



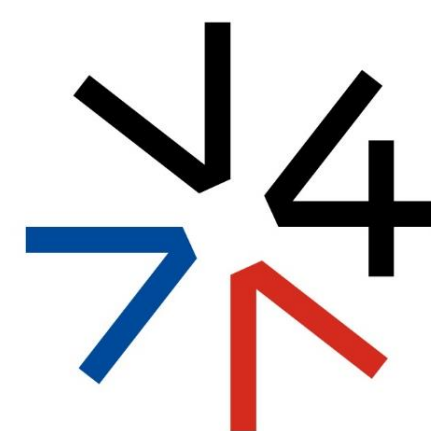
BUDAPESTI
KERESKEDELMI
ÉS IPARKAMARA

Turizmusfejlesztési együttműködési lehetőségek a V4-ek országában

Dr. Kupcsok Lajos
nemzetközi tanácsadó

BIKIK –webinárium

2021. május 05.



Trust

Bevezetés

Visegrádi országok együttműködése

- **2021 – 30 éves a V4**
- **Elnevezések:**
V4, V4-ek, Visegrádi Csoport, Visegrádi Összefogás, Visegrádi Megállapodás
- **Márkanév lett a V4**
- **Legújabbkori közös történelmünkben**
 - 1999: a négy ország együtt csatlakozott a NATO-hoz
 - 2004: együtt csatlakozunk az Európai Unióhoz
 - 2020 -: közösen küzdünk a COVID ellen

I. A V4-ek és a kormány

- A kormány gazdaságpolitikájának központi elemét jelentik a V4-ek
- Nemzetpolitikai szempontból a Visegrádi Országok és a V4+ országok **stratégiai** fontosságú **terület**
- A Visegrádi Csoport összesített gazdasági teljesítménye és együttes lakosságszáma az **EU-ban a negyedik**

