

Szabó Géza⁷⁹: A vidéki örökség útjai: falusi turizmus klaszterfejlesztés a Dél-Dunántúlon

Absztrakt: A turizmus vidéki attrakciókra koncentráló formáinak fejlesztésében az elmúlt EU-s támogatási ciklus kiemelt jelentőségű volt. Ebben a megítélésben nem csak az játszik szerepet, hogy jelentős támogatások érkeztek termék és szolgáltatás fejlesztésre. EU-s forrásokból számos attrakció újult meg és jött létre. Nagyon fontos, hogy a termékfejlesztés mellett a turizmus menedzsment fejlesztésére is jutottak források. Ezek közül jól ismertek a turizmus desztinációmarketing szervezetek létrehozására elnyerhetők, ám a desztinációfejlesztés mellett, a termékmárkák fejlesztésére is fordítottak források. A Dél-Dunántúlon a termék-klaszterek létrehozásában és folyamatos működtetésében jelentős eredményeket ért el. Az öko-, a bor-, a gyógy- és termálturizmus mellett –többek között – létrejött a falusi turizmus régiós klasztere is. A 2010-ben indult projekt az első támogatási időszakot követően 2013-ban újabb programba kezdett, amelynek fő célja a vidéki örökség feltárása és turisztikai hasznosítása volt. A Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter a vidék turizmusának fejlesztésében érdekelt vállalkozások és vendégfogadók együttműködésén alapul.

Menedzsment innováció a vidéki turizmus szervezésében

A rurális turizmus desztinációkban elvégzett norvég innovációs kutatások (RØNNINGEN 2010) arra az eredményre jutottak, hogy a legjobb innovációs teljesítményeket azok a desztinációk mutatták fel, ahol erős helyi turisztikai szervezetek működtek. Ezek a megállapítások összefüggnek a hazai, Veszprém megyében nyert tapasztalatokkal is, melyek szerint a falusi turizmus innovációs potenciálját a jó működő szakmai civil szervezetek is erősíteni képesek (RAFFAI Cs. 2014). A falusi turizmust támogató szervezeti háttér megerősítésében a klaszter szintű együttműködés Magyarországon egyedülálló példája jött létre a Dél-Dunántúlon. A 2010-ben megalakult Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter a turizmusfejlesztés támogató háttérét jelentő menedzsment erősítésében hozott újdonságot.

Turisztikai termékfejlesztés klaszter támogatással

A turizmus régiós fejlesztésének területi márkákon, desztinációkon nyugvó ága még a későbbi megerősödés esetén is csak rész sikereket érhet el megfelelő minőségű és volumenű turisztikai termékek nélkül. A fejlesztések másik ágát a termékfejlesztés rendszerének megújítása jelentheti. A térségi és vertikális szerveződési és menedzselési modellnek, amit a TDM-ek testesítenek meg, ki kell egészülnie horizontális együttműködési hálózatok tematikus szerveződéseivel (SZABÓ G 2010). Ezt a tematikus és horizontális szerveződést hozzák be a fejlesztés rendszerébe a klaszterek.

Klaszterek és turisztikai klaszterek

A gazdaságfejlesztés új üzleti modelljének alapvető jellemvonása a gazdaság hálózati szerveződése. Verseny ma már nem csupán termékek és vállalkozások dimenziójában mutatkozik meg, hanem hálózati szinten is (SZALAVETZ A. 2003). A versenyképességet jelentősen növeli a kollektív hatékonyság, az egymással kapcsolatban lévő, területi szinten együttműködő vállalkozások hálózati hatékonysága. Az új modellben hálózatok versengenek egymással. Szalavetz Andrea (2003) három hálózati szerveződés-típust különböztet meg:

- az értéklánc típusút, amelyben komplex rendszerként felfogható termékek és összetevőik, valamint a kapcsolódó termékek és szolgáltatások előállítói szerveződnek össze;

⁷⁹ Dr. habil, egyetemi docens, elnök, PTE TTK Földrajzi Intézet Turizmus Tanszék Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter, fg4t@gamma.ttk.pte.hu

- a stratégiai szövetségeket, ahol a termelő vállalkozások mellett jelentős számban szolgáltatók is megjelennek;
- a földrajzi alapú hálózati szerveződést: a klasztereket, a területi érdekek megjelenítőit.

