőkön keresztül talán a helyes kormányzati politika kialakítását is.

2. Célkitűzések

Kutatásaink kezdetén a fő hangsúlyt annak bizonyítására helyeztük, hogy egyáltalán van-e létjogosultsága a turizmuson belül klaszterekről beszélni. Ma úgy gondoljuk, ez már nem igényel bizonyítást, azt azonban továbbra is fontos célkitűzésnek tartjuk, hogy *bemutassuk a turisztikai klaszterek sajátos jellemzőit, illetve ráirányítsuk a figyelmet az ipari klaszterekhez képest fennálló különbségekre*. Úgy véljük ugyanis, hogy a turizmus terméke az iparétól különböző olyan sajátos termék, amely csak meghatározott, konkrét térben és időben értelmezhető, ezektől el nem vonatkoztatható. Nyilvánvalónak tartjuk tehát, hogy az egy-egy terméktípus mentén szerveződő turisztikai klaszterek a számos hasonlóság mellett jelentős különbségeket is fel tudnak mutatni az ipari klaszterekhez képest.

Második célkitűzésünk annak igazolása, hogy *a klasztert mint térbeli gazdasági kategóriát leíró elméletek szerves folytatásai a gazdasági mozgásokat leíró különböző közgazdaságtudományi és gazdaságföldrajzi elméleteknek*. Az előbbieknél a telephely-elméleteket emeljük ki, míg az utóbbiaknál a komplex gazdasági körzetekre vonatkozó elméleti munkákat. Bár a jelenség leírása és első definíciója egyáltalán nem régi, azért a klaszterelmélet keletkezése nem előzmény nélküli. Építkezett a közgazdaság tudományának addig felhalmozott tudásából, így a korábbi elméletek szerves továbbfejlesztése révén jött létre.

A harmadik célkitűzésünk, hogy az európai és hazai klaszterpolitika bemutatásán keresztül *ismertessük a klaszteresedés folyamatát, a klaszterek különböző fejlettségi szintjét és a klaszterek típusait*. Ezen belül az is célunk, hogy a turizmus klaszterek megerősödését segítő szakpolitikák és intézmények bemutatásával *segítsük a regionális klaszterek helyzetének megértését a hazai területfejlesztési gyakorlatban*. Vizsgálatunk tárgyát képezi továbbá, hogy *milyen a turisztikai klaszterek fejlődési, és elterjedési esélye hazánkban, ezzel összefüggésben milyen a hazai támogatási politika jelene, és mi várható ezen a téren a közeljövőben*.

A negyedik célkitűzésünk, hogy a Dél-dunántúli Régióban létrejött turisztikai klaszterek összehasonlító elemzése révén *rámutassunk az együttműködésben rejlő szinergiákra és a klasztertevékenység által keletkező pozitív externáliákra*:

- a termékfejlesztés és innováció;
- a marketing munka;
- és a humán erőforrás fejlesztés területén.

Ezeken túlmenően részletesen *vizsgáljuk a kulturális és az ökoturisztikai klaszterek tevékenységét, eredményeit és hosszú távú lehetőségeit*. Munkánkban *összefoglaljuk a primer és szekunder kutatásaink során szerzett információkat, tapasztalatokat*, amelyek segítségével helyes következtetések levonása esetén hasznosítható információkkal tudjuk bővíteni a klaszterekkel kapcsolatos napjainkig felhalmozott közös tudásanyagot.

A fentieket figyelembe véve az alábbi konkrét hipotéziseket fogalmazzuk meg:

I. hipotézis:

A turisztikai klaszterek alapvetően hasonló ismérvekkel bírnak, mint az ipari klaszterek, de

markánsan jelentkező egyedi vonásokkal is rendelkeznek.

II. hipotézis:

A klasztert térbeli gazdasági kategóriaként leíró elméletek szerves folytatásai a gazdaság térbeli mozgásának elveit leíró különböző közgazdasági és gazdaságföldrajzi elméleteknek (telephely-elméletek és komplex gazdasági körzetek).

III. hipotézis:

A magyar klaszterpolitika és az ezzel összefüggő pályázati rendszer szerves részévé vált a turisztikai klaszterek támogatása, így ezek fejlődésének és elterjedésének a feltételei biztosítottak.

IV. hipotézis:

A klaszterek keretében végzett marketingmunka erősíti mind a közösségi marketingmunkát, mind pedig az egyes klasztertagok marketing munkájának hatékonyságát, költségmegtakarítást eredményez és kimutatható a tevékenység során a szinergia, valamint a pozitív externáliák keletkezése.

V. hipotézis:

A klaszterben végzett marketingmunka a tagok közötti interaktív együttműködésnek és a jó gyakorlat átadásának köszönhetően innovatív, és ez az innováció a termékfejlesztési folyamatra is innovatív hatást gyakorol.

3. Kutatási módszerek

3.1. Szekunder források: szakirodalom és elméleti megalapozás

A turizmus elméleti oldalának feltárását az elmúlt egy évtized alatt a hazai és külföldi, az innovációra, a klaszterekre, a fenntarthatóságra, illetve általában a turizmusra, ezen belül főként az öko- és kulturális turizmusra *vonatkozó szakirodalom tanulmányozásával és feldolgozásával igyekeztünk megalapozni.* Tapasztalatunk szerint a disszertáció kutatástörténetében felsorolt és részleteiben is bemutatott vonatkozó irodalom – többek között egyes elemeinek újszerűsége következtében – *velünk együtt fejlődött és differenciálódott.* A hazai és nemzetközi szakirodalmon kívül dolgozatunk készítésénél számos *hazai tervre és programra, valamint nemzetközi szervezet dokumentumára, ajánlására támaszkodtunk.*

Ezek mellett ki kell emelnünk, hogy 2010 tavaszán nyílt először lehetőség turisztikai klaszter pályázatok beadására a ROP keretében. A pályázatok kötelező eleme volt a 3 éves időintervallumra kiterjedő „*Klaszter Fejlesztési Stratégia és Cselekvési Terv*” elnevezésű dokumentum, amely logikus rendszerben foglalta össze a klaszter által megcélzott tevékenységek összességét. A 8 benyújtott pályázat stratégiáit vizsgálat tárgyává tettük. Ezen dokumentumok elemzése nagymértékben segítette a klaszterek közötti hasonlóságok és különbségek feltárását. A nyertes klaszterek kiinduló feladata volt többek között egy *új marketing stratégia* megalkotása is. Ezen marketing stratégiák összehasonlító vizsgálata a konkrét marketing munkán kívül magára a termékekre, a termékfejlesztési folyamatra és az ehhez kapcsolódó innovációra vonatkozóan is *segítette a következtetések levonását.*

3.2. Primer vizsgálatok, empirikus tapasztalatok

A disszertációhoz közvetlenül kapcsolódó munkánk során olyan *kutatásokban, felmérésekben* is részt vettünk – részben a PTE Földrajzi Intézetének oktatóival és hallgatóival együttműködve –, amelyek eredményei a doktori értekezés szemléletét, tartalmát formálták. Az *empirikus tapasztalatok* tekintetében említésre méltó, hogy több, *a régió turizmusának alakulására közvetlen hatást gyakorló regionális bizottságnak és munkacsoportnak is tagjai voltunk* (Regionális Idegenforgalmi Bizottság, Regionális Területfejlesztési Bizottság, Regionális Kulturális Bizottság, Regionális Operatív Programot (ROP) előkészítő Tervezési Munkacsoport). Ennek következtében a turizmus gyakorlatáról az előzetes felmérésekből, majd a különböző programok, projektek utáni visszacsatolásból folyamatosan, első kézből értesülhettünk. Mindezek mellett *a lovasturisztikai-, borturisztikai-, ökoturisztikai-, örökségturisztikai-, rendezvény- és fesztiválturisztikai klasztereknél gesztorként vagy külső szakértőként bővíthettük gyakorlati ismereteinket*. Témánk kibontásában és eredményeink összefoglalásában nagy szerepe volt azon *tanulmányutaknak*, amelyek a legjobb hazai és külföldi gyakorlatok megismerését voltak hivatottak elősegíteni.