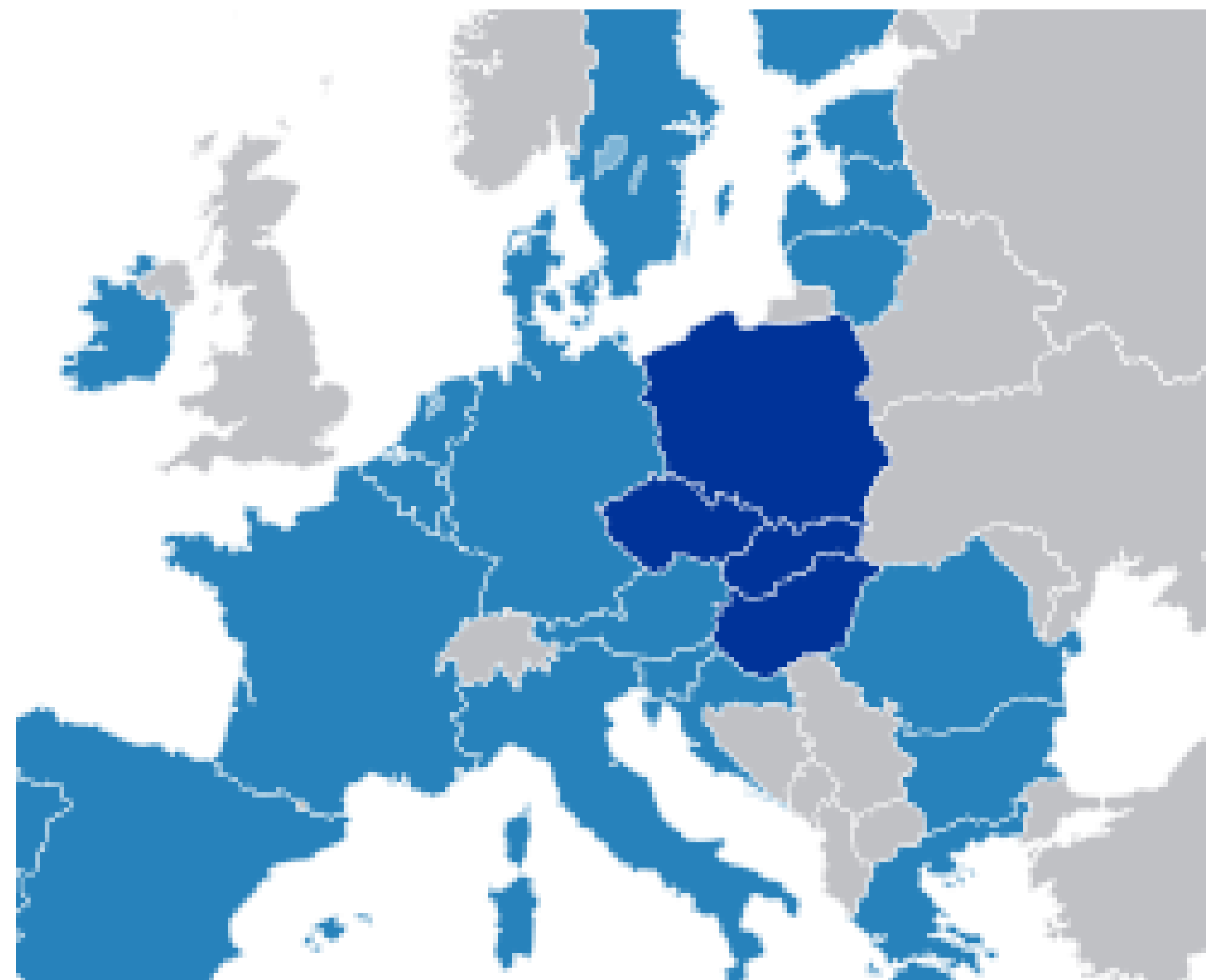


I. A V4-ek és a kormány

- **Orbán Viktor:**

„A V4 sikerének titka az összetartás. Közép-Európa történelmi léptékben az a terület, amely a németek és az oroszok földje között található, a **V4 országok** pedig vitán felül **Közép-Európa magterületét alkotják.**”

Jelenleg lengyel elnökség van 2021. 06.30-ig, utána **Magyarország lesz a V4 soros elnöke egy évig, 2021.07 – 2022. 06 között.**



II. A V4-ek és a Kárpát-medence jelentősége gazdasági kamarai szempontból

- **Ténylegesen elérhető piac** a tagok és a regisztrált vállalatok számára
- **800 km-es KKV rádiusz:** V4, Kárpát-medence, Dél-Németország, Észak-Olaszország, Nyugat-Balkán
- A BKIK-hoz és a PMKIK-hoz tartozó vállalkozók főként a régióban bonyolítják le a külgazdasági tevékenységük nagyobbik részét.
- A V4-ek közel **65 milliós piac**. Az 500 milliós Európa közel 13 %-a itt él.
A **Kárpát-medence közel 50 milliós piac**.



II. A V4-ek és a Kárpát-medence jelentősége gazdasági kamarai szempontból

- **MNB** prognózis Közép-Kelet-Európára:

10 város fog meghatározó gazdasági, gazdaságfejlesztési szerepet játszani:

Cz: Prága, Brno;

PL: Varsó, Krakkó;

HUN: Budapest, Debrecen;

SK: Pozsony, Kassa;

HR: Zágráb;

SLO: Ljubjana

II. A V4-ek és a Kárpát-medence jelentősége gazdasági kamarai szempontból

- Exportpartnereink közül **Szlovákia 2., Lengyelország a 3., Csehország a 6.**
- A **V4 fővárosokban** több mint **1.000.000 mikro- és kkv** működik, V4-ben a kkv-k aránya **99%**
- **A még nem exportáló,** piacképes szolgáltatásokkal és termékekkel rendelkező **vállalkozások** a V4 és a szomszédos országokban **szerezhetnek exporttapasztalatokat** legkönnyebben.
- A magyar külkereskedelem több, mint harmada itt bonyolódik le.
- Kárpát-medencei többletünk képes ellensúlyozni a kínai, vagy az orosz deficitet.



Szlovákia - számokban

- Magyarország 2. legfontosabb exportpiaca
- Nagyszámú magyar kisebbség, 450 ezer fő, nemzetpolitikai és nemzetgazdasági szempontból egyaránt kiemelt partnerünk.
- Magyar nemzetiségű vállalkozások természetes híd szerepe
- 655 km-es közös határ