Gazdaság szereplőinek térségi, általában regionális együttműködéseit lefedő klaszterek hazai értelmezése erősen kötődik Porter (2000) meghatározásához, amelyek interpretálása ágazati különbségtételek nélkül az alábbi sarokpontokat tartalmazza (GROSZ A. 2006):

- A klaszterek földrajzi közelségen alapuló vállalati stratégiai szövetségek.
- A létrehozás egyik motivációja, a közös érdek a külső versennyel szembeni egységes fellépés.
- A klaszterek tagjainak belső kapcsolatrendszerét egyaránt jellemzi a helyi érdekek összehangolása, az együttműködésben rejlő szinergiák feltárása, ám a konkurens attitűd sem hiányzik a viszonyrendszerből.
- A belső partnerek közötti kapcsolatokat a kölcsönös bizalom stabilizálja, amelyet a tagok közötti informális kapcsolatok is erősítenek.

A klaszterek kiemelt tevékenységei:

- a közösen végzett innováció;
- a piaci igényekre felkészítő képzések;
- a belső információáramlás és együttműködés segítése.

A tematikus és hálózatos együttműködések a turizmusban is megjelennek. A fentebb említett előnyök és jellemzők ezeknél is hasonlóak. Az együttműködés annyiban bővül ki ezen a szakterületen, hogy az innováció döntően az egy terméktípusba tartozó termékek fejlesztésében testesül meg. Kiemelt funkció a közös márkaépítés és marketing (GONDA T. - SPIEGLER P 2012). De ugyanúgy, mint az ipari jellegű klasztereknél fő cél és elvárt eredmény, az adott térség, régió vállalkozásainak, szolgáltatóinak a versenyképességén javítani, a területi érdeket és előnyöket érvényesíteni.

A turisztikai klaszterek régiós hatókörben működnek. Horizontálisan régiót fognak össze, de csak egy, a rájuk jellemző termék szegmensben. Terméket, terméktípust fejlesztenek, annak minden összetevőjével és területi partnereivel együtt. A klaszterek fejlesztési célja és egyben elvárt eredménye a menedzselt terméktípus szolgáltatásainak minőségi javítása, az ebben érdekelt vállalkozások, szolgáltatások összefogása, termékmárka fejlesztés (GONDA T. 2014). A desztinációk, amelyek a turizmus kínálat térségi csomópontjai egészülnek ki a termékkínálatukat minőségi oldalról támogató klaszterekkel. A két menedzsment tevékenység eredőjeként határozható meg: a versenyképes célterületek és versenyképes termékek régiós rendszere.

Turisztikai klaszterfejlesztés a Dél-Dunántúlon

A Dél-Dunántúli Régió 2010-ben bővítette ki a turizmus menedzsment tevékenységek fejlesztésére szánt pályázati támogatásait a turisztikai klaszterekre is (DDOP-2010-2.1.3 A). A klaszterfejlesztési támogatás céljaiként az iparági hálózatos kapcsolatok kialakítását, a partnerek közötti információáramlás javítását és versenyképes turisztikai szolgáltatások nyújtását határozták meg. A támogatások termék alapú turisztikai együttműködéseinek elősegítésére szolgálnak. Figyelmet érdemel a pályázat kiírójának az a definíciója, hogy a klaszterek eltérnek a TDM szervezetektől, a szerveződés alapja nem a desztináció, hanem az azonos működési témakör.

A régió a helyi jellegzetességeket figyelembe véve az *1. táblázatban* szereplő klasztertemákat támogatta. A táblázat második oszlopa a nyolc klasztertema közül nyertes hat turisztikai klaszter mutatja be.