Primer vizsgálataink közül kiemelnénk a 2008-ban elvégzett *nyugat-mecseki reprezentatív lakossági felmérést az ökoturizmus fejlesztési lehetőségeiről* és a 2011-es *ökoturisztikai kérdőíves felmérést*. 2008-as reprezentatív felmérésünknek, amely Cserkút, Kővágószőlős, Kővágótöttös, Boda és Bakonya 224 lakosát vonta be a kutatásba, egy átfogó ökoturizmusra épülő komplex fejlesztési projekt megalapozása volt a célja. Ezen túlmenően azt is vizsgáltuk, hogy a lakosságnak milyen a turizmushoz fűződő viszonya, *milyen attitűdökkel fogadná egy ökoturisztikai klaszter szervezését*. A 2011-es felmérésben összesen 150 digitális és 150 papír alapú kérdőív kitöltésére került sor, elsősorban ökoturisztikai szolgáltatásokat már igénybe vett népesség bevonásával. Bár ez a vizsgálat nem tekinthető reprezentatívnak, mégis *hasznos következtetéseket vontunk le a klaszter marketingre és a termékfejlesztési munkára vonatkozóan*. Az említetteken kívül 2011-ben a 6 támogatást nyert turisztikai klaszter 3-3 szereplőjével *készítettünk mélyinterjút*. Célzott kérdéseinkkel *disszertációnk eredményeit, megállapításait kívántuk verifikáltatni, illetve cáfoltatni a résztvevőkkel*. Régióink ökoturisztikai vizsgálata során országos kitekintéshez végeztünk *kínálati elemzést az interneten*. A termékfejlesztés és a marketingmunka megalapozását is szolgáló kutatás mintegy 1500 honlap adatainak feldolgozása alapján került megvalósításra. Eredményeinket, amelyek közül többet disszertációnkba is beépítettünk, egy több mint 40 oldalas önálló tanulmányban foglaltuk össze. A disszertációhoz kötődő utolsó kutatásként, megkíséreltük a klaszterek eddigi eredményeit objektív módon számba venni és kiértékelni. A 2012. április és május hónapban lebonyolított kérdőíves vizsgálatban 32 kérdőív került kitöltésre a 6 működő klaszter tagjai és menedzsmentjei részéről. A kérdőíven 30 kérdés (11.sz. melléklet) segítségével próbáltuk a marketing munkában és a termékfejlesztésben megmutatkozó eredményeket összegezni. Ha figyelembe vesszük azt, hogy a vizsgált időszakban az érintett klaszterekben összesen 106 tag tevékenykedett, megállapíthatjuk, hogy a felmérés a tagok 30%-át érintette, tehát ebben a vonatkozásban reprezentatívnak tekinthető.

4. Eredmények

4.1. Az első célkitűzéssel és hipotézissel kapcsolatos eredmények

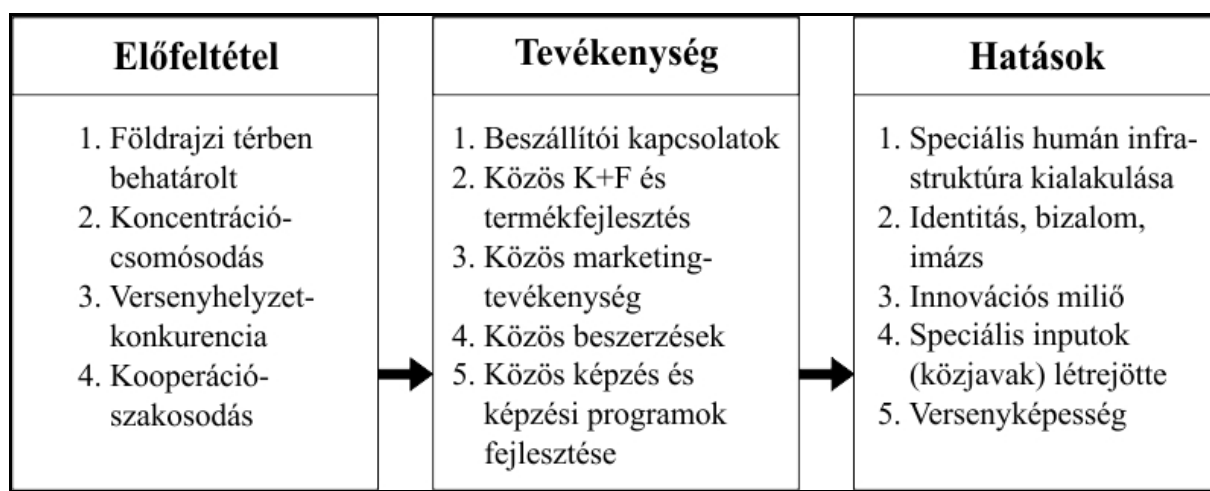
Ahogy célkitűzésünknel említettük, korábban annak bizonyítására helyeztük volna a legfőbb hangsúlyt, hogy van-e létjogosultsága a turizmuson belül klaszterekről beszélni. *Napjainkban ez már nem igényel bizonyítást, így feladatul azt tűztük ki, hogy meghatározzuk a turisztikai klaszterek*

sajátos jellemzőit és ráirányítsuk a figyelmet az ipari klaszterekhez képest fennálló különbségekre. A kérdéskörrel kapcsolatos konkrét hipotézisünk így szólt:

A turisztikai klaszterek alapvetően hasonló ismérvekkel bírnak, mint az ipari klaszterek, de markánsan jelentkező egyedi vonásokkal is rendelkeznek.

Dolgozatunkban 8 vizsgálati szempont alapján kívántuk az állítást bizonyítani. Az ipari klaszterek és a turisztikai klaszterek működésük tekintetében számos *sajátos vonást mutatnak*. Ugyanakkor a „termékek” különbözősége miatt jelentős *különbségek is megfigyelhetők*. *A turisztikai termék csak adott konkrét térben és időben értelmezhető, az ipari termék nem. Ez a legfontosabb oka annak, hogy a turisztikai klaszterek jellemző vonásait vizsgálva lényeges különbségeket fedezhetünk fel.*

1. ábra: A regionális turisztikai klaszterek jellemzői



Forrás: szerk. GONDA TIBOR

1. A földrajzi térben történő lehatárolás

A turisztikai klaszteresedést kiváltó ok többnyire az adott turisztikai termék kialakulását elősegítő természetföldrajzi adottságokban megnyilvánuló lokális, gazdasági előny. Térbeli kiterjedésük tipikusan nem lépi át a földrajzi régió határait. Az ipari klaszterek ezzel szemben országos, sőt nemzetközi kiterjedésűek is lehetnek. Mindkét típus esetében igaz, hogy a koncentráció és a földrajzi közelség akkor jelenthet előnyt a klaszterben részt vevő piaci szereplők számára, ha nem egymás utánzására törekednek, hanem a meglévő jó gyakorlat átvételével és továbbfejlesztésével eltérő és egyedi piaci stratégiákat alakítanak ki.

2. A gazdasági ágazat szerinti lehatárolás

Az eltérés ezen kérdéskörnél szintén megfigyelhető. Míg az ipari klasztereknél elterjedt az átfogó, az egész gazdasági ágat felölelő klaszter (pl.: IT klaszter, gyógyszeripari klaszter), addig a turizmus területén nem értelmezhető önmagában az, hogy turizmusklaszter. A turizmus térségi szereplőinek összefogására a turisztikai desztináció menedzsment szervezet (TDM) a megfelelő forma. Klaszteresedésről, illetve tudatos klaszterfejlődésről konkrét turisztikai terméktípusok esetében beszélhetünk (ökoturisztikai klaszter, lovasturisztikai klaszter stb.).

3. Versenyhelyzet

A klaszter egyik lényeges sajátossága az, hogy tagjaik egymással versenyhelyzetben álló független piaci szereplők. E tekintetben nincs eltérés a klaszter típusok között. Az ipari klaszterek esetében viszont rendszerint van egy vagy több olyan nagyvállalat a tagok között, amely vagy amelyek

szerepe meghatározó az ágazat sikeres működésében. Ezek integrátorként is működnek, beszállítói hálózat veszi őket körül. Ez a turisztikai ágazatra egyáltalán nem jellemző, mivel az ágazatban tipikusan mikro-, kis- és középvállalkozások vesznek részt.