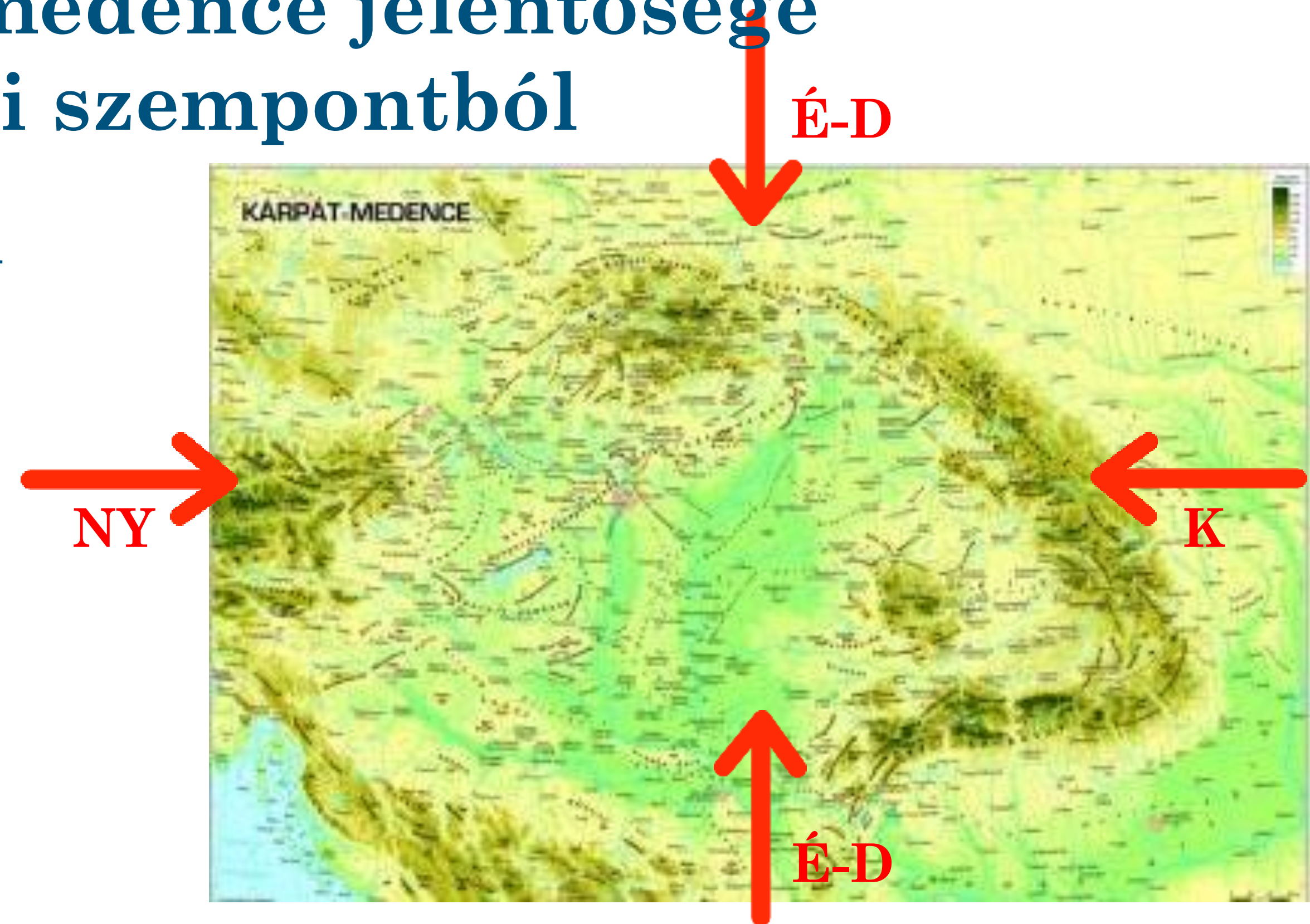
Szlovákia - számokban

- Pozsony 411 ezer lakos, ebből 14 ezer magyar nemzetiségű
- Az unió ötödik leggazdagabb régiója
- Néhány éve az ország adóbevételeinek 75 %-át Pozsonyban fizették be
- A közös, szlovák-magyar határtól számított 25-30 km-es sávban jelentős arányszámú magyar nemzetiségű lakosság, pl.: Dunaszerdahely, Komárom, Ipolyság, Párkány és számos kisebb település

II. A V4-ek és a Kárpát-medence jelentősége gazdasági kamarai szempontból

A Kárpát-medence stratégiai fontosságú terület

- **Három növekedési zóna metszéspontjában** vagyunk:
 - ázsiai-”új gazdasági selyemút nyugati kapuja”
 - bajor, baden-württembergi, lombard innováció
 - észak-déli folyosó – Baltikum – Adria összekapcsolója



III. A Kormány és a BKIK külgazdasági céljainak összehangolása

- Összekapcsoljuk a I. és a II. fejezeteket egymással
- Az üzlethez nélkülözhetetlenek:
bizalom, kiszámíthatóság, megbízhatóság,
közbiztonság
- Budapest, Pozsony, Prága, Varsó vs. Párizs



III. A Kormány és a BKIK külgazdasági céljainak összehangolása

- **Kormányzati cél: teljes Közép-Európa valós gazdasági térré fejlesztése a V4 országok gazdasági együttműködésének tovább fejlesztésével.**
- **Orbán Viktor** miniszterelnök két alapvető célt jelölt meg:
 - „10 000 új exportáló kkv”
 - „kifektetési stratégia”
a magyar vállalatok határon túli gazdasági versenybe az eddiginél hatékonyabb bekapcsolása.