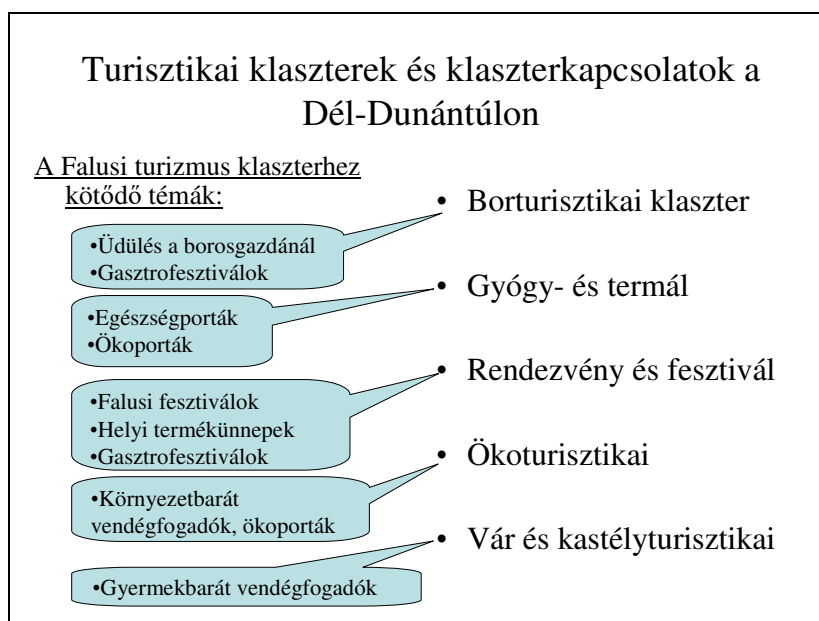
1. táblázat: A Regionális Operatív Program támogatott klasztertemái és pályázati támogatást elnyert turisztikai klaszterek a Dél-Dunántúlon

A DDOP-2.1.3/A-10-2010 pályázati kiírásban támogatott klasztertemák	Működésüket 2010-ben megkezdő turisztikai klaszterek
Gyógy- és egészségturizmus	Gyógy- és termálturisztikai klaszter
Lovas turizmus	
Borturisztika	Borturisztikai klaszter
Ökoturizmus	Ökoturisztikai klaszter
Falusi turizmus	Falusi turizmus klaszter
Örökség alapú kulturális turizmus	
Rendezvény és fesztivál turizmus	Rendezvény és fesztiválturisztikai klaszter
Vár és kastély turizmus	Vár és kastélyturisztikai klaszter

(Forrás: DDRFÜ)

A felsorolt terméktípusok többsége már más régiók korábbi Turisztikai Célleírányzatra, vagy uniós forrásokra támaszkodó klaszter pályázataiban megjelent. A pályázati kiírás igazi újdonsága a falusi turizmus tematika beillesztése a támogatott terméktípusok sorába. Nem mintha nem érdemelte volna már meg korábban is a szakterület ezt a figyelmet teljesítményei alapján, hanem azért mert a falusi turizmus szolgáltatói, a szakterület szereplői döntően a magánszemélyek és az azokat tömörítő civil szervezetekből toborzódnak. Vállalkozásokat, sőt vállalatokat csak igen ritkán találunk ebben a szolgáltatói körben. A pályázati kiírás konzekvensen alapvetően cégek, vállalkozások közreműködésével megvalósuló klaszterfejlesztéseket preferál, ez vonul végig a kritériumokon és az indikátorokon is.

A Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter fejlesztésének fő irányába tartozó témák, a termékspecializációk, amelyek kapcsolatokat építenek a régió további klasztereinek tevékenységeivel is. A 1. ábra ezeket a klaszter kapcsolatokat jelzi. A falusi turizmus klaszter kiterjedt tematikája valamennyi klaszterrel indokolta az együttműködést.



1. ábra: Turisztikai klaszterek és klaszterkapcsolatok a Dél-Dunántúlon
(Szerk: Szabó G. 2012)

Falusi turizmus klaszterfejlesztés a Dél-Dunántúlon

A klaszter létrehozását elősegítő körülmények

Az elmúlt húsz esztendő a Dél-Dunántúl három megyéjének falusi turizmusában jelentős és mélyreható átalakulást és jelenős, érzékelhető fejlesztést hozott. A 90-es évek útkereső, tapogatózó fejlesztései nyomán az ezredforduló óta egy igen markáns kibővülés, sokrétű fejlődés tapasztalható. Csak 2000 óta Baranya megye példáján bemutatva a minősített vendégfogadók száma és az általuk működtetett szálláshelyek kapacitásai 1/3-al bővült. 2004 és 2008 között a baranyai falusi vendégfogadás KSH által regisztrált vendégforgalma vendégéjszakák számát tekintve közel megduplázódott, 25 ezerről 51 ezerre emelkedett. Az éves szinten 15-20 %-al növekvő forgalom kiegészült még a somogyi vendégfogadók közel 40 ezer és a tolnai falusi turizmus 10 ezer vendégéjszakás forgalmával. Ez a 100 ezer vendégéjszakát felmutató tevékenység már volumenét tekintve is jelentős a Dél-Dunántúli Idegenforgalmi Régióban, amelynek forgalmából több mint 10%-ot fedett le.

