

A MAGYAR TURIZMUS ÉS VENDÉGLÁTÁS MEGÚJÍTÁSÁNAK STRATÉGIAI KONCEPCIÓJA

*Javaslatok egy versenyképesebb, kiszámíthatóbb és fenntarthatóbb ágazati modell
kialakítására*

Bevezetés – rendszerszintű változásra van szükség

A magyar turizmus és vendéglátás jövőjéről nem lehet kizárólag szállodákban, vendégházakban, éttermekben vagy turisztikai marketingkampányokban gondolkodni. Az ágazat ennél lényegesen összetettebb gazdasági és társadalmi rendszer.

Része a néhány asztalos családi vendéglő és a több száz főt foglalkoztató szálloda; a büfé, a cukrászda, a kávézó, a cateringvállalkozás, a közétkeztetés, a rendezvénygasztronómia, a falusi vendéglátás, a magánszálláshely, a panzió és a nemzetközi szállodalánc. Része a borászat, a helyi termelő, a beszállító, az idegenvezető, az utazásszervező, a turisztikai szolgáltató, a taxis, az oktatás, a kulturális és természeti attrakció, valamint maga a település és a desztináció is.

E szereplők működése egymásra épül. Egy jó étterem önmagában nem teremt működő desztinációt, ahogyan egy új szálloda vagy turisztikai attrakció sem képes önmagában megoldani egy térség problémáit. A vendég a teljes környezetet érzékeli, miközben a vállalkozások eredményességét az adórendszer, a munkaerőpiac, az energiaárak, az infrastruktúra, az oktatás, a szabályozás és a helyi gazdaság állapota egyaránt meghatározza. Ezért egy új turizmus- és vendéglátás-politika legfontosabb feladata nem egyes szereplők támogatása, hanem annak a gazdasági és szabályozási környezetnek a megteremtése, amelyben a teljes rendszer egészségesen és versenyképesen képes működni.

Meggyőződésünk szerint az állam feladata nem éttermek, szállodák, szakmai szervezetek, desztinációk vagy gazdasági „győztesek” kiválasztása. Az állam feladata tisztességes, kiszámítható, átlátható és versenysemleges keretek kialakítása. Olyan környezeté, amelyben a jó vállalkozásnak lehetősége van fejlődni, a munkavállalónak érdemes legálisan dolgozni, a fiatalnak érdemes szakmát tanulni, a vendég megfelelő ár-érték arányú szolgáltatást kap, a vidéki térség saját adottságaira építhet, az állam pedig fenntartható módon jut bevételhez.

Ehhez azonban rendszerszintű változás szükséges és ez hiányzott az elmúlt években. A következő időszak turizmus- és vendéglátás-politikájának ezért nem elsősorban újabb programokat, támogatásokat vagy kiemelt szereplőket kell keresnie, hanem azt kell megvizsgálnia, milyen feltételek között tud az egész ágazat jobban működni.

A valódi szakmai párbeszédnek azonban csak akkor van értelme, ha annak tárgya is van. Ezért állítottuk össze az alábbi **21 pontos stratégiai javaslatcsomagot**, amely nem egyetlen szakma, vállalkozástípus, térség vagy érdekcsoport problémáiból indul ki, hanem a magyar turizmus és vendéglátás egészének működését vizsgálja.

A javasolt reform 21 fő területe

A pontok egymással összefüggő rendszerként kezelik az adózást, a foglalkoztatást, az adminisztrációt, az oktatást, a fejlesztéspolitikát, az energiát, a desztinációkat, az infrastruktúrát, a természeti és kulturális értékeket, a mezőgazdaság és a hazai élelmiszer-termelés kapcsolódását, a belföldi keresletet, a nemzetközi versenyképességet és a szakmai képviselőket kérdését.

A célunk az, hogy a 21 javaslat -mint az iparágunk hangja- eljusson a döntéshozókig. A további cél az, hogy ezekről végre érdemi, adatokra, hatásvizsgálatokra és a szakma valós tapasztalataira épülő párbeszéd kezdődjön az iparág érdekében.

A stratégiai koncepció 21 fő területe:

1. Új ágazati szemlélet és valódi szakmai képviselő
2. A vendéglátás gazdasági önállóságának elismerése és képviselőjének megerősítése
3. Egységes és egyszerűbb ételáfa
4. A turizmusfejlesztési hozzájárulás felülvizsgálata és kivezetése – a fejlesztés forrása maradjon elsősorban annál, aki megtermeli
5. Az NTAK és a teljes ágazati adatszolgáltatás felülvizsgálata – az adat szolgálja a gazdaságot, ne a gazdaság az adatgyűjtést
6. A munkát terhelő adók csökkentése és egy új vendéglátóipari foglalkoztatási modell kialakítása
7. A szervizdíj kivezetése, a borraivaló és a teljesítményösztönzés modernizálása
8. A szakoktatás és a felnőttképzés újragondolása
9. Támogatások helyett kiszámítható gazdasági ösztönzők
10. Energiaárak, energiahatékonyság és versenyképesség
11. Egyszerűbb szabályozás – kevesebb adminisztráció, több józan ész, erős ellenőrzés
12. Vidéki desztinációk megerősítése – attrakciók helyett működő térségek
13. A TDM-rendszer újragondolása
14. Belföldi turizmus, fizetőképes kereslet és mindenki számára elérhető desztinációk
15. A turizmus nem létezhet megfelelő infrastruktúra nélkül
16. Vízgazdálkodás, természeti értékek és klímaalkalmazkodás
17. Örökségvédelem, hagyomány és egyedi turisztikai értékek
18. Turizmus és helyi lakosság – az élhető desztináció elve
19. Minőség, ár-érték arány és nemzetközi versenyképesség
20. Turisztikai kommunikáció és belföldi értékeink bemutatása – mutassuk meg, milyen gazdag ország Magyarország
21. Átlátható támogatási és fejlesztési politika, bizalom és új szakmai együttműködés

A KONCEPCIÓ STRATÉGIAI ARCHITEKTÚRÁJA

A 21 javaslat öt, egymásra épülő pillérbe rendezhető. A logika egyszerű: először a képviselő és a döntéshozatal kereteit kell rendbe tenni; erre épülhet a vállalkozások versenyképes működési környezete; ezt követi a desztinációk fejlesztése; majd a kereslet, az elérhetőség és a hosszú távú fenntarthatóság; végül mindezt átlátható, számonkérhető együttműködésnek kell összefognia.

I. KÉPVISELET ÉS ÁGAZATI SZEMLELET

1–2. Valódi szakmai képviselő; a vendéglátás önálló gazdasági súlyának elismerése.

II. VERSENYPÉPES MŰKÖDÉSI KÖRNYEZET

3–11. Adózás, TFH, NTAK, foglalkoztatás, borraaló, oktatás, ösztönzők, energia és egyszerűbb szabályozás.

III. MŰKÖDŐ DESZTINÁCIÓK

12–13. Vidéki térségek és a desztinációmenedzsment újragondolása.

IV. ELÉRHEŐ ÉS FENNTARTHATÓ TURIZMUS

14–20. Belföldi kereslet, infrastruktúra, természeti és kulturális értékek, helyi lakosság, ár-érték arány és kommunikáció.

V. BIZALOM ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉS

21. Átlátható fejlesztéspolitika és állandó, reprezentatív szakmai egyeztetés.

I. PILLÉR

KÉPVISELET ÉS ÁGAZATI SZEMLÉLET

1. Új ágazati szemlélet és valódi szakmai képviselet

A turizmus nem azonos a szállodaiparral, ahogyan a vendéglátás sem azonos néhány nagy étteremmel vagy ismert szakmai szereplővel.

A magyar turizmus és vendéglátás egyik visszatérő problémája, hogy az ágazati döntéshozatal során sokszor ugyanazok a szervezetek és szereplők kerülnek tárgyalóasztalhoz, miközben a gazdaság jelentős részét adó mikro-, kis- és középvállalkozások, valamint a vidéki szereplők mindennapi tapasztalatai jóval nehezebben jutnak el a döntéshozókhoz.

Az elmúlt időszak egyik fontos tanulsága éppen az, hogy néhány szereplő tapasztalatából és néhány aggregált mutatóból nem feltétlenül rajzolható meg egy több tízezer vállalkozásból álló, rendkívül sokszínű ágazat valós állapota. Lehetséges, hogy országos szinten kedvező számokat látunk, miközben egyes vállalkozástípusok vagy térségek egészen más gazdasági folyamatokat élnek meg. A döntéshozatal minőségét ezért nem a szakmai párbeszéd szűkítésével, hanem annak szélesítésével lehet javítani. Olyan állandó konzultációs rendszerre van szükség, amelyben a nagyvállalatok mellett a mikro-, kis- és középvállalkozások, vidéki vendéglátók, cukrászok, cateringvállalkozások, közétkeztetők, szállásadók, falusi turisztikai szolgáltatók, helyi desztinációs szervezetek, munkavállalók, oktatási szereplők és beszállítók tapasztalatai is megjelennek.

Ez nem a nagy szereplők vagy a jelenlegi szakmai szervezetek háttérbe szorítását jelenti. A cél nem egyik képviselet lecserélése egy másikra, hanem a képviselet kiszélesítése. A részvétel alapja ne politikai közelség, személyes kapcsolat vagy gazdasági méret legyen, hanem szakmai legitimáció, átlátható kiválasztás és tényleges ágazati reprezentáció. A szakpolitika akkor kaphat valós képet az ágazatról, ha a sikeres nagyvállalat tapasztalata ugyanúgy eljut hozzá, mint a vidéki családi étteremé, a falusi szállásadóé vagy a közétkeztetőé.

JAVASLAT

a valódi szakmai párbeszéd intézményes feltételeinek megteremtése, amelyben a kritikus, akár a kormányzati vagy ágazati állásponttal ellentétes szakmai vélemények is következmények nélkül megfogalmazhatók és érdemben megvitathatók.