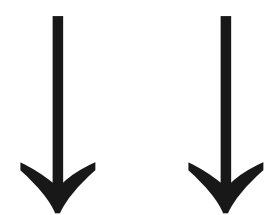
Felmérés a külpiacra lépéskor a KKV-k előtt álló akadályokról

1. Külpiaci információk,
külpiaci kapcsolatok hiánya

2. Külkereskedelmi technikai
információk, tapasztalatok
hiánya

3. Pénz és tőke hiánya

4. Menedzsment ismeretek hiánya
(digitalizáció, generációváltás)

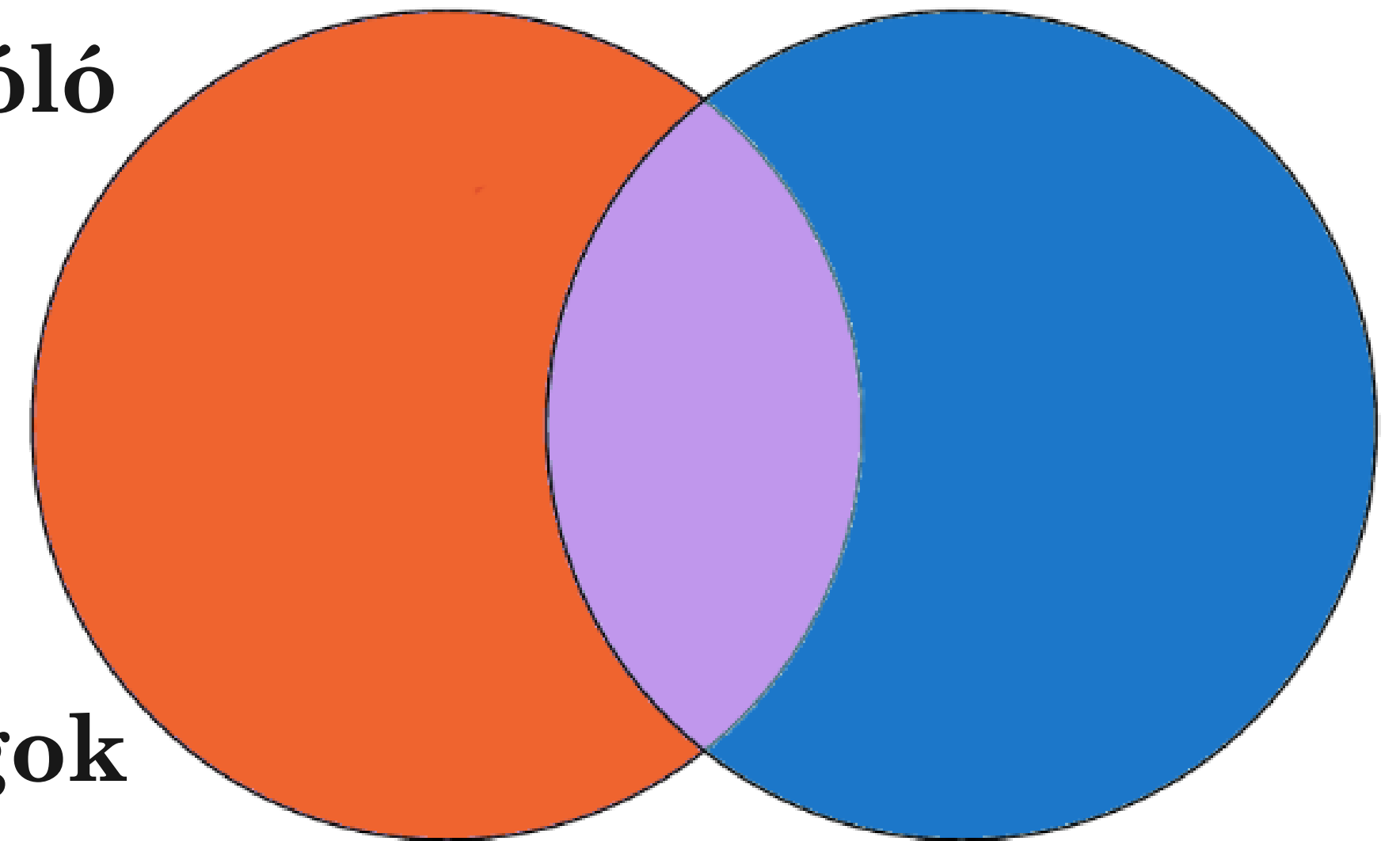


**A pénzhiány nem az első,
nem elég a pénzbeli támogatás.**



A Kormány és a BKIK külgazdasági céljainak összehangolása

- A **BKIK** alapszabálya, a gazdasági kamarákról szóló törvény előírásainál fogva **részt kell, hogy vegyen a kormányzati gazdaság szervezési célok megvalósításában.**
- A **BKIK** alapszabálya – megismételve a gazdasági kamarákról szóló törvény rendelkezéseit – előírja **a tagok piacra jutásának, ott helytállásuk támogatását.**



IV. A BKIK prioritásai – együttműködési megállapodások tükrében

- **2019. szeptember 20. Dunaszerdahely: BKIK – PMKIK közös elnökségi ülésén együttműködési megállapodás megkötése**
 - Stratégiai fontosságú területnek minősítették a V4 és V4+ országok területi kamaráival való együttműködést, amely kiterjed
 - szakmai programok szervezésére, ideértve az üzletember találkozók, konferenciákat, tréningeket, tanfolyamokat, felnőttképzéseket, vásári, kiállítási megjelenéseket;





IV. A BKIK prioritásai – együttműködési megállapodások tükrében

- az üzleti partnerkeresésre;
- az állami gazdaság szervezéssel intézményes kapcsolattartásra;
- közös programok lebonyolítására;
- közös pályázati lehetőségek figyelemmel kísérésére,
és abból adódó projektek megvalósításánál való együttműködésre;
- V4-es és V4+-os gazdasági adatbázis kialakítására
- **a Visegrádi Országok Területi Kereskedelmi és Iparkamarái Szövetségének létrehozására.**



V. Az utazó és a társadalmi folyamatok

A XXI. századi utazó élményt keres:

