

A HÁLÓZATOSODÁS SZEREPE, JELENTŐSÉGE A HAZAI TURIZMUSBAN

Péter Zsolt

egyetemi adjunktus

Miskolci Egyetem, Világ- és Regionális Gazdaságtan Intézet

A világ más részeihez hasonlóan a 90-es években Magyarországon is jelentős változások mentek végbe a turizmus területén. Világviszonylatban jelentősen nőtt a nemzetközi utasforgalom a viszonylag gyors és olcsó utazási lehetőségeknek köszönhetően a főként kis- és középvállalkozásoknak munkát adó turisztikai piacok a globális verseny színtereivé váltak.

A változásoknak köszönhetően az együttműködések szerepe felértékelődött, ennek okai elsősorban abban keresendők, hogy ma már csak azok a turisztikai desztinációk lehetnek sikeresek, ahol a turisztikai termék minden elemével elégedett az odalátogató turista.

A tanulmány célja, hogy feltárja a hazai turizmusban végbemenő legfontosabb hálózatosodási folyamatokat, hálózatokat, vizsgálja azok hatásait az ágazat versenyképességére, továbbá kísérletet tesz arra, hogy rámutasson azok erős, vagy kevésbé sikeres pontjaira, ezáltal segítve a legjobb gyakorlatok megismerését.

BEVEZETÉS

Az elmúlt több mint egy évtizedben számos ágazatban megfigyelhetőek a területen működő vállalkozások, szervezetek közötti együttműködések, szerveződések erősödése, a hálózati gazdaság megjelenése. Ennek oka elsősorban abban keresendő, hogy a számukat tekintve a gazdasági szervezetek döntő többségét adó kis- és középvállalkozások számára az együttműködések erősödése nagymértékben hozzájárulhat versenyképességük javulásához (Kerek-Pummer-Marsalek, 2004. 1-9. old.)

A versenyképesség egységes fogalma „a vállalatok, iparágak, régiók, nemzetek és nemzetek feletti régiók képessége relatíve magas jövedelem és relatíve magas foglalkoztatottsági szint tartós létrehozására, miközben a külgazdasági (globális) versenynek ki vannak téve” (Lengyel, 2000. 962-984.old). „A vállalatok, iparágak akkor versenyképesek, ha termékeik, szolgáltatásaik értékesíthetők a nemzetközi piacokon, magas jövedelmet (hozzáadott értéket) érnek el úgy, hogy nem csökken foglalkoztatottjaik száma, azaz új technológia alkalmazásakor, a termelékenység növelésekor sem kell elbocsátaniuk foglalkoztatottjaikat. (Lengyel, 2003a. 1-454. old). Az említett versenyképességi fogalmak figyelembevételével megállapítható hogy a vállalatok, iparágak, régiók, nemzetek és nemzetek feletti régiók rendelkeznek egyfajta versenyképességi szinttel, de versenyképesnek csak abban az esetben tekinthetőek, ha valós igényeket képesek kielégíteni, ami jelentős mértékben járul hozzá a foglalkoztatottsági szinthez és a jövedelmekhez.

A HAZAI TURIZMUS HELYZETE A VERSENYKÉPESSÉGI FOGALMAK FIGYELEMBEVÉTELÉVEL

A hazai turizmus versenyképességének vizsgálatakor is érdemes a már kialakult versenyképességi fogalmakra építeni.

Magyarország 2004-ben a nemzetközi turistaforgalom alapján, a világ 18. Európa 7. legnépszerűbb turisztikai desztinációja volt. A bevételeket tekintve azonban már jóval kedvezőtlenebb a helyzet. Miközben a magyar határokat 2005-ben több mint 38 millió külföldi lépte át, a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált külföldi vendégek száma alig haladta meg a 7 millió főt. Hazánk az egy turistára eső költség tekintetében Európa középmezőnyébe tartozik.

A turistaforgalom mind térben (a mai napig Budapest és a Balaton térsége vonzza a turisták közel 50 %-át), mind időben (az erős szezonális miatt), erősen koncentrált.