Ennek érdekében javasoljuk egy állandó Turizmus- és Vendéglátásügyi Érdekegyeztető Fórum létrehozását, átlátható részvételi és rotációs szabályokkal, amely biztosítja az ágazat különböző méretű, típusú és földrajzi helyzetű szereplőinek valódi képviseletét.

A fórum feladata ne a már megszületett döntések formális, vagy utólagos véleményezése legyen, hanem a szakmai szereplők bevonása már a döntés-előkészítés szakaszában. A szakmai kritika ne a lojalitás hiányának jele legyen, hanem a jobb döntések megszületésének egyik eszköze.

2. A vendéglátás gazdasági önállóságának elismerése és képviselésének megerősítése

A vendéglátást hosszú ideje elsősorban a turizmus egyik kiszolgáló területként kezeljük. Ez a megközelítés szakmailag és gazdaságilag is félrevezető. A vendéglátás ugyanis nemcsak a turizmus egyik meghatározó pillére, hanem önálló gazdasági, foglalkoztatási és társadalmi jelentőséggel rendelkező ágazat.

Egy vidéki étterem vendégeinek jelentős része lehet helyi lakos. Egy cukrászda, kávézó, munkahelyi étterem, cateringvállalkozás vagy közétkeztető működése pedig akár minimális kapcsolatban is állhat a klasszikus turizmussal. Ezek a vállalkozások akkor is munkahelyeket és gazdasági értéket teremtenek, ha vendégeik között egyetlen turista sincs.

A vendéglátás emellett rendkívül élőmunka-igényes. Munkahelyeket tart fenn, helyi termékeket és szolgáltatásokat vásárol, beszállítói hálózatokat működtet, adót fizet, közösségi tereket teremt, és közvetlenül befolyásolja egy település életminőségét. Ahol pedig turizmus működik, ott a vendéglátás minősége a teljes desztináció megítélésére, a vendégélményre, a költségre és a visszatérési hajlandóságra is hatással van.

Erős turizmus ezért hosszú távon nem létezhet erős vendéglátás nélkül. Ugyanakkor a vendéglátás jelentős része turizmus nélkül is önálló gazdasági funkciót tölt be.

Éppen ezért indokolt felülvizsgálni, hogy a vendéglátás gazdasági, foglalkoztatási és társadalmi súlyának megfelelő képviselést kap-e a jelenlegi intézmény- és döntéshozatali rendszerben. A cél nem a turizmus és a vendéglátás mesterséges szétválasztása vagy szembeállítása, hanem az egyensúly helyreállítása.

Szorgalmazzuk ezért a vendéglátás önálló, közvetlen és intézményesített szakmai képviselésének megteremtését. Ennek formája lehet önálló szakmai testület, külön érdekegyeztetési struktúra vagy a kormányzati döntés-előkészítésben megjelenő vendéglátásügyi képviselő. A konkrét intézményi forma szakmai egyeztetés tárgya lehet.

Az alapelv azonban világos: a vendéglátásról ne kizárólag a turizmus részeként gondolkodjunk, hanem önálló gazdasági ágazatként is adjuk meg számára azt a súlyt és képviselést, amelyet foglalkoztatási, gazdasági, kulturális és társadalmi jelentősége indokol.

II. PILLÉR

VERSENYKÉPES MŰKÖDÉSI KÖRNYEZET

3. Egységes és egyszerűbb ételáfa

Megfontolandónak tartjuk az egységes, 5 százalékos áfakulcs bevezetését az ételértékesítésre, függetlenül attól, hogy az ételt helyben fogyasztják el, elviszik vagy házhoz szállítják.

A jelenlegi rendszer egyik legnagyobb problémája éppen annak összetettsége. Egy vendéglátó vállalkozás napi működésében 5, 18 és 27 százalékos áfakulcs egyaránt megjelenhet, attól függően, hogy milyen termékről, milyen szolgáltatásról és milyen fogyasztási körülményről van szó. Így előállhat az a nehezen magyarázható helyzet, hogy ugyanaz a konyha, ugyanaz a szakács, ugyanabból az alapanyagból elkészíti ugyanazt az ételt, annak adózási kezelése mégis eltérhet attól függően, hogy a vendég leül egy asztalhoz, becsomagoltatja és magával viszi, vagy házhoz szállíttatja.

Ez olyan adminisztratív bonyolultságot teremt, amely önmagában sem a vendégnek, sem a vállalkozásnak, sem a nemzetgazdaságnak nem termel értéket. A vállalkozásoknak különböző áfakulcsokat kell megfelelően alkalmazniuk, pénztár- és vendéglátó rendszereiket ehhez kell igazítaniuk, munkatársaikat pedig meg kell tanítaniuk az egyes értékesítési helyzetek helyes kezelésére. Minél összetettebb a rendszer, annál nagyobb a tévedés, az eltérő értelmezés és az adminisztratív vita lehetősége is.

Az egyszerű adórendszer önmagában gazdasági érték. Az egységesítés csökkentené az adminisztrációt, javítaná az átláthatóságot, egyszerűbbé tenné az ellenőrzést, és mérsékelhetné az adóoptimalizálás ösztönzőit is. A kérdést természetesen költségvetési oldalról is meg kell vizsgálni. Egy valódi hatásvizsgálat azonban nem állhat meg annál, hogy az alacsonyabb kulcs statikusan mekkora közvetlen áfabevétel-kiesést okozna. Vizsgálni kell a fogyasztás, a gazdaság kifehéredése, a vállalkozások eredményessége, a bérek, a beruházások és a foglalkoztatás változását, valamint az ezekből keletkező további adó- és járulékbevételeket is.

JAVASLAT

készüljön átfogó költségvetési és nemzetgazdasági hatásvizsgálat az egységes, 5 százalékos ételáfa bevezetéséről. A cél egy egyszerű és könnyen ellenőrizhető alapelv megteremtése:

ugyanaz az étel – ugyanaz az áfa, függetlenül attól, hogy a vendég hol fogyasztja el.

Egy modern adórendszernek nem az egyre bonyolultabb kivételek kezelésére kell épülnie, hanem arra, hogy a szabályokat a vállalkozó, a munkavállaló, a vendég és az ellenőrző hatóság egyaránt könnyen megértse és alkalmazni tudja.

4. A turizmusfejlesztési hozzájárulás felülvizsgálata és kivezetése – a fejlesztés forrása maradjon elsősorban annál, aki megtermeli

A turizmusfejlesztési hozzájárulás egyik alapvető problémája, hogy nem a vállalkozás eredményét, hanem annak forgalmát terheli. Ez különösen érzékenyen érinti a vendéglátást, amely magas élőlátás-, alapanyag-, energia-, bérleti és üzemeltetési költségekkel, sok esetben alacsony nyereségnyáddal működik. A magas forgalom ugyanis nem jelent automatikusan magas nyereséget. Egy nagyobb forgalmú vendéglátóhely esetében a hozzájárulás éves szinten többmillió nagyságrendű elvonást is jelenthet. Ez már nem elhanyagolható adminisztratív vagy adótechnikai tétel, hanem olyan forrás, amelyből béremelés, munkavállalói képzés, tanulófoglalkoztatás, konyhatechnológiai vagy energetikai korszerűsítés, karbantartás és szolgáltatásfejlesztés valósulhatna meg. Különösen fontos ezért feltenni a kérdést: gazdaságilag indokolt-e előbb elvonni ezt a forrást az ágazat szereplőitől azért, hogy azt később különböző támogatási és fejlesztési konstrukciókon keresztül részben visszaosszuk?

Meggyőződésünk szerint egy egészségesen működő piac elsődleges fejlesztési forrása maga a vállalkozás által megtermelt eredmény. Minél több forrás marad a jól működő vállalkozásnál, annál nagyobb lehetősége van saját piaci igényei alapján eldönteni, hogy bérekre, képzésre, technológiára, energiahatékonyságra, minőségfejlesztésre vagy új munkahelyek létrehozására fordítja azt.

A hozzájárulás emellett bizalmi kérdést is felvet. Az elmúlt időszak turisztikai támogatási és fejlesztési gyakorlatának tapasztalatai miatt különösen fontos, hogy az ágazat szereplői pontosan lássák: a tőlük beszedett forrás milyen célra kerül felhasználásra, kik részesülnek belőle, milyen szakmai szempontok alapján születnek a döntések, és milyen mérhető gazdasági eredményt hozott a felhasználása. Nem szerencsés olyan rendszer fenntartása, amelyben minden érintett vállalkozás kötelezően hozzájárul a finanszírozáshoz, miközben a fejlesztési forrásokhoz már csak egy részük férhet hozzá. Ez különösen akkor okozhat versenytorzulást, ha ugyanazon a piacon az egyik vállalkozás saját forrásból fejleszt, míg versenytársa részben közpénzből finanszírozott beruházással kerül kedvezőbb helyzetbe.

Ez nem azt jelenti, hogy az államnak ne lenne feladata a turizmus fejlesztésében. Éppen ellenkezőleg. Közlekedés, infrastruktúra, közterületek, desztinációfejlesztés, kulturális és természeti örökség, országmarketing és más közösségi feladatok finanszírozása indokolt lehet. Ezek azonban közpolitikai feladatok, ezért finanszírozásuknak is átlátható, központi költségvetési döntésen kell alapulnia, nem pedig egyetlen ágazat külön forgalomarányos terhén.

JAVASLAT

a turizmusfejlesztési hozzájárulás kivezetése. A vállalkozásoknál maradó forrás közvetlenül erősítheti a béreket, a foglalkoztatást, a képzést, a beruházásokat és a szolgáltatások minőségét. Amennyiben az állam közérdekű turisztikai fejlesztéseket kíván finanszírozni, azok forrását a központi költségvetésből, előre meghatározott célok mentén, átlátható és utólag mérhető módon célszerű biztosítani.