4. A kooperáció és a specializáció

A turisztikai termékek speciális jellegzetessége miatt *ezen a területen igen jelentős különbségek figyelhetők meg. Az ipari klasztereknél végbemegy a részletekig menő szakosodás, az úgynevezett termelési dezintegráció, míg a turisztikai termékek esetében ez a specializáció csak elenyésző mértékű.* A turisztikai klasztereknek is célja ugyan a kooperáció fokozása, a beszállítói kapcsolatok fejlesztése a tagok között, de ennek *intenzitása messze elmarad az ipari klaszteren belüli munkamegosztás mértékétől.*

5. Közös K+F tevékenység

A termékek eltérő voltából adódóan *az innovációs folyamat is különböző, viszont mindkét klaszter típus számára fontos. Az ipari klasztereknél a konkrét termékfejlesztés a meghatározó, és az új kutatási eredmények, innovációk hasznosítása elterjedt gyakorlat. A turisztikai klaszterek innovatív termékfejlesztése nehezebben értelmezhető és nehezebben megfogható.* Mindkét klaszter számára *fontos a kutatóhelyekkel, egyetemekkel kialakított kapcsolat.* Az ipari klasztereknél *előfordulhat egy-egy új fejlesztés hasznosítására létrejövő spin-off cég, vagy roll-up cég létrejötte, ennek lehetőségei a turisztikai klasztereknél kizárt.*

6. Közös beszerzések

Ezen a téren nincs szignifikáns különbség a két klaszter típus között. *Mindkettő számára a szinergiák optimalizálásának az egyik legfontosabb eszköze a közös beszerzések megszervezése és gyakorlatának a bevezetése.*

7. A speciális humán infrastruktúra

Ezen kérdéskör szintén azok közé tartozik, amelynél *nagyobb a hasonlóság, mint a különbség.* A szakképzett munkaerő rendelkezésre állása vagy a felmerült új munkaerő-szükséglet kielégítésének a költsége, a gazdasági hatékonyságot jelentősen befolyásoló tényező. Ezért is *fontos* része a klaszterek gyakorlati tevékenységének a *saját képzések megszervezése* és ezek által a *speciális munkaerő-szükséglet kielégítése.*

8. Speciális inputok megjelenése

A klaszter kapcsolatban áll környezetével. Ha egy klaszter kellően aktív, tevékenysége a környezet gazdasága szempontjából kiemelkedő fontosságú, akkor *előidézhet olyan kedvező folyamatokat, melyek hatásaként pozitív externáliák keletkeznek.* Ilyen például, ha az iskolarendszer kínálatát a fenntartók a klaszterhez igazítják vagy olyan infrastrukturális fejlesztések valósulnak meg, amelyek kedvezőek lehetnek a klaszternek is (közúti hálózat fejlesztése, autópálya-fejlesztés, reptérfejlesztés stb.). A turisztikai klaszter vonzerejét növelheti például egy klaszteren kívüli szereplő (pl.: megyei önkormányzat) attrakció fejlesztési beruházása.

A klaszterekben tevékenykedő vállalkozások gazdaságos működésére hatással lehetnek azok a speciális „inputok”, melyek közvetlenül a „termelés” költségei között nem mérhetőek, pozitív hatásaik ugyanakkor nem elvitathatóak. Ilyenek a klaszternek az *imázs növekedésére, a bizalom erősödésére* és az *innovatív miliőre* gyakorolt hatásai, de ilyen a klaszter tevékenységével összefüggő *gyorsuló szaktudás felhalmozása* is. Ezek együttes hatásaként végső soron érezhetően kedvezőbb a vállalkozásnak egy klaszterbe integrálódva tevékenységét ellátnia, mint klaszteren kívül maradni.

A fentiek alapján eredeti hipotézisünket elfogadhatónak tartjuk.

1. táblázat: Az ipari és a turisztikai klaszterek összehasonlítása

Vizsgálati szempont	Ipari klaszterek	Turisztikai klaszterek
1. Földrajzi térben való lehatárolás	- térbeli koncentráció - kiterjedése lehet országos, sőt nemzetközi méretű	- térbeli koncentráció - kiterjedése tipikusan nem nagyobb, mint egy turisztikai régió
2. Gazdasági ágazat szerinti lehatárolás	- szélesebb kiterjedésű gazdasági ágazat is lehet (pl. gépipari klaszter vagy biotechnológiai klaszter stb.)	- nem beszélhetünk általában turizmus klaszterről, csak turisztikai termék-klaszterről
3. Versenyhelyzet	- a klaszter tagjai független piaci szereplők, egymással versenyhelyzetben vannak - jellemzően van köztük egy vagy több, az ágazat szempontjából meghatározó „integrátor” nagyvállalat	- nincs lényegi különbség a verseny tekintetében - nincs meghatározó nagyvállalat
4. Kooperáció-specializáció	- széleskörű kooperáció és nagyfokú specializáció a beszállítói igények szerint	- kooperációra való törekvés és az alacsony szintű specializáció nem a beszállítói igények szerint
5. Közös K+F tevékenység	- konkrét ipari innováció - egyetemi és kutatási szervezetekkel az együttműködés fontos - spin-off cégek megtelepülése - konkrét alkalmazott kutatás, termékfejlesztés	- nehezebben „megfogható” innovatív termékfejlesztés - egyetemi és kutatási szervezetekkel az együttműködés fontos - nincs spin-off - nincs konkrét alkalmazott kutatás
6. Közös beszerzések	- szinergiák optimalizálásának fontos forrása	- szinergiák optimalizálásának fontos forrása
7. Speciális humán infrastruktúra	- gazdasági hatékonyság meghatározó eleme	- gazdasági hatékonyság meghatározó eleme
8. Speciális inputok kialakulása	- pozitív externáliák megjelenése Közjavak: - iskolarendszer - infrastruktúra - imázs stb.	- pozitív externáliák megjelenése Közjavak: - turisztikai attrakciófejlesztés - iskolarendszer - imázs - közlekedés fejlesztése stb.

Forrás: szerk. GONDA T.

4.2. A második célkitűzéssel és hipotézissel kapcsolatos eredmények

Második célkitűzésünk annak igazolása, hogy *a klasztert térbeli gazdasági kategóriaként leíró elméletek nem előzmény nélküliek. Ezek építettek ugyanis a gazdaság térbeli mozgásainak elveit leíró különböző telephely-elméletekre, illetve a gazdaságföldrajz vizsgálati területéhez tartozó komplex gazdasági körzetek elméleteire.* Ezen gondolat, feltételezés, a klaszterrel kapcsolatos elméleti kutatás során merült fel bennünk. A jól működő klaszter egyik ismerte, hogy a klaszter által lehatárolt földrajzi térben hasonló profilú vállalkozások települnek le, tehát ott hoznak létre telephelyet. A térbeliség gazdasági vizsgálata, a vállalkozások térbeli koncentrálódása, az ipari agglomerációk kialakulása olyan, a klasztereknél is meglévő fontos tényezők, amelyek alapján megfogalmaztuk alábbi hipotézisünket:

A klasztert térbeli gazdasági kategóriaként leíró elméletek szerves folytatásai a gazdaság térbeli mozgásának elveit leíró különböző közgazdasági és gazdaságföldrajzi elméleteknek (telephely-elméletek és komplex gazdasági körzetek).

Bár a jelenség leírása és első definíciója egyáltalán nem régi, azért a klaszterelmélet keletkezése nem előzmény nélküli. A klasszikus telephely-elméletek első nagy alakjaként általában *Thünen* említik. *Koncentrikus körelméletével* a kutató írta le elsőként, hogy a város mint piac körül hogyan alakul a gazdaság térszerkezete. A 20. század elején *Alfred Weber* jelentős érdemeket szerzett a területi problémák feltárásában és egy új gazdaságföldrajzi megközelítés meghonosításában. Nevéhez fűződik az *agglomeratív előnyök* leírása és a regionális tényezők fontosságának a felismerése is. *Lösch* a 20. század közepén szakít a statikus felfogással. *Egyensúlyi elméletében* kifejti, hogy a telephelyről való döntés interaktív döntések láncolata. *Lösch* térgazdasági iskolája a modern területfejlesztésnek is számos elvét határozta meg. Mintegy 20 évvel később 1960-ban, *Isard* szintetizálta *Weber* és *Lösch* koncepcióját *telephely-elméletében*. Nem a költségek minimalizálására vagy a bevételek maximalizálására törekedett, hanem a telephelyet meghatározó költségek optimalizálására.

Nagyjából *Isard*dal egy időben dolgozta ki *Perroux* a *növekedési pólus elméletét, amely elmélet számos rokon vonást mutat a klaszterek vizsgálatával.* Olyannyira, hogy az *európai (pl.: Franciaországban, Németországban) klaszterfejlesztési politikákban és gyakorlatban a növekedési pólus elmélet mint a klaszterfejlesztési gyakorlatnak tudományos alapot biztosító teória jelent meg.* A versenyképességi pólus program célja összehangolni a köz- és magánszféra forrásait úgy, hogy partnerség kialakítását ösztönzi vállalatok, kutató központok és oktatási intézmények, egyetemek között, technológiai és ipari tevékenységek területén. *A versenyképességi pólus tehát egy meghatározott területi egységen, vállalatok, oktatási intézmények és kutatói központok olyan együttműködése, amelyet a következő három alapvető feltétel érvényesülése határoz meg:*

- *partnerségi kapcsolat a résztvevők között;*
- *jól kidolgozott közös K+F terv (határidőkkel, feladatleosztással);*
- *fő cél a nemzetközi versenyképesség elérése.*

A versenyképességi pólus és a klaszter definíciók közötti tartalmi hasonlóság nyilvánvaló.