A teljes közvetlen és közvetett turizmus szektor a magyar GDP 8,76%-át tette ki 2004-ben, miközben a foglalkoztatottak 12%-ának adott munkát.

Miközben az utóbbi néhány évben megvalósult néhány igazán nagy volumenű beruházás, illetve a hazai piacon szinte minden multinacionális turisztikai vállalat jelen van, a turisztikai vállalkozások döntő része továbbra is kis- és középvállalkozás.

A nagyvállalatok szerepe elsősorban az árak meghatározásában, az iparági sztenderdek terjedésében nyilvánulnak meg, ami könnyörtelenül rákényszeríti a versenytársakat az alkalmazkodásra.

A versenyképességi fogalmakat szem előtt tartva megállapítható, hogy a hazai turisztikai szektor teljes egészében teljesíti a magas foglalkoztatottságra vonatkozó kritériumot, a relatíve magas jövedelem teljesülésével kapcsolatban nem szabad elfelejtenünk azt, hogy legfontosabb versenytársaink többségéhez képest (Európai Unió országai) jelentős lemaradás figyelhető meg a turisták (egy turistára/egy utazásra, egy napra jutó) átlagos költségét vizsgálva.

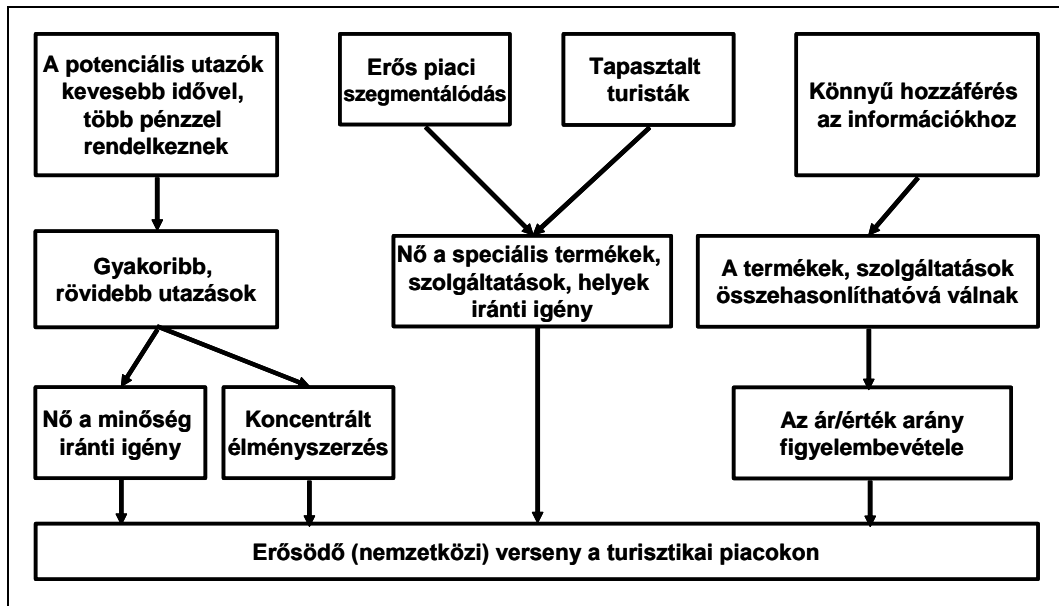
A Lengyel Imre által megfogalmazott további versenyképességi szempont (a termékek/szolgáltatások nemzetközi piacokon értékesíthetők) a turizmus esetében is értelmezhetők, mivel a turizmus lényegében „láthatatlan export” amelynek az a különlegessége, hogy nem az árú, hanem annak vevője utazik.

Sajátosan értelmezhető a turizmus szektorban az „új technológiák” megjelenésének hatásai a foglalkoztatottságra. A szektor fejlődésével, a fizetőképes kereslet növekedésével turizmusra jellemző módon nő a foglalkoztatottak száma, aminek oka a magasabb színvonalú szolgáltatások magasabb munkaerőigényével magyarázható.