A turizmus fejlesztésének nem azzal kell kezdődnie, hogy forrást vonunk el azoktól, akik nap mint nap működtetik. Elsőként olyan gazdasági környezetet kell teremteni, amelyben maguk a vállalkozások képesek beruházni, béreket emelni, szakembereket megtartani és szolgáltatásaikat fejleszteni.

5. Az NTAK és a teljes ágazati adatszolgáltatás felülvizsgálata – az adat szolgálja a gazdaságot, ne a gazdaság az adatgyűjtést

A digitalizáció célja az adminisztráció csökkentése kell, hogy legyen. Ha azonban ugyanazokat vagy egymáshoz nagyon hasonló adatokat pénztárgép, számlázórendszer, vendéglátó szoftver, könyvelés és külön állami rendszer is kezeli, jogos a kérdés: minden egyes bekért adatra valóban szükség van?

A vendéglátó vállalkozások saját rendszereikből ma is pontosan látják a működésükhöz szükséges legfontosabb információkat: forgalmukat, bevételi szerkezetüket, a legjobban fogyó termékeket, az erősebb és gyengébb időszakokat, az átlagos fogyasztást és a munkaerőigényt. Eközben az állam az online pénztárgépekből, számlázási és adózási rendszerekből szintén jelentős mennyiségű adattal rendelkezik. Ezért az NTAK vendéglátói adatszolgáltatásánál nem az a kérdés, hogy lehet-e még több adatot gyűjteni, hanem az, hogy a kötelező részletes adatgyűjtésből származó társadalmi és gazdasági haszon arányban áll-e a vállalkozásokra és az államra háruló költséggel és adminisztrációval. Minden adat esetében világosan meg kell tudni válaszolni: miért kérjük, ki és milyen konkrét döntéshez használja, illetve rendelkezésre áll-e már ugyanaz vagy azonos célra alkalmas információ más állami rendszerben?

JAVASLAT

az NTAK vendéglátói adatszolgáltatási kötelezettségének megszüntetése, valamint a teljes rendszer független szakmai és gazdasági felülvizsgálata. Azok a vállalkozások, amelyeknél az adatkapcsolat már kiépült, és annak fenntartása nem jelent érdemi terhet, önkéntes alapon továbbra is szolgáltatthassanak adatot, amennyiben ezt hasznosnak tartják. Az önkéntesen szolgáltatott adatok felhasználásának célja és módja legyen világos és átlátható.

Ezzel párhuzamosan általános állami alapelvvé kell tenni az „egyszer megadott adat” elvét: amit az állam valamely hiteles rendszerén keresztül már ismer, azt lehetőség szerint ne kérje be újra a vállalkozástól.

A cél nem az adat megszüntetése, hanem a felesleges kötelezettség megszüntetése. A jó digitalizáció nem újabb feladatot ad a vállalkozásnak, hanem levesz egyet a válláról.

6. A munkát terhelő adók csökkentése és egy új vendéglátóipari foglalkoztatási modell kialakítása

A vendéglátás egyik legnagyobb költsége az ember. Ez azonban nem probléma, hanem az ágazat természetéből következik. A vendéget ember fogadja, ember főz neki, ember szolgálja ki, ember takarít, ember szervezi a rendezvényt. A technológiai fejlődés számos folyamatot hatékonyabbá tehet, de a vendéglátás lényegéből fakadó emberi jelenlétet nem képes teljes egészében kiváltani.

Éppen ezért a munkát terhelő közterhek különösen erősen érintik az ágazatot. Versenyképességének megítélésekor pedig nem elegendő kizárólag az egy munkavállalóra jutó termelékenységet vizsgálni. Figyelembe kell venni azt is, hogy a vendéglátás jelentős foglalkoztató, helyi gazdaságokat és beszállítói láncokat tart működésben, hozzájárul a települések élhetőségéhez és turisztikai vonzerejéhez, miközben kulturális és közösségi értéket is teremt.

Olyan foglalkoztatási környezetre van szükség, amelyben a vállalkozónak megéri magasabb legális bért fizetni, a munkavállalónak pedig megéri legálisan dolgozni. A munkát terhelő közterhek célzott mérséklése segítheti a bérek emelkedését, a munkaerő megtartását, a szakma vonzerejének növelését és a feketefoglalkoztatás visszaszorítását.

Ezzel együtt jogos elvárás a munkajogi szabályok következetes betartása: a bérek teljes bejelentése, a munkaidő szabályos nyilvántartása, a túlmunka elszámolása és a munkavállalói jogok tényleges érvényesülése. Az államnak egyszerre kell támogatnia a tisztességes munkáltatót és védenie a tisztességes munkavállalót.

JAVASLAT

Javasoljuk egy, kifejezetten a vendéglátás magas élők munkai igényéhez igazodó, kedvezményes és egyszerűsített foglalkoztatási modell kidolgozását. Ennek célja nem az ágazat kivételezett helyzetének megteremtése, hanem annak elérése, hogy olcsóbb legyen a legális foglalkoztatás, ne pedig az emberi munka.

Ennek keretében indokolt megvizsgálni a munkáltatói közterhek célzott mérséklését vagy egy olyan kedvezményes rendszer kialakítását, amelynek előnye a teljesen bejelentett foglalkoztatáshoz és a munkajogi szabályok betartásához kötődik. Így az állam nem egyszerűen adókedvezményt biztosítana, hanem gazdaságilag is érdekeltté tenné a vállalkozásokat a foglalkoztatás kifehérítésében.

Ez a munkavállalónak is kiszámíthatóbb életpályát jelentene. A teljes egészében bejelentett jövedelem nemcsak a jelenlegi keresetről szól, hanem a társadalombiztosításról, a táppénzről, a hitelképességről, a családi biztonságról és a későbbi nyugdíjról is.

A rendszer költségvetési hatásának vizsgálatakor ezért nem csupán a közterhek mérsékléséből származó közvetlen bevételekiesést kell számításba venni, hanem a foglalkoztatás kifehéredését, a magasabb bejelentett béreket, a növekvő fogyasztást, a stabilabb vállalkozásokat és az ezekből származó közvetett államháztartási bevételeket is.

A cél egy olyan foglalkoztatási modell kialakítása, amelyben jobban megéri legálisan foglalkoztatni és legálisan dolgozni, miközben a vendéglátás hosszú távon kiszámíthatóbb és vonzóbb életpályát kínálhat az ágazatban dolgozóknak.

7. A szervizdíj kivezetése, a borraivaló és a teljesítményösztönzés modernizálása

A vendéglátásban a jövedelmi és ösztönzési rendszer átláthatósága nemcsak munkavállalói, hanem vendégélményi kérdés is. Ezért indokoltnak tartjuk a jelenlegi szervizdíjrendszer felülvizsgálatát és fokozatos kivezetését.

A szervizdíj ugyanis alapvetően más logikát követ, mint a borraivaló. A borraivaló a vendég önkéntes döntése: annak kifejezése, hogy mennyire elégedett a kapott szolgáltatással. A szervizdíj ezzel szemben kötelezően megfizetendő tétel, így a vendég nem mérlegelheti, hogy a kiszolgálás színvonala alapján kíván-e ilyen módon többletet fizetni. Ez különösen akkor kelthet rossz benyomást, amikor a szervizdíj megfizetése mellett a vendégtől további borraivalót is kérnek vagy a fizetési folyamat során erre külön ösztönzik.

Meggyőződésünk szerint a szolgáltatás valós költségének elsősorban az árakban kell megjelennie, a borraivalónak pedig meg kell őriznie eredeti funkcióját: a vendég önkéntes, szabadon mérlegelhető visszajelzését és elismerését.

A készpénzhasználat visszaszorulásával ugyanakkor a borraivaló rendszerét hozzá kell igazítani a digitális gazdasághoz. Olyan egyszerű és átlátható megoldásra van szükség, amelyben a bankkártyával adott borraivaló minimális adminisztráció mellett, egyértelmű szabályok szerint jut el a dolgozókhoz, miközben a vendég számára is világos, hogy az összeg valóban a munkavállalókat illeti.

JAVASLAT

a szervizdíj fokozatos kivezetése mellett egy egyszerű, átlátható és kedvező szabályozású digitális borraivalórendszer kialakítását javasoljuk. Ennek alapelve legyen, hogy a borraivaló minden esetben önkéntes, a vendég által szabadon meghatározható juttatás maradjon, és annak lehető legnagyobb része közvetlenül a szolgáltatásban részt vevő munkavállalókhoz kerüljön.

Ezzel párhuzamosan lehetőséget kell teremteni olyan kulturált teljesítményösztönző rendszerek alkalmazására is, amelyekben a vendégelégedettség, a visszatérő vendégek aránya, a higiéniai teljesítmény, az értékesítési eredmények vagy más objektív mutatók is szerepet kaphatnak.

A cél nem a munkavállalók egymással való versenyeztetése, hanem annak elismerése, hogy a magasabb szakmai teljesítménynek és a jobb vendégélménynek a dolgozó jövedelmében is meg kell tudnia jelenni.

A vendégnek pontosan tudnia kell, miért és mennyit fizet. A munkavállalónak pedig pontosan tudnia kell, hogy a teljesítményéért járó elismerés hogyan és milyen arányban jut el hozzá.

8. A szakoktatás és a felnőttképzés újragondolása

Nem lehet erős vendéglátást megfelelő szakemberek nélkül. A szakács-, cukrász-, pincér- és más vendéglátó szakmák oktatásának középpontjába ezért ismét a valódi szakmai tudást, a gyakorlatot és az emberi készségeket kell helyezni.

A jelenlegi duális képzési rendszer logikája sok tekintetben az ipari termelés és az összeszerelő üzemek működéséhez igazodik. A vendéglátás azonban alapvetően más természetű terület. Itt nem ugyanazt a műveletet kell újra és újra azonos módon végrehajtani. A vendéglátás kreatív, emberközpontú szakma, amelyben folyamatosan alkalmazkodni kell a vendéghez, a helyzethez, az alapanyaghoz és sok esetben a váratlan körülményekhez is.