A hazai gyakorlatban is volt törekvés a növekedési pólus stratégia meghonosítására. A 2005-ben elfogadott Országos Területfejlesztési Koncepcióban nevesítették is azt, hogy Budapestnek és az öt nagy régióközpontnak (valamint a Székesfehérvár-Veszprém tengelynek) kiemelt növekedési szerepet szánunk a fejlesztési pólus stratégia megvalósítása során. Minden érintett településnek a meglévő belső erőforrásaira alapozva kellett kidolgoznia a saját pólusstratégiáját, és meg kellett határozni a stratégia megvalósítása során kiemelten fejlesztendő gazdasági ágazatokat. Sajnos a pólus stratégiát elősegítő, és korábban beígért fejlesztési források nem jelentek meg az Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT) pályázati keretei között. A kormányzat pólussal foglalkozó munkatársai egyre inkább a klaszterekkel kezdtek el foglalkozni, így az elhalt fejlesztési pólus törekvést a négyfokozatú hazai klasztertámogatási rendszer vette át, részben azzal a deklarált céllal, hogy az akkreditált klaszterek intenzív támogatása révén esetleg belőlük lehetne dinamikusabb növekedés produkálására képes technológiai vagy innovációs

pólusokat képezni.

Elméleti vizsgálatunk során figyelmet szenteltünk a klaszterelméletek gazdaságföldrajzi előzményeinek is. A marxista gazdaságföldrajz jelentős teret szentelt a komplex gazdasági körzet fogalma tisztázásának és leírásának. A komplex gazdasági körzetek kialakulásáról akkor beszélhetünk, ha létrejönnek a területi-termelési komplexumok. Ezekre a bonyolult ágazati kapcsolatok, a nagyfokú önállóság és specializáció a jellemző.

A Szovjetunióban erőteljes teret nyert rayonizációs elméletek már a 20-as évektől kezdve hangsúlyozták, hogy önmaguktól nem alakulnak ki a termelési komplexumok. Azokat tudatosan és tervszerűen kell létrehozni, mely során természetesen figyelembe kell venni a természeti és a közgazdasági törvényszerűségeket is. Faragó László már 2004-ben rávilágított arra, hogy a termelési komplexum leírása hasonlóságot mutat a mai klaszterekhez.

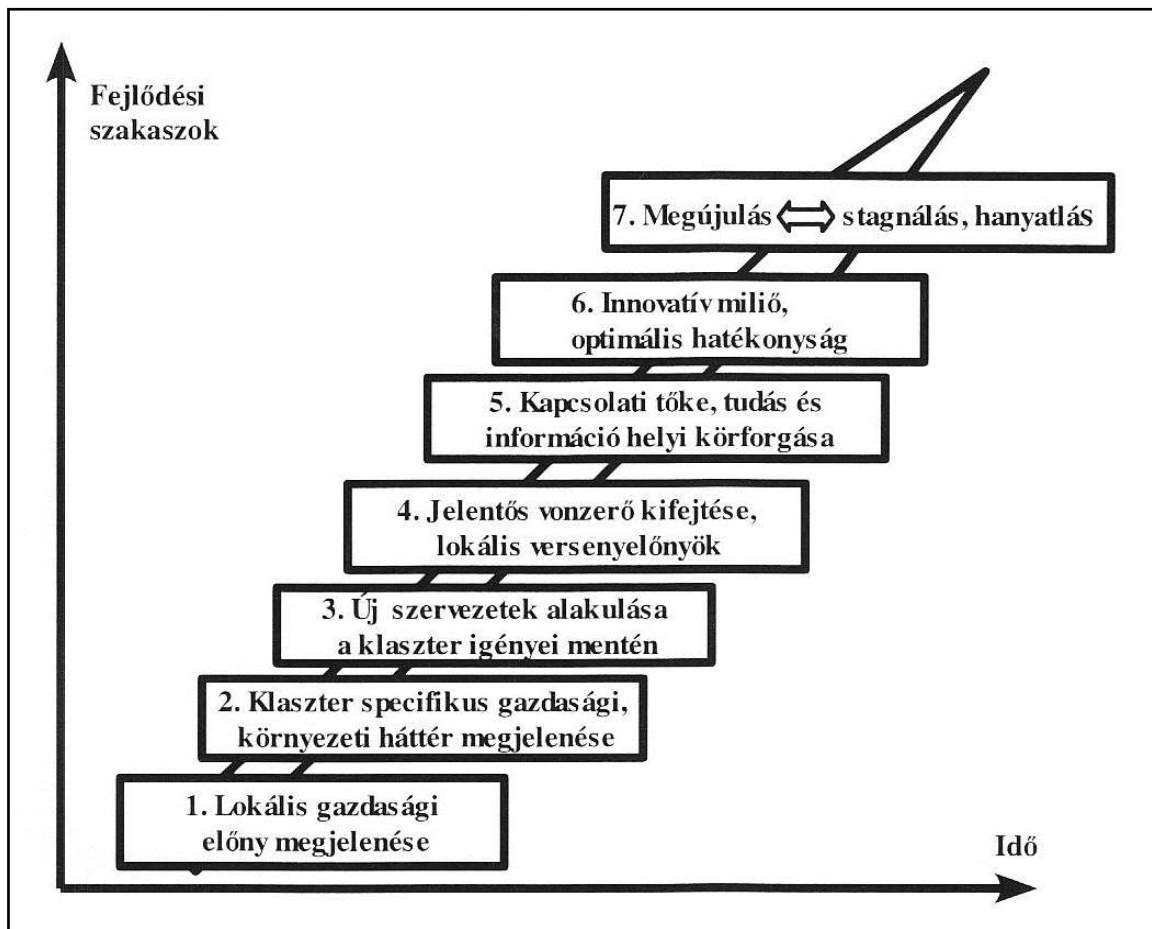
A fentiek alapján úgy véljük, hogy a hipotézis elfogadásra érdemes.

4.3. A harmadik célkitűzéssel és hipotézissel kapcsolatos eredmények

Harmadik célkitűzésünk az volt, hogy az európai és hazai klaszterpolitika bemutatásán keresztül *ismertessük a klaszteresedés folyamatát, a klaszterek különböző fejlettségi szintjét és a klaszterek típusait.* Ennek a 3. fejezetben, a téma kellő mélységű és alaposágú kifejtésével próbáltunk meg eleget tenni. Mindehhez a kiindulási pontot számunkra az eddigi klaszterdefiníciók figyelembe vétele mellett egy *saját szintetizáló klaszter-meghatározás* jelentette. Ezek szerint *a klaszter* egy adott iparágban vagy szolgáltatási szektorban a kielezett, erős verseny kihívásait felismerő, egymással egyszerre versengő és együttműködő vállalatok és társult intézmények (többek között egyetemek, kutatóintézetek, területfejlesztési szervezetek stb.) földrajzilag koncentrálódó olyan „stratégiai szövetsége”, amely egyesítve a kisebb potenciálokat, lehetővé teszi külső irányban a nagyfogyasztóként és nagytermelőként való egységes, együttes fellépést. A létrejött és jól működő klaszter képes minden olyan tevékenységet magába olvasztani, amely hozzájárulhat az értéklánc-rendszer szereplőinek hozzáadott érték növeléséhez. A szerveződés részben a „viribus unitis” elv alapján növeli a hatékonyságot és csökkenti a költségeket, hozzájárul az információ áramláshoz és – beépítve a legfrissebb kutatási és tudományos eredményeket – az innováció növeléséhez. A klasztereknél és környezetükben bizonyos fokú fejlettség, illetve méret függvényében egyfajta öngerjesztő folyamat kezdődik, amelynek eredménye a „stratégiai szövetség”, illetve a gazdasági és munkaerő-piaci környezet többdimenziós fejlődése, vagyis a térség gazdasági vonzó hatásának erősödése.

A klaszteresedés folyamatának 7 szakaszát – részben a 2002-es „Observatory” kutatás, illetve Grosz eredményeit felhasználva, ugyanakkor ezeket kiegészítve és továbbgondolva a 2. ábrában foglaltuk össze.

2. ábra: A klaszteresedés folyamata



Forrás: szerk. GONDA T.

A klaszterek tipizálására vonatkozóan számos szempont adódik. A legismertebb két típus, az iparági és a regionális klaszter további altípusokra osztható az ágazati koncentráció vagy a területi kiterjedés alapján, de a csoportosítás szempontját képezheti az eltérő orientáció, vagy éppen a létrehozatal, létrejövétel is. A 2. táblázatban a tipizálás egy lehetséges variánsát vázoltuk fel.

2. táblázat: A klaszterek tipizálásának egy lehetséges variációja

Klaszter			
Iparági klaszter	Regionális klaszter	Gyűjtőfogalom klaszter	
<i>ágazati koncentráció szerint</i>	<i>területi kiterjedés szerint</i>	<i>orientáció szerint</i>	<i>létrejövétel szerint</i>
mega-klaszter	makro-klaszter	iparági (regionális) klaszter	spontán-klaszter
mezo-klaszter	regionális klaszter	intézmény-orientált klaszter	„mesterséges”-klaszter
mikro-klaszter	lokális klaszter	hálózatra épülő klaszter	—
—	—	tudás-orientált klaszter	—
—	—	együtműködési szinergiákon alapuló dinamikus klaszter	—

Forrás: szerk. GONDA T.