Így volt ez egészen 2008-ig, ám a jogi és adózási szabályok kedvezőtlen változása, valamint az időközben kitört válság hatásaként visszaeső kereslettel a vendégfogadók számának csökkenése is versenyt futott. Az országosan közel 40%-os forgalom csökkenés hasonlóan érintette a Dél-Dunántúl falusi vendégfogadóit is. A válság falusi turizmus forgalmában mért mélypontján még a 40 ezer vendégéjszakát sem érte el a három megye összesített vendégéjszakáinak száma.

A falusi vendégfogadás igazi térségi és regionális hatású turisztikai forma, hiszen a három megye 14 kistérségének mintegy 85 településén összesen 350 minősített szálláshellyel rendelkező, szervezett vendégfogadó végzi. Regisztrált férőhely kapacitásai száma meghaladja a 2000-ret.

A kézzelfogható sikerek arra kötelezik a falusi turizmus szervezésében, fejlesztésében érdekelteket, hogy az új kihívásoknak megfelelően kibővítsék és szakmailag elmélyítsék tevékenységüket. A kihívások egy része a tevékenység sikeres bővüléséből származtatható, ennek a kedvező trendnek a fenntartására irányul. Egy másik fontos motiváció a változó piaci igényeknek való megfelelés kényszere és az erre való törekvés. Fontos motiváció a klaszter létrehozásában, hogy a 2010-ben belépett új jogszabályi környezet (az adókedvezmények megvonása, a 239/2009-es Kormányrendelet) jelentősen nehezíti a falusi vendégfogadó tevékenységet, sikeres továbbviteléhez új megoldásokat és új tudást kell gazdáinknak átadnunk.

Legalább ilyen fontosak a falusi turizmus vonzerőit jelentő vidéki értékek fenntartására, védelmére, hasznosítására vonatkozó motivációk:

- a helyi termékek, a kézműves mesterségek remekeinek piacra juttatása, értéként, márkaként való megjelenítése;
- a helyi hagyományok, a kulturális örökség megőrzése, hasznosítása kulturális turisztikai programokként és attrakciót hordozó rendezvényekként, fesztiválként.

A piaci igények, a falusi turizmus célcsoportjainak változó utazási szokásai a termékínálat és a szolgáltatások fejlesztését követeli meg. A Dél-Dunántúl a specializált falusi turizmus termékek és szolgáltatások kialakításában már eddig is élen járt. Erre példa a baranyai szervezet által, a Norvég Civil Támogatási Alaptól elnyert nagyprojektje, ami a régiós „ökoporta” rendszer kiépítését szolgálta.

A továbblépés itt a vendégfogadók felkészítése a különböző célcsoportok számára kifejlesztendő specializált kínálatokra. Ezen belül:

- a specializált termékek termékfejlesztési és minősítési, valamint márkafejlesztési feladatainak elvégzése;
- az új feladatokra felkészítő képzések, tudás-átadási módszerek kidolgozása;
- a piacra vitel marketing és kommunikációs, valamint XXI. századi technológia megoldásokat alkalmazó értékesítési metódusainak a kidolgozása, bevezetése;

- a piacszerzésben meghatározó termék és területi márkák kifejlesztése.

A szabályozási és piaci kihívások a menedzsment tevékenységek fejlesztésének igényeit is megteremtették:

- régiós szinten szükséges koordinálni a falusi turizmust segítő tanácsadási, oktatási és felkészítési tevékenységeket;
- szorosan együttműködő hálózattá kell szervezni a vidéki értékeket, a helyi termékeket és tradíciókat, valamint az ezeket turisztikai kínálattá fejlesztőket támogató érdekvédelmi, marketing és kommunikációs, valamint értékesítési rendszereket;
- létre kell hozni a falusi turizmus fejlesztésében érdekelt vállalkozások, szervezetek együttműködő, differenciált szolgáltatásokat nyújtó rendszerét.