A TURIZMUST ÉRINTŐ NEMZETKÖZI TENDENCIÁK

A magyar turisztikai szektor versenyképességének vizsgálatához szükséges a turizmus környezetének, a legfontosabb tendenciák megismerése. Az utóbbi néhány év turizmussal kapcsolatos trendjei és kihívásai a következők:

- a turisták gyakrabban utaznak, rövidebb időre,
- nő a minőségi szolgáltatások iránti igény, a fajlagos kiadások nőnek,
- világviszonylatban, nő az utazásokra elkölthető jövedelem,



1. ábra

A turisztikai tendenciák és a versenyképesség kapcsolata

Forrás: A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013 alapján saját szerkesztés

- Európa nemzetközi súlya csökken,
- a légi közlekedés utasforgalma (a csökkenő jegyáraknak köszönhetően) az átlagot meghaladó mértékben növekszik,
- az Internetasznalet nygmértékű terjedéséből adódóan
 - a termékek/szolgáltatások és árak összehasonlíthatóvá váltak,
 - a könnyen elérhető információknak köszönhetően távoli uticélok „elérhetőbbnek” tűnnek,
- nő a „tudatos” turisták aránya akik odafigyelnek a vásárolt, termékek/szolgáltatások ár/értékarányára,
- korábban jelentéktelen piaci szegmensek pl. idősek, egyedül utazók, kalandra vágyók térhódítása figyelhető meg,
- nő az igény az egészség megőrzésével kapcsolatos szolgáltatásokra,
- a „tapasztalt” turisták új korábban nem látogatott helyszíneket keresnek,
- sokan kerülnek a nagy tömegek által látogatott helyszíneket.

Az 1. ábra összefüggéseinek egyértelműen mutatják, hogy az utóbbi évek tendenciáinak megfelelően a jövőben is a (nemzetközi) verseny erősödésére számíthatunk, amiből a hazai turisztikai piac szereplői sem maradhatnak ki. A vizsgált tényezők, trendek egy része (pl. a turisták újabb korábban nem látogatott helyeket keresnek fel), segíthet a forgalom növekedésében, addig más tényezők egyértelmű kihívásokat jelentenek. A legnagyobb kihívást, a minőségi szolgáltatások, a komplex, koncentrált élményszerzésre alkalmas turisztikai kínálat kialakítása jelenti. Jelentős a lemaradásunk a szálláshelyek minősége tekintetében, annak ellenére, hogy az utóbbi években (elsősorban Budapesten, de az ország más részein is) számos nagy kapacitású minőségi szálláshely épült az országban. Problémát jelent a turistákat kiszolgáló szolgáltatások minősége, amelynek egy része ma már kiváló minőségű, más része

viszont kritikán aluli színvonalú. A turisták elégedettsége szempontjából elengedhetetlen, hogy mindenhol egyenletes minőséggel találkozzanak. Sajnos hazánk esetében erről az egyenletes minőségről egyáltalán nem beszélhetünk. Versenyképességünk javításához szükség van egyrészt az elégtelen színvonalú szolgáltatások felfejlesztésére, másrészt a minőségi szolgáltatásokat nyújtani tudók együttműködésének növelésére, annak érdekében, hogy az ide látogatók kizárólag pozitív élményekkel gazdagodjanak.

EGYÜTTMŰKÖDÉEK LEHETSÉGES FORMÁI A TURIZMUSBAN – HÁLÓZAT VAGY KLASZTER?

A globális gazdasági körülmények között számos ágazatban megfigyelhető, hogy a klasszikus vállalatok közötti verseny helyett a vállalati hálózatok közötti verseny válik általánossá. A vállalatok többsége ma már hálózatban gondolkodva próbál meg érvényesülni a piacon (Dinya-Domán, 2004. 127-150. old.), különösen azokban az ágazatokban, ahol jelentős tőkeerővel bíró domináns vállalkozások tevékenykednek. Az együttműködésekben származó előnyök nem kizárólag a nagyvállalatok számára esetében jelentkeznének, a kisvállalkozások számára szintén kedvező lehetőségeket nyújtanak a globális piacokon történő megfeleléshez.