Az említetteken túl az is célunk volt, hogy a turizmus klaszterek megerősödését segítő szakpolitikák és intézmények bemutatásával segítsük a regionális klaszterek helyzetének megértését. Vizsgálatunk tárgyát képezte továbbá, hogy *milyen a turisztikai klaszterek fejlődési és elterjedési esélye hazánkban, ezzel összefüggésben milyen a hazai támogatási politika jelene, és mi várható ezen a téren a közeljövőben.* Ezzel kapcsolatban fogalmaztuk meg harmadik hipotézisünket: *A magyar klaszterpolitika és az ezzel összefüggő pályázati rendszer szerves részévé vált a turisztikai klaszterek támogatása, így ezek fejlődésének és elterjedésének a feltételei biztosítottak.*

A turisztikai klaszterek ügye iránt elkötelezettségünknel fogva őszintén szeretnénk volna, ha ez a hipotézisünk beigazolódná. Sajnos 2011-ben azonban fordulat állt be a kérdésben. Évtizedes küzdelem után végre *legitimitást nyert* a turisztikai klaszterek támogatása, így 2010-ben konkrét pályázatok is rendelkezésre álltak az érintettek számára. 2011-ben ezek *a lehetőségek megszűntek*, az ebben az évben kiírt regionális klaszter pályázat során már ugyanazon kereten belül versenyezhetett egymással az ipari és a turisztikai klaszter. „Pro forma” tehát a turisztikai klasztereket nem zárták ki, de a háttér információk alapján nem számíhattak nagy támogatásra. Így talán az sem a véletlen műve, hogy a Dél-Dunántúlon *2011-ben támogatást nyert közel 20 induló klaszter között nem volt turisztikai*, noha több pályázatról is tudomással bírunk. A kérdés szempontjából sorsdöntő lesz a 2012. évi klaszter pályázati kiírás. Úgy véljük ugyanis, ha a 2011-es kiíráshoz hasonlóan a fejlődő klaszter kategóriában a turisztikai klaszterek nem kapnak lehetőséget, akkor az egyértelműen jelzi a hazai klaszterpolitika visszarendeződését. Ez pedig gyakorlatilag az ipari klaszterek kizárólagos támogatását jelenti.

A jelenlegi információk ismeretében tehát kiinduló hipotézisünket nem tartjuk elfogadhatónak.

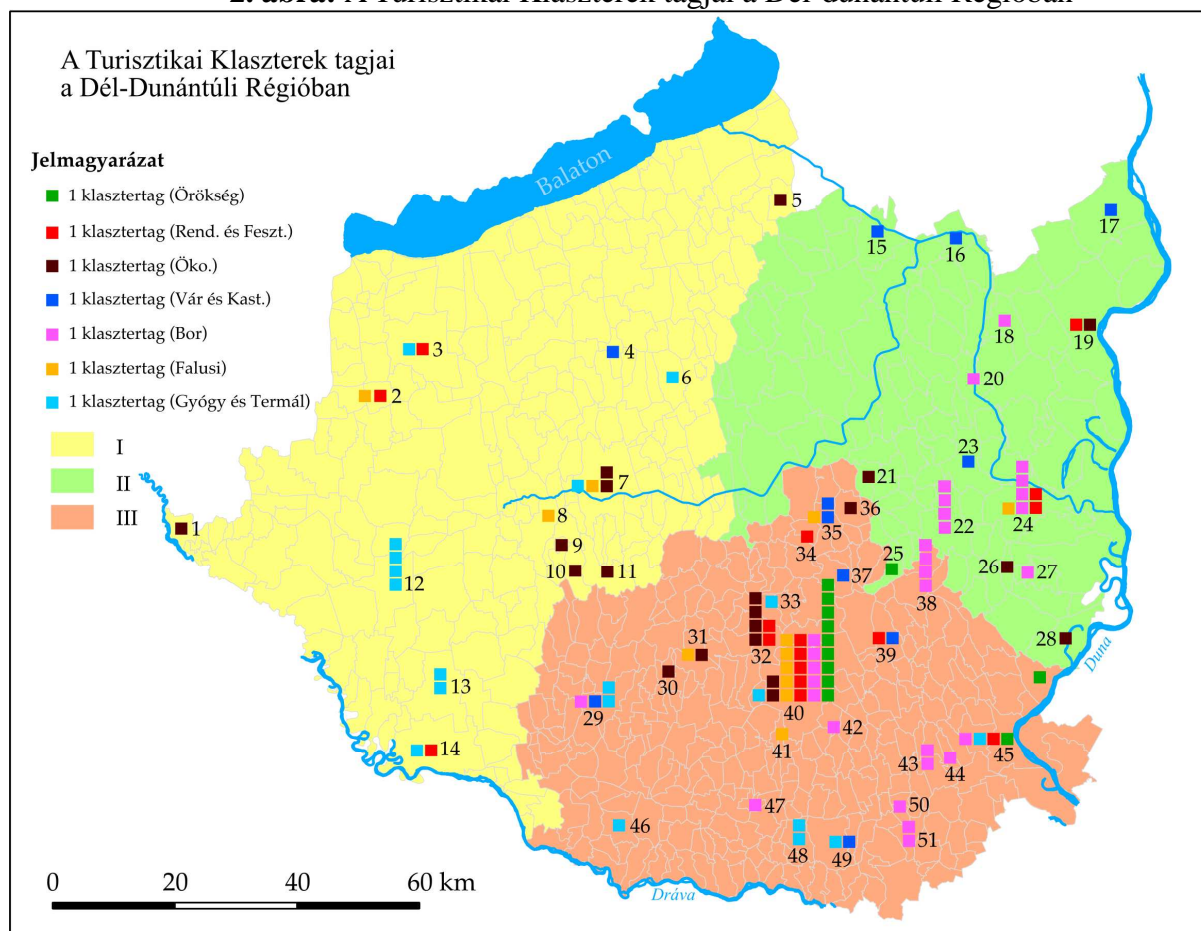
4.4. A negyedik célkitűzéssel és hipotézissel kapcsolatos eredmények

Negyedik célkitűzésünk részét képezte, hogy a Dél-dunántúli Régióban létrejött turisztikai klaszterek összehasonlító elemzése révén *rámutassunk az együtműködésben rejlő szinergiákra és a*

klasztertevékenység által keletkező pozitív externáliákra. Ezeken túlmenően részletesen vizsgáltuk a kulturális és az ökoturisztikai klaszterek tevékenységét, eredményeit és hosszú távú lehetőségeit. Összefoglaltuk a primer és szekunder kutatásaink során szerzett információkat, tapasztalatokat, amelyek segítségével helyes következtetések levonása esetén hasznosítható információkkal tudtuk bővíteni a klaszterekkel kapcsolatos tudásanyagot.