Egy pincérnek nemcsak a felszolgálás technikáját kell megtanulnia, hanem kommunikálni, ajánlani, problémát megoldani, értelmezni a vendég igényeit és önálló döntéseket hozni. A szakács- és cukrászképzésben pedig mindenekelőtt az alapanyag-ismeretet és a technológiai tudást kell megerősíteni. Aki érti az alapanyagot és a technológiát, az később képes lesz recepteket értelmezni, változtatni, fejleszteni és alkotni is. Ezek nélkül a kreativitásnak sincs biztos szakmai alapja.

A képzésnek tehát nem egyszerűen munkafolyamatokat kell megtanítani, hanem gondolkodni, alkalmazkodni és szakmailag önállóvá válni. Ehhez a tanulónak valódi vendéggel, valódi alapanyaggal, valódi konyhával és valódi munkahelyi helyzetekkel kell találkoznia. A duális és triális képzés nemzetközi tapasztalatait érdemes felhasználni, de azokat nem egyszerűen átvenni, hanem a vendéglátás sajátosságaira kell szabni.

A képzésnek a szakma valós igényeit kell követnie. Az oktatási rendszer átalakításakor alapelveként kell rögzíteni, hogy a képzés tartalmát és a végzett szakemberek tudását a munkaerőpiac valós igényeihez kell igazítani. Végző soron ugyanis nem az oktatási rendszer, hanem a piac dönti el, hogy a megszerzett tudás használható-e.

Az elmúlt képzési átalakítások egyik fontos tanulsága, hogy problémát okoz, amikor az oktatási rendszer saját belső szempontjai – az intézményi létszámok fenntartása, a tanulók minél hosszabb ideig történő rendszerben tartása vagy a meglévő oktatási struktúra fenntartása – fontosabbá válnak annál, hogy milyen szakemberekre van ténylegesen szükség a munkahelyeken. Nem az a cél, hogy olyan tudást adjunk, amelyet az oktatási rendszer kényelmesen képes átadni, hanem olyat, amelyet a szakma valóban használni tud.

Ezért a képzések tartalmának meghatározásában a jelenleginél lényegesen nagyobb szerepet kell kapniuk a gyakorló szakembereknek és a foglalkoztató vállalkozásoknak. Folyamatosan vissza kell mérni, hogy a végzett tanulók tudása megfelel-e a munkahelyek elvárásainak, milyen kompetenciák hiányoznak, és milyen új tudásra van szükség. A piacnak nem az oktatási rendszer által kibocsátott munkaerőhöz kell alkalmazkodnia; a képzésnek kell követnie a szakma valós igényeit.

Felül kell vizsgálni azt a szemléletet is, amelyben az intézményi létszám vagy a képzési kvóta fontosabbá válhat a pályaalkalmasságnál és a motivációnál. Nem szolgálja sem a tanuló, sem az iskola, sem a vállalkozás, sem pedig a szakma érdekét, ha olyan fiatalokat tartunk egy képzésben, akik számára az adott hivatás nyilvánvalóan nem megfelelő. Ez nem a tanuló minősítése. Éppen ellenkezőleg: megfelelő pályaorientációval számára is olyan területet kell találni, amelyben képességei és érdeklődése alapján sikeres lehet. A szakmai követelmények indokolatlan csökkentése ráadásul a motivált és tehetséges tanulók fejlődését is visszafoghatja. A vendéglátásnak nem pusztán végzettséggel rendelkező emberekre, hanem használható tudással rendelkező szakemberekre van szüksége.

Felül kell vizsgálni a gyakorlati képzőhelyként működő vállalkozásokra háruló pénzügyi és adminisztratív terheket is. A rendszernek érdekeltté kell tennie a szakmailag jó vállalkozásokat a tanulók képzésében, nem pedig olyan kötelezettségeket teremtenie, amelyek miatt a tanulófoglalkoztatás aránytalan teherré vagy a munkahelyen belüli bérfeszültség forrásává válik. Az elmúlt időszak tapasztalatai arra mutatnak rá, hogy a túlzott terhek és a rosszul kialakított ösztönzők több, korábban magas színvonalú gyakorlati képzést biztosító vendéglátóhelyet arra ösztönöztek, hogy csökkentse vagy teljesen megszüntesse a tanulók foglalkoztatását. Ez a rendszer szempontjából különösen káros következmény. Éppen azok a képzőhelyek veszhetnek el, ahol a tanulók valódi szakmai környezetben, jó szakemberektől és magas szakmai követelmények mellett sajátíthatnák el a szakmát.

A tanuló munkájának természetesen legyen értéke, és kapjon érte tisztességes juttatást. A javadalmazásnak ugyanakkor tükröznie kell azt is, hogy a tanuló még képzésben vesz részt. Tudása, önállósága, termelékenység és felelőssége nem azonos egy többéves tapasztalattal rendelkező, képzett szakemberével. Nem szerencsés olyan szabályozási helyzetet teremteni, amelyben egy tanuló jövedelme megközelítheti egy jól képzett, önállóan dolgozó szakember keresetét, miközben a tanításával járó szakember-, idő-, alapanyag- és egyéb költségek jelentős részét ugyanez a vállalkozás viseli.

Ez nemcsak gazdasági kérdés, hanem szakmai üzenet is. Ha a megszerzett tudás, a tapasztalat, a felelősség és a magasabb teljesítmény nem jelenik meg megfelelően a jövedelmi különbségekben, az bérfeszültséget okozhat, és leértékelheti a szakmai fejlődés jelentőségét. A tanulói jövedelemnek ezért fokozatosan, a képzésben való előrehaladással és a ténylegesen megszerzett kompetenciákkal együtt kell növekednie. A rendszernek világosan azt kell üzennie, hogy tanulni érdemes, fejlődni érdemes, szakemberré válni pedig szakmailag és anyagilag is előrelépést jelent.

Különösen fontos szerepet kell kapnia a felnőttképzésnek is. Egyre többen váltanak pályát felnőttként, és választják tudatos döntés eredményeként a gasztronómiát vagy a vendéglátást. Ez

komoly lehetőséget jelent az ágazat számára. A felnőttképzést ezért nem másodlagos oktatási formaként, hanem a szakember-utánpótlás egyik meghatározó csatornájaként kell kezelni. A felnőttként érkező pályaváltók motivációja, korábbi munkatapasztalata és tudatos szakmaválasztása sok esetben komoly értéket jelenthet a vendéglátás számára.

JAVASLAT

javasoljuk a vendéglátó szakmák teljes képzési rendszerének átfogó felülvizsgálatát, a gyakorló szakemberek és a foglalkoztató vállalkozások érdemi bevonásával.

A képzési tartalmakat rendszeresen a munkaerőpiac valós igényeihez kell igazítani. A szakács- és cukrászképzésben az alapanyag- és technológiai ismereteket, a felszolgálásban a kommunikációt, a vendégkezelést, az értékesítési szemléletet és a problémamegoldást kell meghatározó alapként kezelni. Erősíteni kell a pályaalkalmasságot, a pályaorientációt, a valódi gyakorlati képzést és a felnőttképzés szerepét.

Ezzel együtt felül kell vizsgálni a tanulói juttatásokat és a gyakorlati képzőhelyekre háruló kötelezettségeket. Olyan finanszírozási és ösztönzési rendszerre van szükség, amely tisztességes jövedelmet biztosít a tanulónak, figyelembe veszi a képzőhely tényleges költségeit, megőrzi a tudásból, tapasztalatból, önállóságból és felelősségből fakadó természetes bérkülönbségeket, és újra érdekeltté teszi a szakmailag legerősebb vendéglátóhelyeket is a tanulók fogadásában és képzésében.

A vállalkozásnak legyen érdeke valóban tanítani, a jó szakembernek legyen presztízs oktatni, a tanulótól pedig legyen elvárható a teljesítmény, a fejlődés és a szakma iránti elkötelezettség.

A szakoktatás eredményét ne a felvett tanulók, a rendszerben eltöltött évek vagy a kiadott bizonyítványok számával mérjük. A valódi mérce az legyen, hogy hány olyan szakember kerül ki a képzésből, akire a piacnak szüksége van, aki használható tudással rendelkezik, és évekkel később is képes értéket teremteni a szakmában.

Egy képzési rendszer akkor működik jól, ha a legjobb gyakorlati helyek versenyeznek a jó tanulókért – nem pedig akkor, ha a legjobb képzőhelyek inkább kilépnek a rendszerből.

9. Támogatások helyett kiszámítható gazdasági ösztönzők

A pályázati rendszer természetéből következően mindig vannak nyertesek és kimaradók. Ez önmagában is torzíthatja a versenyt, különösen akkor, ha egyes vállalkozások fejlődését jelentős támogatások segítik, miközben ugyanazon a piacon működő versenytársaik kizárólag saját forrásból kénytelenek ugyanezt megvalósítani.

Meggyőződésünk szerint az állam feladata nem annak kiválasztása, hogy mely vállalkozások legyenek sikeresek, hanem olyan tisztességes, átlátható és kiszámítható szabályozási környezet kialakítása, amelyben a piaci verseny döntheti el, ki képes jól és fenntarthatóan működni. Az államnak a verseny feltételeit és annak tisztaságát kell biztosítani, nem pedig a verseny eredményét meghatározni.

Egy vállalkozás hosszú távú működését ezért nem célszerű arra alapozni, hogy mikor jelenik meg számára megfelelő pályázat, és sikerül-e azon forráshoz jutnia. A pályázati függőség helyett olyan gazdasági környezetre van szükség, amelyben a fejlesztés elsősorban a vállalkozás teljesítményéből, eredményéből és saját döntéseiből finanszírozható.