A klasztert létrehozó közös érdekek

A létrehozott klaszter alapvető közös érdeke, hogy a vidéki értékek, származzanak azok a megőrzött kulturális hagyományokból, a helyi termékelőállítás tradícióiból, vagy az ezekre ráépülő falusi vendégfogadástól maradjanak fenn, fejlődjenek és hasznosuljanak a velük foglalkozók boldogulását is segítve. Mindezek megvalósítása érdekében az eddig külön-külön munkálkodók fogjanak össze egy fejlesztő rendszert kialakítva és tegyék hatékonyabbá saját tevékenységeiket is. A közös érdekek egyik sarokpontja a falusi vendégfogadás fejlesztése, piaci pozíciójának javítása, a vendégek számára kínált szolgáltatások színvonalának folyamatos emelése. Ennek érdekében hoztuk össze egy együttműködő szervezetbe a tevékenységet eddig is kiszolgáló vállalkozókat és a vendégfogadókat tömörítő szervezeteket. A közös munkálkodás egyrészt javuló szolgáltatásokat, fejlesztő környezetet jelentett a vendégfogadóknak. Másrészt pedig koordinált, keresletet a klaszterbe üzleti, oktatási, fejlesztési szolgáltatások kínálatával belépő vállalkozásoknak. A vendégfogadói szolgáltatási igények szoros megfeleltetése a támogató vállalkozások kínálatával nagyon fontos, dinamizáló eleme a klaszter fejlődésének. Legalább ilyen jelentős közös érdeket és lehetőséget látunk a különböző üzleti szolgáltatásokat nyújtók egymás közötti kapcsolatainak fejlesztésében. Klaszter működésének első időszakában kiderült, hogy például a marketinggel, kommunikációval, vagy éppen az oktatással, vagy helyi termékek forgalmazásával, rendezvényszervezéssel foglalkozó vállalkozások egymás tevékenységeit is hatékonyan tudják segíteni. A klaszter érdekeltégi kapcsolatai a résztvevő érdeképviseleteken keresztül eléri falusi vendégfogadóinkat, másrészt összehozzák a tevékenység fejlesztésében érdekelt, számos szakterületen működő vállalkozásokat.

A fejlesztés innováció tartalma alapvetően három elemre támaszkodott:

- termékspecializációk, termékmárkák rendszere, új termékek a piacon, újszerű értékesítési megoldásokkal;
- helyi termékmárkák (agrár, kézműves, szolgáltatás) kialakítása és fejlesztése annak módszertani hátterével együtt;
- piacorientált, új tudást és minőségi szolgáltatásokat nyújtó rendszer kiépítése és működtetése a régió vidéki turizmusának – falusi turizmusának fejlesztésére.

A klaszter tagsága

A 2010-ben megalakult klaszter tagsága hat tevékenységi csoport köré szerveződő, döntően cégekből, vállalkozásokból állt. Hozzájuk csatlakozott a falusi vendégfogadókat tömörítő három megyei falusi turizmus szakmai civil szervezet, az általuk képviselt szolgáltatókkal és helyi, térségi egyesületekkel együtt. A klaszter gesztora a hazai egyik legnagyobb, mintegy 240 tagot tömörítő Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség lett.

A klaszter megalakulásakor a három érintett dél-dunántúli megyéből 12 tag vállalkozás és egyesület lépett be a szervezetbe Ezt a helyzetet ábrázolja a 9. ábra. 2014-re számuk 18-ra bővült. Hozzájuk kötődik még a három megyei falusi turizmus szervezetbe tömörülő közel 450 vendégfogadó.

A Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Turizmus Klaszter tagságát hat fő tevékenységi csoportba fogta össze:

1. Szakmai támogató civil háttér: közösségfejlesztés

Alapvető szerepet játszanak a klaszterben a megyék vendégfogadóit összegyűjtő szakmai civil szervezetek. Segítenek a falusi vendégfogadók és falusi turizmus fejlesztésében érdekelt klasztertag vállalkozások közötti együttműködés megszervezésében.

- Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség
- Somogy Megyei Falu Turizmus Szövetség
- Tolna Megyei Falusi Turizmus Egyesület
- Zselica Szövetség

2. A termék megjelenítése - falusi turizmust segítő marketing és kommunikációs tevékenységek

A szakterület jelentős szereplői látnak érdekeltséget a klaszterbe való bekapcsolódásban.

A fő fejlesztési irány az internetes kommunikáció és értékesítés fejlesztése, a régió vendégfogadóinak bevonása a világhálón való megjelenésbe.

- MarkCon Kommunikációs Kft.
- Aubert és Társa Bt.
- Információs Társadalomért Alapítvány
- Kultúrtáj Kft.