A kulturális turisztikai klaszterek viszonylatában a létrehozást elősegítő tényezők, a szervezési munkák, a főbb prioritások, a szervezet és hálózatfejlesztés és az innovatív tevékenységek feltérképezése után *a következőket állapítottuk meg.* A Dél-dunántúli Régió kulturális turisztikai látnivalói, adottságai, megfelelő alapot nyújtanak a sikeres kulturális turizmus megvalósításához. A kulturális motiváltságú utazásokat leginkább meghatározó városi épített örökség, illetve a rangosabb kulturális rendezvények terén a Dél-dunántúli Régió adottságai kedvezőek. Mindemellett régióink ökoturisztikai adottságai szintén jónak mondhatók. A Duna-Dráva Nemzeti Park által kezelt természetvédelmi területek nemzetközi mérce szerint is kellően vonzó attrakciót nyújtanak. A Drávát Európa három legtisztább vizű folyója között tartják számon, a Mecsek geológiai-morfológiai adottságai különleges értéket rejtjenek, a Zselic pedig többek között a „Csillagos égbolt rezervátum” cím elnyerésével szerzett magának rangot. *A turizmus szakma szereplői általában ígéretes, ugyanakkor még kellően ki nem használt potenciálként tekintenek a régió ökoturisztikai vonzerejére.* Az utóbbi megállapítást az 1500 internetes oldalt átfogó, régiós ökoturisztikai vizsgálatunk is alátámasztotta. Elemzésünk alapján kiderült, hogy a Dél-dunántúli Régió ökoturisztikai kínálata – a jó természeti adottságok ellenére is – alulreprezentált, eredeti elvárásainktól az eredmények messze elmaradtak. Tapasztalataink azt mutatják, ennek egyik fő oka *a szereplők megfelelő szintű marketingmunkájának hiánya* (önálló honlapok készítése, linkcentereken, „gyűjtőlapokon” való sűrűbb megjelenés, turisztikai jellegű internetes médiumokban való gyakoribb szereplés stb.). Régióink egyedül a lovas turizmus, illetve az ifjúsági szállások és erdei iskolák tekintetében érte el az országos átlagot. A kulcsszavas vizsgálat alapján megállapítottuk, hogy az ökoturisztikai klasztertagok közül elsősorban az orfűi és gyűrűfűi szereplők képviselik magukat erőteljesebben, miközben maga a 2009-ben szerveződő Ökoturisztikai Klaszter is jól szerepelt egyes kategóriákban (ökoturizmus, környezeti nevelés). Az ökoturisztikai termékfejlesztési folyamatok, illetve általánosabban megközelítve a térségi turizmusfejlesztés megalapozására *további empirikus vizsgálatot is végeztünk.* Kérdőíves kutatásunk a Nyugat-Mecsek 5 települését felölelő mikrotérségben zajlott (Cserkút, Kővágószőlős, Kővágótöttös, Bakonya és Boda területén) 2008-ban. *Célja a lakosság turizmushoz fűződő attitűdjének vizsgálata és egy konkrét ökoturisztikai attrakció, illetve termékfejlesztés megalapozása volt* (Geo-Line projekt). Ezen fejlesztés megalapozására 224 mintás, reprezentatív mintavételes kutatást folytattunk le. Az eredmények figyelembevételével készült el az a fejlesztési pályázati projekt, amely 2010 nyarán került beadásra. A disszertációban részletezett felmérés eredménye *alátámasztotta azt a feltételezésünket, hogy a lakosság turizmushoz, illetve ökoturizmushoz való viszonya kiemelkedően pozitív.*

2. ábra: A Turisztikai Klaszterek tagjai a Dél-dunántúli Régióban



Jelmagyarázat: 1. Órtilos 2. Nagyszakácsi 3. Marcali 4. Felsőmocsolád 5. Nagyberény 6. Igal 7. Kaposvár 8. Bárdudvarnok 9. Patca 10. Kardosfa 11. Bőszénfa 12. Nagyatád 13. Csokonavisonta 14. Barcs 15. Ozora 16. Simontornya 17. Dunaföldvár 18. Nagydorog 19. Paks 20. Kölesd 21. Lengyel 22. Bonyhád 23. Zomba 24. Szekszárd 25. Váralja 26. Alsónána 27. Várdomb 28. Báta 29. Szigetvár 30. Sasrét 31. Gyűrűfű 32. Orfű 33. Magyarhertelend 34. Alsómocsolád 35. Bikal 36. Egyházaskozár 37. Magyaregregy 38. Mecseknádasd 39. Pécsvárad 40. Pécs 41. Keszü 42. Kozármisleny 43. Boly 44. Szajk 45. Mohács 46. Sellye 47. Babarcszölös 48. Harkány 49. Siklós 50. Kiszakabfalva 51. Villány

Forrás: szerk. GONDA T.

Az említett kulturális turizmus vonatkozásában *három szerveződés* (örökségturisztikai klaszter, rendezvény- és fesztiválturisztikai klaszter, vár- és kastélyturisztikai klaszter) a régióban viszonylag korán *felismerte*, hogy az együttműködés, a hálózatba szerveződés, a *klaszteresedés ésszerű keretek között versenyelőnyt jelenthet, költséget csökkenthet, hatékonyságot növelhet*. A rendkívül éles verseny, a keresleti szereplők – részben az elmúlt évtizedekben tapasztalható, a világ erőteljes és gyors globalizálódásával összefüggő – szinte korlátlan lehetőségei nagymértékű komplexitást, heterogenitást, kreativitást és innovativitást követelnek meg a kínálati oldal résztvevőitől. A klaszterek a főbb prioritások meghatározásával, a Pécsi Tudományegyetemmel kialakított szerteágazó kapcsolattal, a folyamatos szervezet- és hálózatfejlesztéssel, illetve innovációra való törekvéssel megtették az első lépéseket annak érdekében, hogy sikert érjenek el. A szerveződések kínálatának magas színvonalú, valódi tartalommal való megtöltése, a meglévő programok fenntartása ugyanakkor a tagok részéről *további folyamatos kvalitatív munkát*, és a szükséges *pénzügyi források előteremtését igényli*.

Negyedik célkitűzésünk kapcsán kettő konkrét kiinduló hipotézist vizsgáltunk. Ezek közül

az első a marketing munkára irányult:

A klaszterek keretében végzett marketingmunka erősíti mind a közösségi marketingmunkát, mind pedig az egyes klasztertagok marketing munkájának hatékonyságát, költségmegtakarítást eredményez, és kimutatható a tevékenység során a szinergia, valamint a pozitív externáliák keletkezése.

4.5. Az ötödik célkitűzéssel és hipotézissel kapcsolatos eredmények

A kutatási célkitűzéssel kapcsolatos ötödik hipotézisünk a klaszterek gyakorlatára, ezen belül is az innovációban, innovatív termékfejlesztésben manifesztálódó közös jó gyakorlatra vonatkozott:

A klaszterben végzett marketingmunka a tagok közötti interaktív együttműködésnek és a jó gyakorlat átadásának köszönhetően innovatív, és ez az innováció a termékfejlesztési folyamatra is innovatív hatást gyakorol.

A versenyképes egységek összefogása alulról jövő kezdeményezésként, önkéntes módon szerveződhet (miként a dél-dunántúli turisztikai klaszterek is szerveződtek), mert a szereplőknek fel kell ismerniük az ebből fakadó személyes és gazdasági hasznot, valamint a piaci szükségyszerűséget, miszerint a szinergiák kihasználása erősíti a versenyképességet. *A pontszerűen működő, egymással konkuráló turisztikai vállalkozások, szolgáltatók sem a hazai, sem a nemzetközi piacon nem lehetnek olyan eredményesek, mint az összehangolt turisztikai kínálattal rendelkező, egységesen megjelenő, közös marketing- és információs rendszereket használó szervezetek együttműködési hálózatai.* Az együttműködés megoldást jelent a jobb versenypozíció kialakítására, intenzívebb, hatékonyabb marketing tevékenységet generál. A feladatok újra felosztásra kerülnek egy professzionális és költséghatékony marketing- és menedzsmentstruktúrában. *A klaszterek közös kínálatot fejlesztenek, amelynek eredménye a fokozódó piaci jelenlét. Az új szervezet, közös költségvetéssel, hatásosabb, nagyobb hatósugarú, célzott piaci kommunikációra képes. Ezt a mélyinterjúk során a régiós turisztikai klaszterek meghatározó szereplői is megerősítették.*

3. táblázat: A klasztereken belüli közös marketing munka eredményeinek értékelése a kérdőíves vizsgálat alapján

Egyetért-e azzal, hogy a klaszteren belüli közös marketing munka...	igen	nem
hatékonyabb mint külön-külön.	96,4%	3,6%
segítségével alacsonyabb költségek mellett nagyobb eredmény érhető el.	96,4%	3,6%
pozitívan hatott a professzionalizálódásra.	92,9%	7,1%
javította az egyes tagok marketing szemléletét.	92,9%	7,1%
hatására a belföldi piacon sikeresen kapcsolódik össze a régiónk neve a turisztikai termékkel.	85,7%	14,3%
során olyan új marketing tevékenységek (eszközök) is előtérbe kerültek, melyeket a tagok külön-külön nem alkalmaztak volna.	82,1%	17,9%
következményeként az innovatív jelleg is megjelent.	89,3%	10,7%
hatására megjelenő innovatív jelleg pozitívan hatott a termékfejlesztésre is.	85,7%	14,3%
elősegítette a turisztikai termék pozíciójának megőrzését, erősödését.	96,4%	3,6%

Forrás: szerk. GONDA T.

Az érdekellentéteken és a korábbi konfliktusokon túllépve, az egyes szolgáltatók érdekeinek összehangolásával a turisztikai együttműködések pozitív hatása lehet új térségi turisztikai márka és imázs kialakítása. E mögött professzionális márka- és pozicionálási politika, valamint a már meglévő turisztikai márkák stratégiai menedzsmentje áll. A klaszternek mint marketing-kooperációnak egyik legfontosabb feladata az együttműködés szinergiáira épülően a márkaépítés, az értékesítés és a kommunikáció. Ezt a közös jegyek marketingjének nevezhetjük, ahol kiemelt

szerepe van a puha faktoroknak, az imázs- és márkaképzésnek.