Ennek érdekében megfontolandó a pályázati támogatások egy részének kiszámítható, normatív adókedvezményekkel történő kiváltása. Energiahatékonysági beruházás, korszerű konyhatechnológia, digitalizáció, munkavállalói képzés vagy akadálymentesítés esetében olyan rendszer alakítható ki, amelyben az előre ismert és mindenki számára azonos feltételek teljesítése automatikusan kedvezményt eredményez.

Ez csökkentené a pályázati függőséget és a kapcsolati tőke jelentőségét, miközben nagyobb felelősséget hagyna maguknál a vállalkozásoknál.

JAVASLAT

a közvetlen vállalkozási támogatások szerepének fokozatos csökkentése, és ahol lehetséges, kiszámítható, normatív gazdasági ösztönzőkkel történő kiváltása. Az állam teremtsen megfelelő szabályokat, biztosítsa az egyenlő hozzáférést és őrizze a tisztességes versenyt – de ne maga válassza ki a piac győzteseit.

10. Energiaárak, energiahatékonyság és versenyképesség

A vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás kifejezetten energiaigényes ágazatok. Hűtés, fűtés, sütés, főzés, mosogatás, mosás, szellőztetés és klimatizálás nélkül ezek a vállalkozások nem működtethetők, ráadásul energiafelhasználásuk jelentős része a forgalom visszaesése esetén sem csökkenthető vele arányosan. Egy étterem hűtőberendezéseit vagy egy szálloda alapvető rendszereit akkor is működtetni kell, ha az adott napon kevesebb vendég érkezik.

Az energia ára ezért közvetlenül befolyásolja az ágazat versenyképességét. A magas energiaköltség előbb-utóbb megjelenik a fogyasztói árakban, vagy – ha azt a piac már nem képes elfogadni – a vállalkozás eredményességét csökkenti. Ez utóbbi esetben kevesebb forrás marad bérekre, képzésre, karbantartásra és beruházásokra. Az energiaköltség tehát nem önmagában kezelendő kérdés, hanem végiggyűrűzik a vállalkozás teljes működésén.

Ennek nemzetgazdasági hatása is van. Ha a hazai vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás költségszintje tartósan magas, az rontja Magyarország turisztikai ár-érték arányát, mérsékelheti a belföldi fogyasztást, és nemzetközi összehasonlításban is gyengítheti a desztináció versenyképességét. A vendég ugyanis nem az energiaköltséget látja, hanem az étlap, a szállás vagy a szolgáltatás végső árát.

Külön figyelmet érdemelnek a mikro- és kisvállalkozások, amelyek jellemzően gyengébb energiabeszerezési alkupozícióval, kisebb pénzügyi tartalékokkal és korlátozottabb beruházási lehetőségekkel rendelkeznek, mint a nagyvállalati szereplők. Nem lehet cél, hogy pusztán a vállalkozás mérete miatt ugyanazon a piacon tartós költséghátrány alakuljon ki.

A megoldást ugyanakkor nem feltétlenül a tartósan támogatott energiaár jelenti. Az hosszabb távon maga is torzíthatja a piacot, és jelentős költségvetési terhet teremthet. Sokkal fontosabb a kiszámítható, átlátható és versenyképes energiapiaci környezet, valamint az, hogy a vállalkozások érdekeltek és képesek legyenek saját energiafelhasználásuk tartós csökkentésére.

JAVASLAT

az energiahatékonysági beruházások – korszerű konyhatechnológia, hűtési és fűtési rendszerek, hővisszanyerés, épületenergetikai fejlesztések, megújuló energia és intelligens energiafelügyelet – számára egyszerű, normatív adókedvezmények és kiszámítható finanszírozási lehetőségek kialakítása.

Ennek nemzetgazdasági előnye túlmutat az egyes vállalkozások rezsiköltségének csökkentésén. Az energiahatékonyabb vendéglátás és szálláshely-szolgáltatás versenyképesebb árakat, stabilabb vállalkozásokat, nagyobb beruházási és bérfizetési képességet, kisebb energiaimport-igényt és hosszabb távon erősebb hazai turisztikai gazdaságot jelenthet.

Az állam feladata ezen a területen sem az egyes vállalkozások működésének finanszírozása, hanem olyan piaci és szabályozási környezet megteremtése, amelyben az energiahatékonyság gazdaságilag is jobban megéri, mint a pazarlás.

11. Egyszerűbb szabályozás – kevesebb adminisztráció, több józan ész – erős ellenőrzés

A vendéglátás szabályozásában alapelvvé kell tenni, hogy a bürokrácia önmagában nem teremt biztonságot, minőséget vagy jogkövető működést. Egy előírásnak akkor van létjogosultsága, ha világos célja van, arányban áll az általa kezelt kockázattal, és a gyakorlatban is életszerűen betartható.

Egy kisebb étterem megnyitása, egy terasz kialakítása, egy rendezvény lebonyolítása vagy egy meglévő vendéglátóhely kisebb átalakítása nem járhat indokolatlan engedélyezési körökkel, párhuzamos adatszolgáltatással és olyan dokumentációs kötelezettségekkel, amelyeknek nincs érdemi hatásuk a biztonságra vagy a szolgáltatás minőségére.

A józan ész vissza kell emelni a szabályozásba. Rendszeresen felül kell vizsgálni, hogy az egyes előírások miért léteznek, milyen kockázatot kezelnek, szükségesek-e még, illetve ugyanazt az információt vagy ellenőrzési célt nem teljesíti-e már egy másik hatóság vagy digitális rendszer. Amit az állam egyszer már hitelesen ismer, azt lehetőség szerint ne kérje be újra.

Az egyszerűsítés ugyanakkor nem jelentheti az élelmiszer-biztonsági, higiéniai, tűzvédelmi vagy fogyasztóvédelmi követelmények gyengítését. Éppen ellenkezőleg: kevesebb, de világosabb és valóban indokolt szabály mellé következetesebb ellenőrzés szükséges.

A hatósági szemléletben is erősíteni kell az arányosságot. Más megítélést igényel egy jóhiszeműen elkövetett, azonnal javítható adminisztratív hiba, és mást a fogyasztók biztonságát veszélyeztető vagy tudatosan szabálykerülő magatartás. A hatóság elsődleges feladata a jogkövető működés elősegítése és a valódi kockázatok kezelése legyen, ne önmagában a hibák és büntetési lehetőségek keresése.

JAVASLAT

a vendéglátást érintő engedélyezési, bejelentési, adatszolgáltatási és dokumentációs kötelezettségek teljes körű felülvizsgálata a szakma bevonásával. Ami szükségtelen, párhuzamos vagy életszerűtlen, azt ki kell vezetni; ami valóban a vendég, a munkavállaló vagy a közösség biztonságát szolgálja, azt világossá és következetesen betarthatóvá kell tenni.

A cél nem kevesebb biztonság és nem kevesebb ellenőrzés, hanem kevesebb felesleges adminisztráció, egyszerűbb szabályok és több józan ész.

III. PILLÉR

MŰKÖDŐ DESZTINÁCIÓK

12. Vidéki desztinációk megerősítése – attrakciók helyett működő térségek, helyi gazdaság és hazai termelés

Magyarország turizmusa nem lehet kizárólag Budapest és a Balaton története. A Tisza-tó, a Mátra, a Bükk, az Alföld, a vidéki fürdővárosok, a borvidékek, a falusi térségek és számtalan kisebb desztináció rendelkezik olyan természeti, kulturális és gasztronómiai adottságokkal, amelyekre önálló és fenntartható turisztikai gazdaság építhető.

Ehhez azonban szakítani kell azzal a szemlélettel, amely a turizmusfejlesztést elsősorban egy-egy attrakció, szálloda vagy kiemelt szolgáltató fejlesztésével azonosítja. Egy sikeres vállalkozás még nem jelent sikeres desztinációt. Ahhoz közlekedés, rendezett közterületek, megfelelő infrastruktúra, szállás, vendéglátás, kereskedelem, kulturális és aktív programok, információ, közbiztonság, egészségügyi háttér és élhető települési környezet egyaránt szükséges.

A turizmusfejlesztés alapegységének ezért nem az egyes vállalkozást, hanem a desztinációt és annak teljes helyi gazdasági ökoszisztémáját kell tekinteni. Egy fejlesztés valódi értéke nemcsak abban mérhető, hogy hány új vendégéjszakát teremt, hanem abban is, hogy mennyi helyi vállalkozásnak ad munkát, mennyi jövedelmet tart helyben, hány munkahelyet teremt, növeli-e a helyi termékek iránti keresletet, meghosszabbítja-e a szezont, és javítja-e a településen élők életminőségét.

A vidéki turizmus fejlesztésének ezért minden térségben a helyi adottságokból kell kiindulnia. Nem minden desztinációnak ugyanarra van szüksége, és nem mindenhol ugyanaz a turisztikai modell működik. Van, ahol a gasztronómia, máshol a termálvíz, a természet, a kerékpározás, a bor, a kulturális örökség, a családi turizmus vagy éppen ezek megfelelő összekapcsolása teremthet versenyelőnyt.

Ebben a rendszerben a vendéglátásnak különösen fontos szerepe van. Egy térség gasztronómiája nem pusztán kiszolgálja az oda érkező turistát, hanem önmagában is utazási motivációt teremthet, helyi termékeket kapcsolhat be a gazdaságba, és identitást adhat a desztinációnak. Ugyanakkor egy Michelin-csillag, egy kiváló étterem vagy egy új szálloda önmagában nem képes működő desztinációt teremteni, ha körülötte hiányzik az a környezet, amely miatt a vendég több időt szeretne ott tölteni.

Mezőgazdaság, hazai termelés és gasztronómia – a helyben megtermelt érték maradjon helyben

A magyar gasztronómia hosszú távú versenyképessége nem választható el a magyar mezőgazdaság és élelmiszer-termelés állapotától. A vendéglátás számára a jó minőségű, kiszámíthatóan elérhető hazai alapanyag nem pusztán beszerzési kérdés: egyszerre jelent minőséget, identitást, rövidebb ellátási láncot, helyben maradó jövedelmet és olyan történetet, amely a vendég számára is értéket teremt.