A gazdaság, a különböző ágazatok fejlesztésével foglalkozó szakemberek egyre gyakrabban foglalkoznak a vállalkozások különböző szervezetek együttműködésének formáival, amelyeket hálózatoknak, vagy klasztereknek neveznek. Meg kell azonban említenünk, hogy gyakori ezen fogalmaknak összekeverése, összemosása a szakirodalomban. A fogalmak általam helyesen tartott elkülönítési szempontjait az 1. sz. táblázat tartalmazza.

	Hálózatok	Klaszterek
Előny	Meglévő olcsó speciális szolgáltatások	Speciális szolgáltatások vonzása
Tagok	Zárt tagság	Nyitott tagság
Együttműködések alapja	Szerződések	Társadalmi értékek
Pozíció	Viszonylag stabil	Rugalmasan változik
Kapcsolat jellege	Együttműködésen alapszik	Együttműködésen és rivalizáláson alapszik
Kohézió	Közös üzleti célok	Kollektív vízió
Résztevők	Vállalatok	Vállalatok, intézmények szakmai szervezetek

1. táblázat
A hálózatok és klaszterek eltérő jellemzői
Forrás: Lengyel, 2003b. 5-14. old

Véleményem szerint alapvető különbség a két fogalom elkülönítésénél, hogy a klaszterek kialakulása jellemzően alulról jövő kezdeményezések eredményeként

valósul meg, miközben a hálózatok kialakulása/kialakítása többnyire tudatos szervezőmunka eredménye.

Magyarországon számos kezdeményezést neveznek klaszternek, amely legalábbis jelen kereteik között tulajdonképpen hálózatok, hiszen nyilvántartott (sokszor tagdíjat fizető) tagsággal rendelkeznek, elsősorban a vállalatok közötti együttműködések erősítését, hatékonyabbá tételét szolgálják, jól körülhatárolt közös célok érdekében. A tényleges klaszteresedési folyamatok irányába hathat az a tény, hogy gyakran a hálózat vállalkozásaihoz kapcsolódó intézmények, szakmai szervezetek is részt vesznek a tényleges munkában (igaz jellemzően felülről jövő kezdeményezéseknek köszönhetően).

HÁLÓZATOK, „KLASZTEREK” LÉTREJÖTTÉNEK HÁTTERE HAZÁNKBAN

Magyarországon a hálózatok, „klaszterek” létrejötte nagymértékben kapcsolódik a létrehozásukhoz szükséges (állami) források elérhetőségéhez. Hazánkban az első „klaszterek” a Széchenyi Terv forrásainak következően jöhettek létre, majd a GVOP támogatásoknak köszönhetően folytatódott a klaszterszervezési munka. Mindezek eredményeképpen különösen a Nyugat-Magyarországon erősödtek meg a kezdeményezések, miközben az ország északi részén csak elvétve találkozhatunk a hálózatok kialakult példáival, bár kezdeményezések ezen a területen is elkezdődtek az autóipar, az öko-energetika, és az egészségügy, szociális gazdaság érintett vállalkozásai között.