- koncentrált és tudatos,
- azonnal megosztja élményeit a környező világgal.

Turisztikai attrakciókat, látogatói élményeket igényel:

- célcsoportok, korcsoportok szerint szegmentáltakat.

**Kompletté kell tenni a turisztikai kínálatot:
összekapcsolhatóság**

V. Az utazó és a társadalmi folyamatok

Milleneumi generáció: élményeket gyűjt, többet költ utazásra, aktív turizmus, gasztronómiai turizmus, környezettudatos.

Overtourism: túlszűfoltta váló desztinációk.

Utazások időtartama változik: rövidebb utak – évente többször.

Megosztási kényszer, virtuális jelenlét.

„Lelassulás”, elmélyedés iránti igény.

Üzenetküldő alkalmazások térhódítása: ügyfélszerzés, kapcsolattartás.



VI. Magyarország a V4-ek között

A legtöbb turista: júliustól - szeptemberig, ill. áprilistól – júniusig érkezik.

Motivációk: rokon- és barátlátogatások, városlátogatás, egészségturizmus, üdülés- és hivatásturizmus.

A turisták átlagosan 3,8 napot töltenek el nálunk, a hosszabb időre érkezők 5,5 napot.

Az utazás időtartamának csökkenése általános trend.



VI. Magyarország a V4-ek között

Mire hajlandók többet költeni a turisták?

- **egészségturizmus, orvosi turizmus (gyakran családostól)**
- **csúcsminőségű turisztikai attrakciók (pl. hangversenyek)**
- **bor- és gasztronómiai turizmus**

Ezek a motivációk a cseh turistáknál kiemelkedően magasak.



VI. Magyarország a V4-ek között

További V3-as motivációk:

- üzleti cél – főként a lengyeleknél
- rokon- és barátlátogatás – főként a szlovákoknál
- egészségturizmus – a csehek nemcsak a V3-ban, de az abszolút rangsorban is élen járnak
- üdülés és pihenés – lengyel és cseh dominancia



VI. Magyarország a V4-ek között

Magyarországon töltött vendégéjszakák: az átlag 3,8 nap, a lengyeleknél 6,2 nap, ettől elmaradnak a csehek és a szlovákok.