3. Rendezvényszervezők

A vidéki rendezvények, kulturális és gasztronómiai tematikájú fesztiválok egyrészt a helyi termékek bemutatásának alkalmas helyszínei, másrészt a turizmusban oly vonzó programot, eseményt jelentik. A fesztiválok képesek felhívni a figyelmet egy település vagy tájegységértékeire, az általa gerjesztett forgalom a helyi vendégfogadás erőteljes segítője és a településhírnevének megalapozója.

- Partners Pécs Kft.
- EU-Active Kft.

4. Specializált utazásszervezők, programszolgáltatók

Olyan programok nyújtásában érdekelt vállalkozások, amelyek megcélzott vendégköre a falusi turizmus keretében üdülők közül szerveződik. Speciális programok lehetnek az aktív turizmus különböző változatai a kerékpáros túráktól a természetjáráson át a gasztronómiáig és az ökoturizmus attraktív kínálatai.

- Helian Natour Utazási Iroda
- Mecseki Ökocsali
- Bükkösdi Ökopark
- Élmenybirtok Bikal

5. Helyi termék-előállítás és forgalmazás

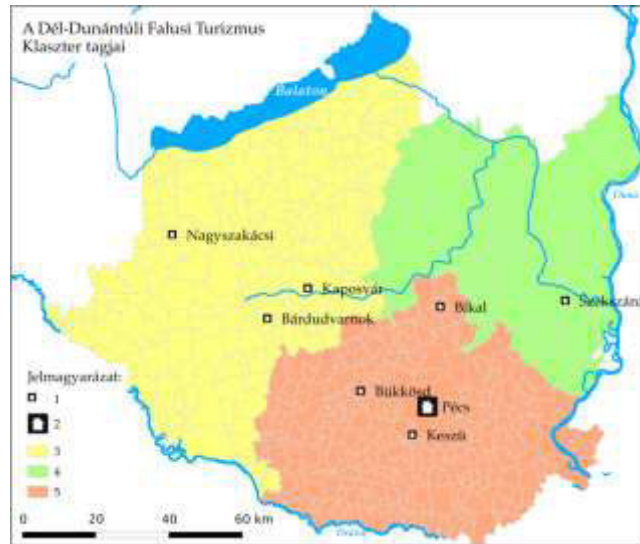
A terméklánc valamennyi fázisából érkeznek vállalkozások a biotermeléstől a kézműves termékeket értékesítő vagy bemutató műhelyeket működtető szolgáltatókig.

- Brill Pálinkaház
- Sipócz HÁZ

6. Képzés, felkészítés

Vendégfogadók és szervezők, szakemberek felkészítése, differenciált képzések különböző célcsoportok számára:

- vendégfogadók tanfolyamai: SZTÁV Felnőttképző Zrt.
- menedzserek, szervezők felkészítése: P&P Partner Bt.



2. ábra

Jelmagyarázat: 1 = klasztertagok száma (1 db), 2 = klasztertagok száma (5 db), 3 = Somogy megye, 4 = Tolna megye, 5 = Baranya megye
(Forrás: GONDA T. 2012)

Összefoglalás

A menedzsment innovációk sorában még első lépéseit éppen, hogy megtett klaszter kezdeményezésünk a falusi turizmus és a vidék turisztikai fejlesztésében érdekelt vállalkozások közös érdekét tárta fel. A klaszter működése során annyit már elért, hogy lefaragta a terméktípus többi termékkel szembeni szervezési hátrányát, gondolva itt a régiós gyógy- és termálturisztikai, vagy borturisztikai szerveződésekre. A klaszter szervezés során kialakult egy tematikus szakági struktúra, amelybe szép számmal lépnek be, vagy keresnek kapcsolatokat a már benn munkálkodókkal a vállalkozások.

Mindezek a termékfejlesztési és menedzselési megoldások csak a szakterületek átfogó ismertének birtokában alkalmazhatók. Mindegyik elem hordozta a szakmaiság és innováció jellemzőit. Ezzel kedvező helyzetbe hozta a vidéki turizmus számos szereplőjét, a vidéki desztinációkat és régiókat, a Dél-Dunántúlt, amelyre ráfér minden öröklött és szerzett hátrányait mérséklő megoldás a turizmusban is.