2. ábra

Klaszterek Magyarországon

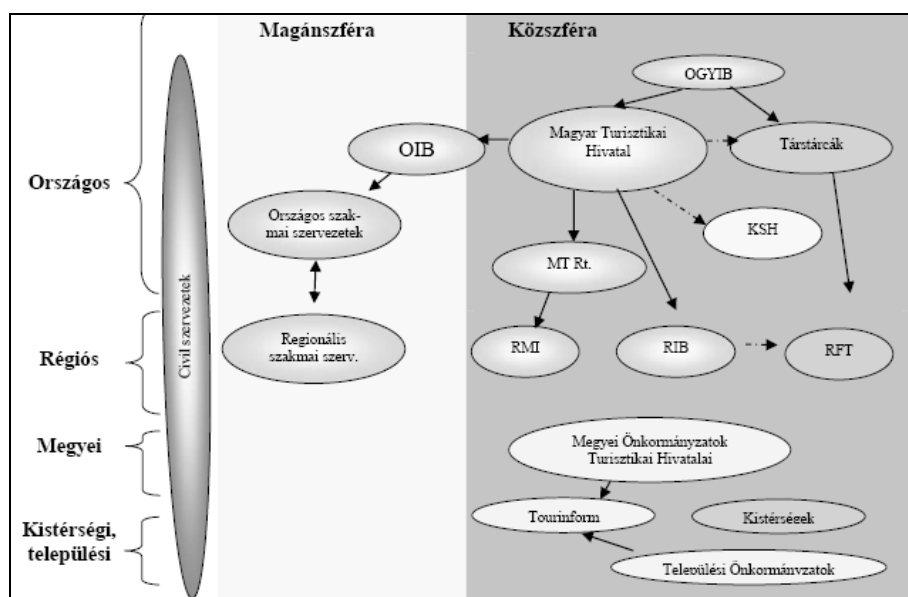
Forrás: www.arindex.hu

A „klaszterpolitika” 2007-től az Új Magyarország Fejlesztési Terv keretében a regionális operatív programokban jelenik meg, amelyek régióspecifikusan nevezik meg azokat a területeket, amelyek alkalmasak lehetnek arra, hogy jól átgondolt

stratégiai célokhoz rendelt eszközrendszer segítségével sikeres klaszterekké váljanak. Az Észak-magyarországi régió esetében, a vegyipart, az elektronikai gépgyártást, a környezetipart és a turizmust nevesítették, ahol megvannak mindazok a feltételek, amelyek a sikeres hálózatosodási, klaszteresedési folyamatok beindulásához szükségesek lehetnek (EMOP, 2006).

A TURISZTIKAI HÁLÓZATOK, „KLASZTEREK” TIPUSAI

A turisztikai hálózatok típusainak vizsgálatakor mindenképp előtérbe kell állítani, hogy az ágazat egészének fejlődésére legnagyobb mértékben azon intézményi hálózat van, amelyet részben vagy egészében az állam, vagy az államhoz szorosan kapcsolódó intézmények finanszíroznak.



3. ábra

Függőségi viszonyok a turisztikai és kapcsolódó intézmények rendszerében
 Forrás: Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013.

Ennek legfontosabb hiányosságai a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2007-2013-ban megfogalmazottak szerint a következők:

- a turizmus struktúráját a nem megfelelő stabilitás, az átláthatatlanság, a nem kellőképpen definiált felelősségi és hatáskörök jellemzik,
- a szektor érdekérvényesítő képessége nem megfelelő,
- a gyakori vezető- és struktúraváltások a hatékonyság ellen hatnak,
- szakma irányítása és maga a szakma átpolitizálódott, mivel a politika túl sokszor kerül döntési, kinevezési és forráselosztó szerepbe,
- az ágazatra jellemző, hogy a szakma képviselői sokszor nem tudják, hogy bizonyos kérdésekben kihez fordulhatnak, ki a felelős az adott témában (NTS 2007-2013).

Ebből a rövid kritikus (hivatalos) hangvételű összeállításból is kitűnik, hogy sok még a tennivaló az együttműködések hatékonyabbá tétele érdekében, erre már azért is szükség van mivel a turisztikai piacokon nem csak a termékek/szolgáltatások és az azokat előállító szervezetek versenyeznek, hanem a turizmus rendszerével, fejlesztésével foglalkozó országos (regionális) hálózatok is.