A cél ugyanakkor nem az, hogy a vendéglátóhelyeket adminisztratív eszközökkel hazai termék vásárlására kötelezzük. Sokkal inkább olyan gazdasági és logisztikai környezetet kell kialakítani, amelyben a magyar termelő és a magyar vendéglátó könnyebben talál egymásra. Ehhez megbízható mennyiségre és minőségre, átlátható termelői kapcsolatokra, regionális gyűjtő- és elosztási rendszerekre, egyszerű beszerzésre, valamint a kis- és közepes termelők piacra jutásának javítására van szükség.

A helyi termék akkor válik valódi turisztikai értéké, ha nemcsak egy vásárban vagy marketingkampányban jelenik meg, hanem bekerül az éttermek, szállodák, pékségek, cukrászdák és más szolgáltatók mindennapi kínálatába. A magyar bor, hús, zöldség, gyümölcs, tejtermék, gabona, méz, fűszer vagy feldolgozott élelmiszer így egyszerre erősítheti a mezőgazdaságot, a vidéki foglalkoztatást, a gasztronómia minőségét és a desztináció saját karakterét. A turizmus és a vendéglátás ebben az értelemben a hazai agrárium egyik fontos értékesítési és bemutatkozási felülete is lehet.

KIEMELT KAPCSOLÓDÁS

A turizmus-, vendéglátás- és agrárpolitika között jöjjön létre állandó szakmai együttműködés a hazai alapanyagok vendéglátói felhasználásának növelésére. Ennek középpontjában ne kötelező kvóták, hanem a termelő és a felhasználó közötti út rövidítése, regionális beszállítói hálózatok és logisztikai megoldások fejlesztése, a kis- és közepes termelők piacra jutásának segítése, valamint a minőség és a kiszámítható ellátás erősítése álljon.

JAVASLAT

a vidéki turizmus fejlesztését térségi, desztinációs szemléletre kell építeni, a helyi önkormányzatok, vállalkozások, vendéglátók, szállásadók, termelők, kulturális szereplők és turisztikai közösségek tényleges bevonásával. Az állam feladata elsősorban az infrastruktúra, a kiszámítható keretek és az együttműködés feltételeinek megteremtése legyen, míg a térségek saját adottságaikra építve alakíthassák ki turisztikai karakterüket.

A vendég ugyanis nem egy szállodába, étterembe vagy attrakcióhoz utazik. Egy helyre utazik – élményért. A sikeres turizmus feladata pedig az, hogy legyen miért megérkezni, legyen miért maradni, és legyen miért visszatérni.

13. A TDM-rendszer újragondolása

Nem lehet helyes az a turizmuspolitikai szemlélet, amely Magyarországnak csak bizonyos, már eleve erős vagy kiemelt térségeire koncentrál. Budapest, a Balaton és a legismertebb desztinációk fejlesztése természetesen fontos, de az ország turisztikai lehetőségei ennél lényegesen szélesebbek. A turizmus egyik legnagyobb gazdasági és társadalmi értéke éppen az lehet, hogy olyan térségekben is képes jövedelmet, munkahelyeket és vállalkozási lehetőségeket teremteni, ahol más gazdasági ágazatok erre csak korlátozottan képesek. Ezért az ország minden térségének lehetőséget kell kapnia arra, hogy saját adottságaira építve bekapcsolódhasson a turisztikai gazdaságba. Ez nem azt jelenti, hogy minden településből turisztikai desztinációt kell létrehozni, és azt sem, hogy minden térségnek azonos forrásokat kell biztosítani. Azt azonban igen, hogy egy térség ne azért maradjon ki a fejlődésből, mert kívül esik az aktuálisan kiemelt turisztikai területeken.

A helyi turizmust azok ismerik igazán, akik ott élnek, dolgoznak és vállalkoznak. Ők tudják, milyen értékekre lehet építeni, mi hiányzik a fejlődéshez, és milyen turisztikai kínálat lehet hosszú távon életképes. Ezért nem elegendő kizárólag országos ernyőszervezetekkel vagy néhány kiemelt szereplővel konzultálni. A helyi vállalkozásokat, önkormányzatokat, szakmai közösségeket és turisztikai szereplőket is érdemben be kell vonni saját térségük jövőjének alakításába.

A cél egy országosan egységes és kiszámítható szakmai keretrendszer mellett működő erős helyi autonómia. Nem központosítást kell eldönteni, hogy egy tiszai, mátrai, balatoni, alföldi, dunántúli vagy borvidéki térségnek mivé kell válnia. Magyarország turisztikai ereje éppen térségeinek különbözőségében rejlik. Az állam feladata az alapvető infrastruktúra, a megfelelő jogi és gazdasági környezet, az adatokhoz és szakmai tudáshoz való hozzáférés, valamint az együttműködés feltételeinek biztosítása. A helyi közösségek feladata pedig saját értékeik felismerése, összekapcsolása és piacra vitele.

A helyi autonómiának ugyanakkor felelősséggel kell együtt járnia. A siker mércéje ne az elköltött támogatás vagy az elkészült marketingkampány legyen, hanem a vendégforgalom, a tartózkodási idő, a helyben maradó bevétel, a szezonális csökkenése, a vállalkozások eredményessége és a helyi közösség számára teremtett érték.

JAVASLAT

olyan országos desztinációmenedzsment-rendszer kialakítása szükséges, amely nem néhány kiválasztott térség fejlesztésére koncentrál, hanem lehetőséget teremt arra, hogy minden életképes turisztikai adottságokkal rendelkező térség saját értékeire építve fejlődhessen. A központi turizmusirányítás biztosítsa ehhez a kereteket, az infrastruktúrát és a szakmai hátteret, a helyi szereplők pedig kapjanak valódi döntési lehetőséget és felelősséget.

Egy ország turizmusa nem lehet néhány sikeres desztináció története. A valódi eredmény az, ha a turizmusból származó gazdasági és társadalmi előnyök az ország minél több térségében képesek megjelenni.

IV. PILLÉR

ELÉRHETŐ ÉS FENNTARTHATÓ TURIZMUS

14. Belföldi turizmus, fizetőképes kereslet és mindenki számára elérhető desztinációk

A belföldi turizmus problémája nem oldható meg kizárólag marketinggel és címzett beruházásokkal. Ha egy család rendelkezésre álló jövedelme nem teszi lehetővé az utazást, akkor a legerősebb reklámkampány sem fog vendégéjszakát teremteni. A belföldi turizmus fejlesztését ezért össze kell kapcsolni a fizetőképes kereslet, a megfizethetőség és az ár-érték arány kérdésével.

Ugyanilyen fontos azonban, hogy a fejlesztéspolitika ne kizárólag a magasabb fizetőképesességi vendégekre építsen. Szükség van magas minőségű szállodákra, éttermekre és prémium szolgáltatásokra, de egy ország turizmusa nem válhat kizárólag prémiumtermékké. A családoknak, fiataloknak, nyugdíjasoknak és átlagos jövedelmű belföldi vendégeknek ugyanúgy helyet kell találniuk benne.

A Balaton ebből a szempontból fontos tanulság. Az elmúlt években jelentős magán- és közösségi forrásokból szállodák, vendéglátóhelyek, strandok, teraszok és különböző turisztikai létesítmények jöttek létre vagy újultak meg. Sok esetben megépítettük mindazt, amit pénzből meg lehet építeni. Eközben azonban fel kell tenni a kérdést: nem veszítettünk-e el valamit abból, ami miatt generációk számára a Balaton a nyári szabadság természetes helyszíne volt?

Ha a tópart megközelítése egyre nehezebb, a szabad vagy megfizethető hozzáférés lehetősége csökken, a parkolás, a szállás, a vendéglátás és az egyéb szolgáltatások egy átlagos család számára együttesen túl nagy kiadást jelentenek, akkor hiába emelkedik bizonyos szolgáltatások minősége: a desztináció fokozatosan elveszítheti azt a széles belföldi vendégkört, amely korábban tömeges és kiszámítható keresletet biztosított számára.

A fejlesztés nem jelentheti a korábbi vendégkör kiszorítását. A prémium vendég megszerzése mellett ugyanilyen fontos megtartani azt a családot is, amely egy hétre érkezik, strandra jár, lángost vesz, étterembe ül, fagyizik, kirándul és számos helyi vállalkozásnál költi el a pénzét. Nemcsak az számít, hogy egy vendég egyetlen tranzakció során mennyit költ, hanem az is, hogy hány vendég érkezik, mennyi ideig marad, milyen széles helyi vállalkozói körnél költ, és mekkora gazdasági forgalmat generál összességében.

Ez nemzetgazdasági kérdés is. A belföldi turizmus széles társadalmi bázisa stabil keresletet jelent a vendéglátásnak, a szálláshelyeknek, a kereskedelemnek, a kulturális szolgáltatóknak és számtalan helyi kisvállalkozásnak. Minél szűkebb társadalmi réteg számára elérhető egy desztináció, annál sérülékenyebbé válhat annak helyi gazdasága is.

Felül kell ezért vizsgálni az idegenforgalmi adó rendszerét, a SZÉP-kártya felhasználását és kapcsolódó költségeit, valamint mindazokat a szabályozási és működési tényezőket, amelyek szükségtelenül növelik a belföldi turizmus költségeit. Ugyanakkor kerülni kell a mesterséges árleszorítást is. Nem várható el az étteremtől, szálláshelytől vagy más szolgáltatótól, hogy veszteséges áron működjön.