A *klaszter kiváltképp alkalmas* a turizmusban egyre meghatározóbbá váló, versenyelőnyt is befolyásoló *minőség biztosítására*, hiszen mint a turisztikai értéklánc szolgáltatásainak jól szervezett, regionálisan összehangolt hálózata (turisztikai erőforrások, attrakciók, infrastruktúra, szolgáltatás és egyéb támogató szektor csoportja), az egyes láncszemek összekapcsolásával komplex módon tudja a minőségmenedzsmentet elvégezni. Reprezentatív felmérésünk is arra mutatott rá, hogy a klaszterekben végzett közös termékfejlesztési munka egyik súlypontja a minősítési rendszer, a védjegy kialakítása. A minősítési rendszer kidolgozását nem csak mint a termékfejlesztés irányadó tényezőjét értékelhetjük, de a tagok, ahogy azt a szófelhő is mutatja, ezt a leginnovatívabb termékfejlesztési tevékenységként határozták meg.

3. ábra: Szófelhő az „ön szerint melyek voltak a leginnovatívabb termékfejlesztési tevékenységek a klaszterben?” kérdésre adott válaszok alapján

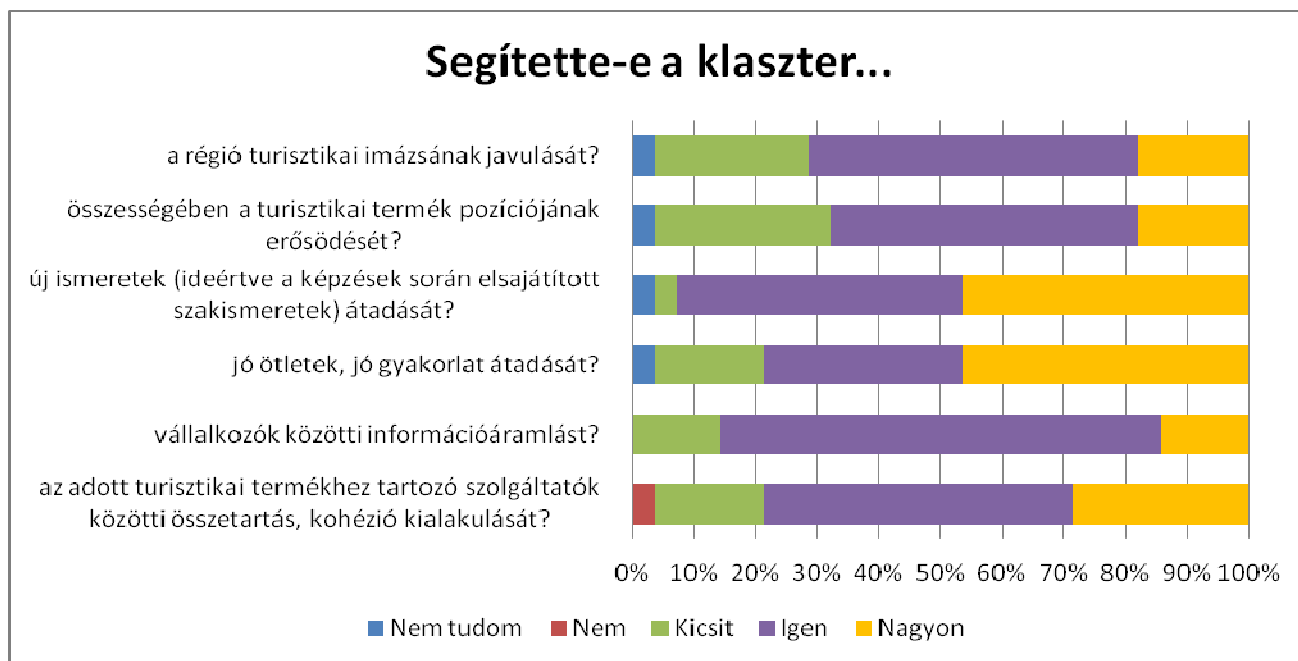


Forrás: szerk. GONDA T. www.wordle.net programmal

A minőség és az arra épülő regionális klasztermárka azonosítja a klasztert, az általa összefogott turisztikai termékeket, szolgáltatásokat és régiót, ami által azok újra felismerhetővé válnak a piacon, új erőre kapnak és megoldást kínálnak speciális vevői igényekre. Habár a létrejött *új turisztikai termékek* nem koncentrálnak olyan módon a vendégforgalmat, hogy az a régió versenyképességét mutató statisztikában megjelenjen (pl. a rendezvény- és a borturizmus, vagy a várak, kastélyok és gyógyfürdők forgalma nem mutatható ki a regisztrált vendégéjszakák számával), azonban innovativitásuk és magas presztízs értékük miatt *kiemelkedő a marketing szerepük*. Így az ezekre a termékekre épülő klaszterek *összefogott stratégiai marketingje hozzájárulhat a régió versenypozícióját meghatározó mutatók növekedéséhez is*. Az érintett turisztikai klaszterek gyakorlatának a vizsgálata, számos konkrét példán keresztül visszaigazolta azon hipotézisünket, hogy *az innováció nem áll meg a marketing szintjén, hanem hatást gyakorol a termékfejlesztési munkára is (lásd 4. ábra)*.

A fentebb vázoltak alapján mindkettő eredeti hipotézisünket elfogadhatónak véljük.

4. ábra: A klaszterek munkájának értékelése a kérdőíves vizsgálat alapján



Forrás: szerk. GONDA T.

5. A kutatás lehetséges hasznosítása és további irányjai

A klaszterekkel (és azon belül is elsősorban a turisztikai klaszterekkel) kapcsolatos kutatásunk jelen szakaszának lezárásakor, a gyakorlati hasznosítás lehetősége kézenfekvőnek tűnik a napjainkban formálódó és ezután megalakuló turisztikai klaszterek esetében. A kutatás által összegzett klaszter célkitűzések, illetve gyakorlati eredmények ismeretében úgy véljük, *sikeresebb pályázatot állíthatnak össze az induló turisztikai klaszterek*. Ugyanakkor munkánk – reményeink szerint – e lehetőség hiányában is *elősegítheti a klasztermunka hatékonyabb előkészítését és beindítását*. Érdemben befolyásolhatja ugyanis a pályázati kiírás előkészítését azáltal, hogy egyfajta megerősítést jelent a DDRFÜ munkatársainak, vagy a ROP pályázati előkészítésével és pályázati értékeléssel foglalkozó szakemberei számára az ügy fontosságának vonatkozásában.

Mindezek mellett *a kutatás eredményeit fel tudják használni a már működő turisztikai klaszterek is*, mivel munkaszervezeteik alkalmazottai (klaszter menedzserek, asszisztensek) és a klaszterek döntéshozó szervezeteiben tevékenykedők *a disszertáció segítségével újabb hasznos információkra tehetnek szert*.

Reméljük, hogy munkánk egyik lehetséges hasznosítási területként szóba kerülhet *a földrajz és a turizmus-vendéglátás felsőoktatási területe is*. Meggyőződésünk ugyanis, hogy a turizmus jövőbeni szakembereinek alaposan meg kell ismerniük a turisztikai terület új, térségi együttműködési formáit, a TDM-eket és a klasztereket. A disszertáció tartalma kiegészítése lehet a turisztikai képzések elméleti részének, az egyes klaszterek esettanulmány szintű bemutatásával pedig a turizmus gyakorlatával kapcsolatosan is hasznosítható tudást szerezhetnek a hallgatók.

Természetesen mint a kutatások zöme, *ez az értekezés is számos olyan kérdést hagy nyitva, amelyet csak további kutatások elemezhetnek bővebben*. Ezzel összefüggésben érdemesnek tartanánk az összes hazai turisztikai klaszter napi gyakorlatát és eddigi eredményeit, illetve néhány, a nemzetközi gyakorlatból vett példát további vizsgálat tárgyává tenni.

2012-ben lezárul a 6 nyertes regionális turisztikai klaszter támogatási periódusa. A támogatási szerződés értelmében 5 év további fenntartást kellett vállalniuk. Megítélésünk szerint a turisztikai klaszterek életképességére, fenntarthatóságára és az ezzel kapcsolatos egyedi stratégiák

vizsgálatára vonatkozó kutatásnak létjogosultsága lenne. 2-3 év működési gyakorlatot követően 2013-ban érdemesnek látnánk a klaszter-eredmények vizsgálatát, különösen a marketingmunka és a termékfejlesztés területén.