Személyes tapasztalataim alapján ez egyúttal azt jelenti, hogy olyan intézményi hálózatokkal kell a versenyeznünk, amelyek más országokban (pl. Ausztria, Egyesült Királyság) háttértanulmányokkal, piackutatásokkal tudományosan megalapozott turizmusfejlesztési stratégiákat szisztematikusan végrehajtó, feladatukat világosan ismerő szervezetekből állnak.



4. ábra
A magyar hálózatok tipológiája
Forrás: Saját szerkesztés

A turizmus területén megfigyelhető hálózatok másik csoportján a nem közvetlenül az államhoz köthető együttműködésekert jűnk. Létrehozásuk céljaiban, működésük kereteiben jelentős heterogenitást mutatnak (4. ábra).

Megkülönböztethetők olyan hálózatok, amelyek valamely, hagyományokkal rendelkező globális kezdeményezéshez kapcsolódnak. Ennek kiváló példája hazánk 1985-ös csatlakozása a Világörökség Egyezményhez, amelyet a világ kulturális és természeti értékeinek megőrzése érdekében hoztak létre 1972-ben, mára pedig a világ turisztikai szempontból legjelentősebb (sok esetben nagy látogatószámmal rendelkező) célpontjaivá váltak.

Más együttműködések kapcsolódnak valamely uniós kezdeményezéshez, pl. az EuroVelo hálózat, amely az Európát behálózó kerékpáros úthálózat tervének megvalósításán dolgozik.

Szinte minden esetben megfigyelhetőek az alulról jövő kezdeményezések a hálózati folyamatokban, ami a tartós működés egyik alapfeltétele.

Az indulás kiadásainak finanszírozásánál az esetek többségében állami, uniós források jelennek meg, mivel kevés az olyan vállalat, szervezet, amely önállóan hajlandó költségeket felvállalni.

Az informatikai eszközök alkalmazása ma már a sikeres hálózatok velejárója, a hatékony kommunikáció elképzelhetetlen a fizikai távolságban levő szervezetek között. A működő kezdeményezések túlnyomó többsége elérhető az Interneten, a webes megjelenés azonban heterogén, léteznek csak minimális, illetve valóban kielégítő információtartalommal bíró hálózati honlapok.

A hálózatok másfajta csoportosításának alapja lehet a szakirodalomból ismert klaszter csoportosítások adaptálása. Ezek alapján megkülönböztethetünk:

- makrohálózatot, amelynek szervezetei az országban szétszórtnan helyezkednek,
- regionális hálózatot, ahol a szektor vállalkozásai és a kapcsolódó intézmények földrajzilag koncentrálnak, térségi bázisuk egy régió, vagy egy nagyváros és vonzáskörzete,
- valamint lokális hálózatot, amely leginkább egy településen, vagy annak vonzáskörzetben működik, és elsősorban kis- és középvállalkozások helyi hálózataiból áll. (Lengyel-Rechnitzer 2002. 99-122. old.).

A TURISZTIKAI HÁLÓZATOK, „KLASZTEREK” HAZÁNKBAN

A szakirodalom által támasztott kritériumok alapján meg próbáltam összegyűjteni, azokat a kezdeményezéseket, amelyek megfelelnek a hálózati kritériumoknak, azaz nyilvántartott tagsággal rendelkeznek,

Hálózat, hálózati együttműködések típusok megnevezése	Célok
Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Termál Klaszter	A termálvízre épülő gyógy-és termálturizmus összehangolt fejlesztése, az egyéb turisztikai lehetőségekhez való kapcsolása
Pannon Termál Klaszter	A gyógy- és termálturizmus területén tevékenykedő cégek hálózati hatékonyságának növelése
Világörökség Magyar Nemzeti Bizottság	A világ kulturális és természeti értékeinek megóvása.
DESTOUR	Online Települési Turisztikai Desztináció-Management Rendszer létrehozása.
EuroVelo	A 12 Transzeurópai Kerékpáros Útvonal megvalósítása.
Borutak a nagy borvidékeken	Komplex turisztikai termék kialakítása, mely hozzájárul a térség fejlesztéséhez
Európai Városok Szakmai Szövetsége	A városi turizmus pozícióinak erősítése, információ-, tudás, és tapasztalatok átadásával.
Európai Kulturális Turizmus Hálózat	A kulturális turizmus fejlesztésében érdekelt régiók tapasztalatainak és a legjobb módszerek megosztása a regionális fejlődés és a munkahelyteremtés érdekében.