A megfizethetőség kérdését a vendéglátás oldaláról sem lehet pusztán az alapanyagköltség és az eladási ár összevetésére leegyszerűsíteni. Egy étel árában a nyersanyag mellett megjelenik a munkabér és annak közterhe, az energia, a bérleti díj, a finanszírozás, a veszteség, az adminisztráció és számos más működési költség. Ugyanakkor a vendég számára végül csak a fizetendő összeg és az érte kapott érték látható. Ha egy egyszerű balatoni ebéd, egy lángos, egy palacsinta vagy egy limonádé ára tartósan meghaladja azt a szintet, amelyet az átlagos belföldi vendég elfogadhatónak tart, az a kereslet visszaesésén keresztül magát a vállalkozást és a desztinációt is gyengíti.

A cél ezért nem a hatósági árképzés vagy a vállalkozói árresz mesterséges korlátozása. Azt kell feltárni, mely költségelemek mérsékelhetők úgy, hogy abból a vendég és a szolgáltató egyszerre profitáljon. Ide tartozhatnak az adó- és járuléktérhek, az energia, az adminisztratív költségek, valamint egyes kiemelt turisztikai területeken a bérleti és területhasználati konstrukciók felülvizsgálata is. Különösen köz- vagy önkormányzati tulajdonú területeknél indokolt vizsgálni, hogy a bérleti díjak rendszere nem épül-e be olyan mértékben a fogyasztói árakba, amely végül a desztináció versenyképességét rontja.

A magas árak mögött sok esetben a szélsőséges szezonális is meghúzódhat. Ha egy vállalkozásnak néhány nyári hónap alatt kell kitermelnie az egész éves fix költségek és a szükséges nyereség jelentős részét, az óhatatlanul nyomást gyakorol az árakra. A turizmuspolitika egyik fontos célja ezért a szezon meghosszabbítása és az egész éves látogatottság erősítése kell, hogy legyen. A tartós megoldás nem az, hogy három hónap alatt próbáljuk olcsóbbá tenni ugyanazt a működést, hanem hogy tizenkét hónapból minél több időszakban legyen valós kereslet.

JAVASLAT

a jövő turisztikai fejlesztéseinek értékelésekor a beruházás nagysága és a várható vendégköltség mellett vizsgálni kell annak társadalmi hozzáférhetőségét, a helyi gazdaság egészére gyakorolt hatását és azt is, hogy a fejlesztés bővíti vagy éppen szűkíti a desztináció potenciális vendégkörét.

A cél nem az olcsó turizmus és nem is kizárólag a prémiumturizmus. A cél olyan turizmus, amelyben a vendég számára megfizethető, a vállalkozás számára nyereséges, a helyi közösség számára pedig hosszú távon értékteremtő ugyanaz a szolgáltatás.

A turizmus fejlettségét ezért nemcsak az mutatja meg, hogy milyen luxusszállodát tudunk felépíteni, hanem az is, hogy egy átlagos magyar családnak marad-e helye és lehetősége arra, hogy vendég legyen a saját országában.

15. A turizmus nem létezhet megfelelő infrastruktúra nélkül

Egy térség turisztikai versenyképességét nemcsak szállodáinak, éttermeinek vagy attrakcióinak minősége határozza meg. A vendég a teljes környezetet érzékeli: azt, hogyan jut el a desztinációba, milyen utakon közlekedik, hol tud parkolni, milyen a vasúti és közösségi közlekedés, rendezettek-e a közterületek, megfelelő-e a közvilágítás, a hulladékkezelés, a közbiztonság vagy szükség esetén az egészségügyi ellátás.

Ezért a turizmus fejlesztése nem lehet kizárólag egyetlen minisztérium, állami ügynökség vagy szakpolitikai terület feladata. A turizmus horizontális nemzetgazdasági kérdés, amely egyszerre kapcsolódik a közlekedéshez, a településfejlesztéshez, az egészségügyhöz, a környezetvédelemhez, a vízgazdálkodáshoz, a kultúrához, a kereskedelemhez és a helyi gazdaság működéséhez.

Éppen ezért a turisztikai fejlesztéseket minden esetben a térség egészének állapotából kiindulva kellene megtervezni. Nem biztos, hogy egy desztinációnak újabb attrakcióra, látogatóközpontra vagy kiemelt beruházásra van szüksége. Lehetséges, hogy ugyanaz a forrás nagyobb gazdasági és turisztikai eredményt hozna egy út, vasúti kapcsolat, parkoló, járda, kerékpárút, közvilágítás vagy rendezett településközpont fejlesztésével.

A fejlesztések sorrendje sem mellékes. Nem érdemes turisztikai keresletet teremteni ott, ahol az infrastruktúra még nem képes kulturáltan fogadni a megnövekedett vendégforgalmat. Ellenkező esetben maga a fejlesztés ronthatja a vendéglélményt és a helyben élők életminőségét is.

Mindez azért is fontos, mert az infrastruktúrára fordított pénz nem kizárólag a turistát szolgálja. Egy jobb út, rendezettebb közterület, megfelelő közlekedés, tisztább település vagy biztonságosabb környezet mindenekelőtt az ott élők életminőségét javítja, miközben a helyi vállalkozások versenyképességét és a turizmus lehetőségeit is erősíti. A jó turisztikai infrastruktúra tehát egyben jó lakossági infrastruktúra is.

A nemzetközi és belföldi elérhetőség szempontjából a nagyobb közlekedési kapcsolatok szerepét is stratégiai szinten kell vizsgálni. A Balaton és más vidéki desztinációk nem támaszkodhatnak kizárólag Budapest és néhány nagyváros keresletére. A nyugati és közép-európai piacok eléréséhez megfelelő közúti és vasúti kapcsolatokra, valamint ahol gazdaságilag indokolt, működő regionális légikapcsolatokra is szükség lehet. Sármellék és más regionális közlekedési csomópontok jövőjét ezért nem önmagukban, hanem a térségi turisztikai gazdaság részeként indokolt értékelni.

JAVASLAT

a jelentősebb turisztikai fejlesztések előtt készüljön komplex térségi szükséglet- és infrastruktúravizsgálat, amely alapján meghatározható, hogy az adott desztináció fejlődését valójában mi akadályozza. Ehhez horizontális kormányzati együttműködés szükséges, hogy a turisztikai, közlekedési, településfejlesztési, egészségügyi, kulturális és környezeti döntések egymást erősítsék.

Nem mindig új attrakciót kell építeni. Néha egy jobb út, egy működő vasúti kapcsolat, egy rendezett település vagy egy elérhető egészségügyi szolgáltatás többet tesz egy térség turizmusáért, mint egy újabb turisztikai beruházás.

16. Vízgazdálkodás, természeti értékek és klímaalkalmazkodás

A víz Magyarország egyik legfontosabb természeti és turisztikai erőforrása. A Balaton, a Tisza-tó, folyóink, termál- és gyógyvizeink, fürdőink és természetes vízpartjaink nemcsak turisztikai attrakciók, hanem munkahelyeket, vállalkozásokat és teljes térségi gazdaságokat fenntartó nemzetgazdasági értékek.

Éppen ezért a vízgazdálkodást nem lehet a turizmustól független szakpolitikai kérdésként kezelni. Egy tó vízszintjének tartós változása, a vízminőség romlása, az aszály, a szélsőséges időjárás vagy egy termálvízbázis állapota közvetlenül befolyásolhatja egy egész desztináció jövőjét, az ott működő szálláshelyek, vendéglátóhelyek és más vállalkozások forgalmát, valamint az ingatlanok és korábbi beruházások értékét is.

A klímaváltozás következményei miatt ennek jelentősége várhatóan tovább növekszik. Ezért a vízügyi, mezőgazdasági, környezetvédelmi, településfejlesztési és turisztikai döntéseket összehangoltan kell meghozni. Nem lehet turisztikai fejlesztéseket tervezni anélkül, hogy közben ne vizsgálnánk meg annak a természeti erőforrásnak a hosszú távú állapotát és terhelhetőségét, amelyre maga a turizmus épül.

Különösen fontos a víz megtartása, a vízminőség védelme, a természetes vízpartok fenntartható használata és a turisztikai terhelés ésszerű szabályozása. A rövid távú gazdasági érdek nem írhatja felül egy olyan természeti érték hosszú távú megőrzését, amelyből később egész térségeknek kell megélniük.

Ez nem a fejlesztések megállítását jelenti. Éppen ellenkezőleg: csak az a turisztikai beruházás tekinthető valódi fejlesztésnek, amely nem éli fel azt az erőforrást, amelyre saját jövőjét építi.

JAVASLAT

a vízhez kötődő turisztikai térségek fejlesztési stratégiájának kötelező részévé kell tenni a hosszú távú vízgazdálkodási, környezeti és klímaalkalmazkodási szempontokat. A turisztikai, vízügyi, mezőgazdasági és környezetvédelmi döntéshozatal között pedig állandó szakmai együttműködésre van szükség.

A Balaton, a Tisza-tó, folyóink és termálvizeink nem egyszerűen turisztikai termékek. Nemzeti vagyonunk részei. A turizmusnak ezért nemcsak használnia kell ezeket az értékeket, hanem gazdasági érdeke is, hogy évtizedek múlva is megőrizze őket.

17. Örökségvédelem, hagyomány és egyedi turisztikai értékek

Magyarország egyik legnagyobb turisztikai vagyona már létezik. Történelmi települések, műemlékek, kastélyok, várak, borvidékek, gasztronómiai hagyományok, népművészeti értékek, lovaskultúra és olyan sajátos vidéki életformák vesznek körül bennünket, amelyek máshol nem, vagy csak egészen más formában találhatók meg.

A nemzetközi turisztikai versenyben éppen ez az egyediség jelenthet valódi értéket. Nem feltétlenül új attrakciókat kell létrehozni, hanem sok esetben a már meglévő kulturális és természeti örökségünket kell korszerűen, hitelesen és piacképesen bemutatni.