A küldőpiac szerinti abszolút sorrendben Csehország a 4. Lengyelország az 5., Szlovákia a 10.

Budapesti vendégéjszakák: Szlovákia az első a V3-ban.

Budapesten kívüli vendégéjszakák: dinamikus növekedés, Csehország az 1., Lengyelország a 2., Szlovákia a 3..



VI. Magyarország a V4-ek között

A turisztikai termékek trendjei röviden:

- **egészségturizmus: évről évre erősödik**
- **kulturális turizmus: egyedi igények, komplex termékek**
- **bor- és gasztronómiai turizmus: egészséges életmód, helyi termékek**
- **hivatásturizmus: üzleti utak, konferenciák, kiállítások – ezek kamarai alapszolgáltatások**
- **rendezvényturizmus: komplex kínálat, erősödő sport**
- **aktív- és természeti turizmus: futás, kemping, vadászat, stb..**



VI. Magyarország a V4-ek között

Vállalkozások és foglalkoztatás a turizmusban:

- hazánkban mintegy 100 ezer vállalkozás, minden 11. munkavállaló a szektorban
- közvetett hatását tekintve minden 8. munkavállaló itt dolgozik
- alkalmi munkavállalók száma magas – szezonális
- humán erőforrás képzése, felkészítése folyamatos feladat



VI. Magyarország a V4-ek között

Jövőkép

- vállalkozóknak, alkalmazottaknak megrendelés – és munkahelyteremtés
- minőségi turisztikai élménykínálat
- innovációval segíteni a kkv-kat
- márkáépítés
- karrier lehetőség a kkv-k és az egyéni vállalkozók részére

VII. Partnerség és együttműködés

Stratégiai partnerségek kialakítása a piaci szereplőkkel

- széleskörű együttműködés szükséges
- az együttműködés résztvevői:
 - állam
 - önkormányzatok
 - gazdasági kamarák
 - gazdasági érdekképviseletek
 - szakmai szervezetek
 - vállalkozók
 - média
 - oktatási intézmények

Az állam szerepvállalása nem elég



VII. Partnerség és együttműködés

Az együttműködés formái:

- **fórumok, platformok a piaci igények összegyűjtésére**
- **kommunikációs felületek a szereplők közötti vélemény-, tudás- és tapasztalatcserére**
- **hatékony kommunikáció a KKM háttérintézményei (CED, HIPA) és a KGA-k irányába a turisztikai kínálat megismertetése érdekében**
- **a diplomáciai szervezetekkel közös rendezvények**

VII. Partnerség és együttműködés

Az együttműködés formái:

- a V4 országokkal való kooperációs lehetőségek kiaknázása
- a tudástranszfer érdekében a V4 együttműködés keretében képzési, kutatási, startup témákban rendezvények, konferenciák szervezése
- tapasztalatcsere, a legjobb gyakorlatok megismertetése a V4 országok turizmusfejlesztési szereplői között.



VIII. Határmenti területek – Szlovákia

A turizmus a gazdasági fejlődés hajtóereje a határmenti területeken.

A megfelelő infrastruktúra nélkülözhetetlen a fejlődéshez.

A turisztikai termékek minőségét folyamatosan vizsgálni és ennek eredményeként javítani szükséges.

Fontos a közös értékesítési stratégiák és hálózatok megléte.

A szlovák közlekedésben a kelet-nyugat irányú közlekedési folyosó a meghatározó, az észak-déli folyosók kis forgalmúak.



VIII. Határmenti területek – Szlovákia

A magyar-szlovák határon átnyúló turizmusfejlesztés kulcsai:

- közös termékfejlesztés,
- közös turisztikai élménycsomagok,
- közös marketing kialakítása.

Határmenti idegenforgalmi vonzerők:

- termálvízkinccs
- Duna
- kerékpáros turizmus
- gyógyturizmus
- gasztroturizmus
- kulturális és épített örökség
- tematikus utak
- aquaparkok

VIII. Határmenti területek – Szlovákia

Néhány fejlesztési lehetőség a magyar-szlovák határnál:

- a vízi turizmus háttérfeltételeinek javítása
- borturizmus fejlesztése
- az iskolai és tanfolyami képzések összehangolása
- együttműködés a szakmai szervezetek, a gazdasági kamarák között
- testvértelepülési kapcsolatok kibővítése
- a turizmusmarketing rendszerek összehangolása
- a kerékpáros turizmus és a falusi turizmus összehangolása
- területi márkák kialakítása



BUDAPESTI
KERESKEDELMI
ÉS IPARKAMARA

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!