2. táblázat

Hálózat, hálózati együttműködések

Forrás: Saját szerkesztés

különböző szervezetek közötti együttműködések erősítését, hatékonyabbá tételét szolgálják, jól körülhatárolt közös célok érdekében.

A vizsgált együttműködések céljaiban sorra jelennek meg, a hatékonyság javítás, fejlesztés, területfejlesztés, pozíciójavítás, munkahelyteremtés kulcsszavak, ezek

mindegyike a szervezetek, érintett területek versenyképességével kapcsolatos. Látható, hogy a szerveződések életre hívói tisztában vannak, hogy kezdeményezéseik hozzájárulhatnak a résztvevő vállalkozások, szervezetek, illetve az egész szektor versenypozícióinak javulásához.

A kezdeményezések, szerveződések működését vizsgálva megállapítható, hogy többségük működése, működésük hatásai nagy mértékben függ az államhoz, illetve az Európai Unióhoz kapcsolható forrásoktól, néhány esetben a források elapadása a kezdeményezés elsorvadásához, marginalizálódásához is vezethet (gondoljunk a pl. a jelentős forrásigényű kerékpárút-hálózat fejlesztésén munkálkodó Eurovelora).

ÖSSZEFOGALALÁS

Hazánk turizmusa más ágazatokhoz hasonlóan a globális versenyfeltételek által meghatározott környezetben működik. Mindez jelentős kihívások elé állítja az ágazat többnyire kis- és középvállalkozásokból álló szereplőit. Az elvárásoknak egyre nehezebben tudnak megfelelni az elszigeteltségben működő vállalkozások. Ennek felismeréseként jellemzően központi források igénybevételével hazánkban is megindultak a hálózatosodási folyamatok a turizmus szektorban, bár számukat működésük intenzitását tekintve továbbra is jelentős a lemaradásunk a világ legfontosabb turisztikai piacaihoz képest.

A turizmus részben vagy egészében államilag finanszírozott intézményhálózatának működését sürgető lenne átgondolni, hiszen az egész szektor szempontjából jelentős versenyképességet csökkentő tényező annak a versenytársakéhoz képest bevallottan rossz hatékonyságú működése.

IRODALOMJEGYZÉK

DINYA, L.-DOMÁN, SZ. (2004) **Gazdasági hálózatok tanulmányozásának módszerei.** Czagány L.-Garrai L.: A szociális identitás, az információ és a piac. Szeged, JATEPress 127-150 old.

KEREK, Z.-PUMMER, L.-MARSALEK, S.(2004): **Hálózatok és klaszterek szerepe a regionális versenyképesség javításában.** Budapest, NKFP-2004/4014-04 OM kutatási feladat. 1-9.old.

LENGYEL, I. (2000) **A regionális versenyképességről.** Közgazdasági Szemle, 962–987. old.

LENGYEL, I. (2003) **Verseny és területi fejlődés.** Szeged, JATEPress., 1-454. old.

LENGYEL, I. (2003) **Hálózatosodás, versenyelőnyök, regionális lehetőségek.** In Buzás N. (szerk.): Vállalkozók beszállítónak válása - Integráció és hálózatépítés a gazdaságban. Szeged, PROGRESS Csongrád Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítvány, 5-14. old.

LENGYEL I.-RECHNITZER J. (szerk.) (2002): **A hazai építőipar versenyképességének javítása: klaszterek szerepe a gazdaságfejlesztésben.** Győr, Régió Art Kiadó, 99-122.old.

Észak-Magyarországi Operatív Program 2007-2013: (2006) Miskolc, 1-113old

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia. (2004) Budapest, 1-210. old.