6. Publikációk

1. A disszertáció alapjául szolgáló publikációk

1.1. Közlemények, tanulmányok, könyvrészletek stb.

1. **GONDA T.** (megjelenés alatt): *A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél-Dunántúlon.* – In. **Modern Geográfia**
2. CSAPÓ J. - **GONDA T.** (megjelenés alatt): *New Territorial Organisation of Tourism: Tourism Clusters Case study: The South Transdanubian Cultural Tourism Cluster.* – In. *Acta geographica Universitatis Comenianae*
3. **T. GONDA** - P. SPIEGLER 2012: *Potentials of ecotourism development in the South Transdanubian region.* – In. *Ekonomiska i ekonhistorija Zágráb, Volumen VIII.* pp. 137-146.
4. **GONDA T.** 2012: *New Areal Organization of Tourism: Tourism Clusters. Following the example of South Transdanubian Cultural Tourism Clusters.* – In. *Acta Academiae Bergsasiensis, XI. évfolyam 1. kötet,* pp. 121-133.
5. **GONDA T.** 2012: *A helyi termék reneszánsza.* – In. AUBERT A. – GYURICZA L. – HUSZTI Zs. (szerk.): *A kultúra turizmusa – A turizmus kultúrája.* Publikon Kiadó, Pécs, pp. 233-245.
6. **GONDA T.** 2012: *Clustering initiatives of the tourism sector in South Transdanubia.* – In. *The role of tourism in territorial development, V. kötet,* pp. 119-133
7. **GONDA T.** – SPIEGLER P. 2012: *A turisztikai klaszterek szerepe a regionális marketingben.* – In. *Marketing&Management, 12/1-2,* pp. 15-25.
8. CSAPÓ J. - **GONDA T.** 2012: *A turizmus irányításának rendszere Magyarországon.* – In. AUBERT A. (szerk.): *Magyarország Idegenforgalma, Szakkönyv és Atlasz, Cartographiai Tankönyvkiadó Kft. Budapest, 2012,* pp. 62-63.
9. **GONDA T.** – SPIEGLER P. 2012: *Helyi szintű TDM szervezet működésének alapelvei és gyakorlata Orfű példáján.* – In. HANUSZ Á. (szerk.): *A Turizmus Területi Dimenziói.* Nyíregyházi Főiskola TIK Turizmus és Földrajz Tudományi Intézete, Nyíregyháza, pp. 55-68.
10. AUBERT A. – **GONDA T.** – HEGYI Zs. 2007: *A regionális turisztikai intézmény- és menedzsmentrendszer működése a Dél-Dunántúlon.* – In. PAP N. (szerk.): *Területfejlesztés a gyakorlatban.* Lomart, Pécs, pp. 135-149.
11. AUBERT A. – CSAPÓ J. – **GONDA T.** – HEGEDŰS V. – SZABÓ G. 2007: *Turizmus és a terület- valamint a vidékfejlesztés.* – In. AUBERT A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei.* Pécsi Tudományegyetem – TTK Földrajzi Intézet, Pécs, pp.76-131.
12. AUBERT A. – BERKI M. – CSAPÓ J. – **GONDA T.** – HEGEDŰS V. – MÉSZÁROS B. – SARKADI E. – SZABÓ G. 2007: *Fejlesztési stratégiák és modellek a térségi turizmusban.* – In. AUBERT A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei.* Pécsi Tudományegyetem – TTK Földrajzi Intézet, Pécs, pp. 243-313.

13. **GONDA T.** 2006: *Arculatváltás. Az új városfejlesztési koncepciók és a bányászati emlékek.* – In. **Örökség**, X. évf. 5. sz., pp. 7-10.
14. **GONDA T.** – **AUBERT A.** 2006: *Trade and city development of Pécs.* – In. *Vital Cities – Newsletter Potsdam*, 2006/2. sz., Potsdam, pp. 6-7.
15. **BERKI M.** – **GONDA T.** 2006: *A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozícionálása.* – In. **Földrajzi Értesítő** 2006. LV. évf. 1-2., pp. 127-140.
16. **GONDA T.** 2006: *A szénbányászat épített örökségének helye, szerepe Pécs város városfejlesztési elképzeléseiben, különös tekintettel az idegenforgalmi hasznosításra.* – In. **TÉSITS R.** – **TÓTH J.** – **ROMVÁRI M.** (szerk.): *Innovációk a térben – A területfejlesztés aktuális kérdései.* PTE Földtudományok Doktori Iskola, Pécs, pp. 107-117.
17. **GONDA T.** 2006: *Fejlesztési elképzelések Dél-Dunántúl turisztikai desztinációjában a projektgyűjtés tapasztalatai alapján.* – In. **AUBERT A.** (szerk.): *Desztináció-építés és menedzsment.* Dél-Dunántúli Turizmus Kiskönyvek, Alexandra Kiadó, pp. 20-32.
18. **GONDA T.** 2005: *Pécs idegenforgalmának hőskora I.* – In. *Pécsi Szemle* 2005. tavasz, pp. 70-83.
19. **GONDA T.** 2005: *Pécs idegenforgalmának hőskora II.* – In. *Pécsi Szemle*, 2005. nyár, pp. 58-67.
20. **GONDA T.** 2005: *Turizmuspolitika és regionalitás.* – In. **SZABÓ P.** (szerk.): *Pécsi Politikai Tanulmányok II.* PTE-BTK Politikatudományok Tanszéke, Pécs, pp. 151-157.
21. **GONDA T.** 2005: *A szénbányászat épített örökségének helye, szerepe Pécs városfejlesztési elképzeléseiben.* – In. **ÚJVÁRI J.** (szerk.): *Sopianae Krónika*, Pécs Örökség Kht. Pécs, pp. 12-16 p.
22. **GONDA T.** – **MERZA P.** 2005: *Pécs, avagy a régió fejlődési pólusának perspektívája az uniós támogatások felhasználásával.* – In. **PIRISI G.** – **TRÓCSÁNYI A.** (szerk.): *Tanulmányok Tóth Józsefnek a PTE Földtudományok Doktori Iskola hallgatóitól.* PTE Földtudományok Doktori Iskola. Pécs, pp. 99-111.
23. **GONDA T.** – **MERZA P.** 2005: *Pécs, avagy a Dél-dunántúli Régió versenyképességi pólusának fejlesztési stratégiája az uniós területfejlesztési források hasznosításával.* – In. **Comitatus**, XV. évf. 11-12. sz., pp. 122-134.
24. **GONDA T.** 2004: *A turizmuspolitika és regionalitás.* – In. **GONDA T.** (szerk.): *A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia társadalmi vitája.* Dél-Dunántúli Turizmus Kiskönyvek. Dél-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság, Pécs, pp. 7-15.

1.2. Konferencia előadásokhoz kapcsolódó publikációk

25. **GONDA T.** 2012: *A kulturális turisztikai klaszter fejlesztési lehetőségei a Dél-Dunántúlon.* – In. **BERGHAUER S.** et al. (szerk.): *Társadalomföldrajzi kihívások a XXI. század Kelet-Közép-Európájában.* Nemzetközi Földrajzi Konferencia, Beregszász, pp. 178-185.

26. **GONDA T.** 2010: *Turisztikai klaszterek a Dél-Dunántúlon.* – In. Harkányi nemzetközi turisztikai konferencia. 2010. március 30. Harkány. In: Területfejlesztés és Innováció különszáma. CD kiadvány, 11 p.
27. **GONDA T.** 2008: *A turisztikai klaszterek fejlesztési lehetőségei a Dél-Dunántúlon.* – In. SITÁNYI L. (szerk.) II. Terület- és Vidékfejlesztési konferencia. Kaposvár, Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht., Kaposvári Egyetem, pp.13-19.
28. **GONDA T.** 2005: *Hazai és nemzetközi forráslehetőségek a turizmus fejlesztésére.* – In. Bokor B. (szerk.): Vendégváró Baranya. Baranya Megyei Kulturális és Idegenforgalmi Központ. Pécs, pp. 53-65.
29. **GONDA T.** 2002: *A Pécs-pogányi repülőtér fejlesztése és annak hatása a régió turizmusára.* - In. AUBERT A. (szerk.): Országos Turisztikai Konferencia. Kutatás a Turizmusban. PTE Turizmus Tanszék, Pécs, pp. 375-384.
30. **GONDA T.** 2001: *Kulturális turizmus Magyarországon és Pécssett.* – In. SZŐCS GY. (szerk.): A Világörökség hasznosítása az európai kultúra tükrében. Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata, pp. 8-12.
31. **GONDA T.** 1997: *Pécs város turizmusfejlesztési koncepciója.* – In. 1997. évi Tanuló Társadalom Konferencia Naplója. Pécs, 1997. november 21-23. Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata, Pécs, pp. 412-419.

2. Egyéb publikációk

2.1. Közlemények, tanulmányok, könyvrészletek stb.

1. AUBERT A. – TÓCSÁNYI A. – **GONDA T.** 2001: *The impact of shopping tourism on commerce in near - border small towns.* – In. Einzelhandels-Grossprojekte und Wirtschaftsgeographie. (Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung 204.). Universität Bayreuth, Bayreuth, pp. 55-68.