A jövő munkálkodása éppen régióink és desztinációink versenyhátrányait csökkentő kutatások és ezekre épülő új megoldások felé irányulhat. Nem szabad azonban megfeledkezni az innováció átadás, a kimunkált megoldások terjesztéséről sem. Első körben itthon, majd a külföldön is próbálkozni kell. Különösen alkalmasnak mutatkoznak erre a határon túli magyarok által lakott területek. Meglévő jó szakmai kapcsolataink akár a Délvidék, akár Kárpátalja, akár pedig Székelyföld felé esélyt kínálnak az ottani fejlesztések szakmai támogatására.

Fontos feladat a régió érdekeltjeinek a mozgósítása, a jó példák felmutatása szakmai kötelességünk. Egy elemeként működünk a turizmus szakmai hátterének, amelynek fontos teendője a szakmai utánpótlás biztosítása. A kimunkált megoldásaink egyben példák is a szakemberképzésben, továbbképzésben.

Köszönet

A cikk létrejöttében a regionális operatív program támogatásaival lebonyolított projektek meghatározó szerepet játszottak (DDOP-2.13/A-10-2010-0009 és a DDOP-2.1.3/A-12-2012-0007).

Felhasznált irodalom

- Aubert A. Szabó G. 2007: A térségi turizmus kutatás elméleti keretei. Turizmus és geográfia. In: Aubert Antal (szerk.) A térségi turizmus kutatás és tervezés módszerei, eredményei . 391 p. , Pécs: Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, 2007. pp. 13-75., (ISBN:9636420858)
- Aubert A. Szabó G 2008: Tourism Geographical Interpretation os Complex Spatial Categories In: Lóczy D , Tóth J , Trócsányi A (szerk.) Progress in Geography in the European Capital of Culture 2010 . 335 p. Pécs: Imedias Publisher, 2008. pp. 149-160. (Geographia Pannonica Nova; 3.)
- Csizmadia, Z. 2009: Együttműködés és újítóképesség. Kapcsolati hálózatok és innovációs rendszerek regionális sajátosságai. Budapest, Napvilág Kiadó.
- Grosz A. 2006: Klaszterek és innováció. In Versenyképesség, Régiók, Innováció, Budapest, Business Class, 2006. pp. 93–101.
- Gonda T, Spiegler P. 2012: A turisztikai klaszterek szerepe a regionális marketingben. MARKETING ÉS MENEDZSMENT XII:(1-2) pp. 15-25.
- Gonda T. 2014: A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél- Dunántúlon MODERN GEOGRÁFIA (3) pp. 1-16.
- Porter, M. E. 2000: Locations, Clusters and Company Strategy. In: Clark, G. L.–Feldman, M.P.–Gertler, M. S. (eds.). The Oxford Handbook of Economic Geography. Oxford, Oxford University Press. pp. 253–274.
- Raffai Cs. 2014: Falusi szállásadók innovációs képesség érettségének vizsgálata. PhD értekezés, Pannon Egyetem, Veszprém. Gazdálkodás- és szervezéstudományok Doktori Iskola 259p.
- RØONNINGEN, M. 2010: Innovation in the Norwegian Rural Tourism Industry: Results from a Norwegian Survey. The Open Social Science Journal. 2010, 3. pp.15-29.
- Szabó G. – Csizmadia L. 2009: A falusi turizmus, agroturizmus speciális termékei Magyarországon. Falusi Turizmus Tájékoztató 2009/4. sz. pp. 3-4.
- Szabó G. - Spiegler P. 2008: A tájkímélő szelíd turizmus megoldásai a Dél-Dunántúlon. In: Csorba P, Fazekas I. (szerk.) Táj kutatás – táj ökológia, Debrecen: Meridián Alapítvány, pp. 479-486.
- Szabó G. 2010: Területi márkák és/vagy termékmárkák a Dél-Dunántúl turizmusában In: Hanusz Árpád (szerk.) A helyi és térségi TDM szervezetek helye és szerepe a vidék turizmus irányításában 172 p. Konferencia helye, ideje: Nyíregyháza , Magyarország , 2010.05.20 -2010.05.21. Nyíregyháza: Nyíregyházi Főiskola, 2010. pp. 117-130.
- Szabó G. 2006: A vidéki turizmus Magyarországon. In.: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma. Szakkönyv és atlasz. Cartographia Kiadó Bp. pp. 38-41
- Szalavetz A: 2003: Hálózati szerveződés az "új gazdaságban" a világgazdaság centrumában és azon kívül. INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM (1) pp. 96-110. (2003)