Jó példát jelenthetnek erre a magyar lovaskultúrára, a pusztai életformára és hagyományokra épülő programok. Ezek korábban jelképei voltak Magyarországnak, és jelentős nemzetközi érdeklődést is képesek voltak megszólítani, miközben éppen olyan vidéki térségekbe irányították a vendéget és annak költségét, amelyek kevésbé részesülnek a nagy turisztikai központok

forgalmából. Ezeket nem azért kell megőrizni, mert a múlt részei, hanem azért, mert megfelelő színvonalon bemutatva ma is egyedi, értékesíthető turisztikai termékek lehetnek.

A fejlesztéspolitikának ezért nem szabad kizárólag az aktuálisan divatos turisztikai irányokra koncentrálnia, és háttérbe szorítania azokat a hagyományos termékeket, amelyek bizonyítottan képesek vendégeket vonzani. A turisztikai termék értékét ne az határozza meg, hogy mennyire modernnek tűnik, hanem az, hogy hiteles-e, van-e rá kereslet, és képes-e gazdasági értéket teremteni.

Ennek komoly térségfejlesztési jelentősége is van. Egy jól működő lovas- vagy pusztaprogram nemcsak maga értékesít belépőt: munkát adhat lovászoknak, állattartóknak, kézműveseknek, zenészeknek, vendéglátóknak, helyi termelőknek és idegenvezetőknek, miközben forgalmat teremthet a környék szálláshelyeinek és más szolgáltatóinak is. A turisztikai költség így nem egyetlen szereplőnél koncentrálódik, hanem végigterjedhet a helyi gazdaságon.

Az örökségvédelem és a turizmus tehát nem egymással ellentétes érdekek. Megfelelő kezelés mellett egymást erősítik: az örökség turisztikai értéket teremt, a turizmusból származó bevétel pedig hozzájárulhat annak fenntartásához és továbbéléséhez. Ugyanakkor a hasznosítás nem történhet a kulturális érték és a hitelesség feláldozásával.

JAVASLAT

a turizmusfejlesztésben ismét kapjanak hangsúlyos szerepet Magyarország egyedi kulturális, gasztronómiai, lovas, népi és vidéki hagyományaira épülő turisztikai termékek. Ezek fejlesztését ne nosztalgikus örökségvédelemként, hanem gazdaság- és térségfejlesztési lehetőségként is kezeljük. Nem feltétlenül azt kell megépítenünk, ami máshol már sikeres. Sokkal nagyobb érték lehet abban, amit a vendég csak Magyarországon tud hitelesen megtapasztalni.

18. Turizmus és helyi lakosság – az élhető desztináció elve

A turizmus nem fordulhat a helyben élők ellen. Egy desztináció hosszú távú sikerét nem kizárólag a vendégéjszakák, a látogatószám vagy a turisztikai költség növekedése mutatja meg, hanem az is, hogy mindeközben milyen marad az ott élők életminősége.

Budapest egyes részein a rövid távú lakáskiadás, az éjszakai vendéglátás, a növekvő látogatóforgalom és a lakossági érdekek közötti konfliktus jól mutatja, milyen problémákhoz vezethet, ha egy térség turisztikai terhelése gyorsabban növekszik, mint annak befogadóképessége. Hasonló helyzet kisebb településeken és kiemelt vidéki desztinációkban is kialakulhat.

A jó desztináció mindenekelőtt élhető lakóhely. Ha a turizmus tartósan ellehetetleníti a helyiek mindennapjait, növeli a konfliktusokat, vagy olyan mértékben alakítja át a települést, hogy abból fokozatosan kiszorulnak annak lakói és hagyományos szolgáltatásai, akkor hosszú távon éppen azt a hitelességet és helyi karaktert veszélyezteti, amely miatt a vendégek eredetileg odautaztak.

Ugyanakkor a megoldás nem lehet a turizmus vagy a vendéglátás általános korlátozása sem. A vállalkozások működése munkahelyeket, adóbevételt és helyi gazdasági teljesítményt teremt.

Ezért olyan szabályozásra van szükség, amely egyszerre védi a vállalkozás szabadságát, a vendég érdekeit és a helyben élők nyugalmaát.

Az apartmanok, rövid távú szálláshelyek, vendéglátóhelyek és szórakozónegyedek szabályozásában ezért nem feltétlenül működik mindenhol ugyanaz a megoldás. Világos országos keretekre van szükség, de azokon belül a helyi közösségeknek megfelelő mozgásteret kell biztosítani arra, hogy saját terhelhetőségükhöz és adottságaikhoz igazítsák a részletszabályokat.

JAVASLAT

a desztinációk sikerének mérésében a gazdasági mutatók mellett jelenjen meg a helyi lakosság életminősége, a turisztikai terhelés, a lakhatás, a közterületek használhatósága és a helyi szolgáltatások fennmaradása is. A szabályozás pedig elsősorban ott és olyan mértékben avatkozzon be, ahol valódi konfliktus vagy túlterhelés jelentkezik.

A turizmus akkor fenntartható, ha a vendég szeret odautazni, a vállalkozásnak megéri ott működni, és a helyben élő továbbra is szeret ott élni.

19. Minőség és ár-érték arány és nemzetközi versenyképesség

A magyar turizmus hosszú távú versenyképességének egyik legfontosabb kérdése az ár-érték arány. A vendég elfogadja a magasabb árat, ha azért megfelelő minőséget, szolgáltatást és élményt kap. A problémát tehát nem önmagában a magas ár jelenti, hanem az, ha a szolgáltatás minősége és a teljes vendégélmény nem áll arányban azzal.

Különösen fontos ezt nemzetközi összefüggésben vizsgálni. A hazai turizmus ma már nemcsak saját szereplőivel, hanem a környező országok és más könnyen elérhető külföldi desztinációk kínálatával is versenyez. Az utazás egyszerűbbé és elérhetőbbé válásával egy magyar család számára egyre kevésbé kizárólag az a kérdés, hogy az ország melyik részén tölti a szabadságát, hanem az is, hogy Magyarországot vagy valamely külföldi desztinációt választja-e?

A vendég a teljes utazás költségét és az érte kapott élményt hasonlítja össze: mennyibe kerül az utazás, a szállás, egy strandbelépő vagy program, egy családi ebéd vagy vacsora, milyen a szolgáltatások színvonala, és végül milyen összélménnyel tér haza. Ha hasonló összegből egy külföldi desztináció magasabb vagy kiszámíthatóbb minőséget kínál, akkor a magyar szolgáltatók már nem pusztán egymással, hanem ezzel az ajánlattal is versenyeznek.

Ezért a hazai turizmus versenyképességét nem lehet kizárólag a belföldi árak vagy a vendégéjszakák számának alakulásából megítélni. Folyamatosan azt is vizsgálni kell, hogy

ugyanazért a pénzért mit kap a vendég Magyarországon, és mit kap a velünk versenyző desztinációkban.

A szakpolitika feladata ugyanakkor nem az árak meghatározása vagy mesterséges leszorítása. Olyan kiszámítható adó-, energia-, foglalkoztatási és szabályozási környezetet kell teremteni, amelyben a vállalkozások versenyképes áron képesek megfelelő minőséget nyújtani. Ehhez jó képzésre, tisztességes versenyre és korrekt fogyasztóvédelemre is szükség van.

A Balaton esetében különösen indokolt rendszeresen összevetni a teljes nyaralási költséget és a szolgáltatási színvonalat a magyar vendégek számára könnyen elérhető horvát, olasz, osztrák, szlovén vagy más versenytárs desztinációkkal. Nem az a kérdés, hogy egy-egy magyar szolgáltató ára önmagában magas-e, hanem hogy azonos vagy hasonló költségvetésből milyen szállást, vendéglátást, infrastruktúrát, strandot, közlekedést és összélményt kap a vendég itthon és külföldön.

JAVASLAT

a magyar turizmus versenyképességének értékelésében kapjon nagyobb szerepet a nemzetközi ár-érték összehasonlítás. Ne csak azt mérjük, hány vendég érkezett és mennyit költött, hanem azt is, hogy egy magyar vagy külföldi vendég ugyanabból az utazási költségvetésből milyen szolgáltatási színvonalat és teljes élményt kap nálunk, illetve a velünk versenyző országokban.

A vendéget nem lehet arra kötelezni, hogy Magyarországot válassza. A hazai turizmusnak minden alkalommal újra meg kell nyernie ezt a versenyt – minőséggel, élménnyel és megfelelő ár-érték aránnyal.

20. Turisztikai kommunikáció és belföldi értékeink bemutatása – ne féljünk és mutassuk meg, milyen gazdag ország Magyarország

Magyarország számos olyan térséggel, kulturális, természeti és gasztronómiai értékkel rendelkezik, amelyet még saját lakosságának jelentős része sem ismer megfelelően. Ezért újra kell gondolni az országos és közszolgálati turisztikai kommunikáció szerepét.

Korábban a turizmusirányításban is megjelent az a szemlélet, hogy nem érdemes túl sok értéket, térséget vagy turisztikai terméket egyszerre bemutatni, mert azok nem kommunikálhatók megfelelő hatékonysággal. Ezzel a gondolkodással érdemes szakítani. A sokszínűség nem kommunikációs probléma, hanem turisztikai versenyelőny.

Ahogy a régi mondás tartja: „a vantól nem kell félni”. Magyarországnak nem kevesebbet kell mutatnia önmagából, hanem sokkal jobban kell megmutatnia azt, amije van. Nem szabad saját értékeinket azért háttérbe szorítani, mert nem férnek bele néhány előre meghatározott turisztikai kategóriába vagy kommunikációs kampányba.

A Balaton, Budapest és legismertebb fürdővárosaink mellett ott van a Tisza-tó, a Mátra, a Bükk, az Alföld, folyóink, borvidékeink, történelmi településeink, kastélyaink, váraink, lovas és pusztai hagyományaink, gasztronómiánk, helyi termékeink és számtalan kisebb térség saját története. Nem egy szegényes kínálatból kell néhány dolgot kiválasztanunk, hanem egy rendkívül gazdag ország kínálatát kell érthetően megszerezni és megmutatni.

Ehhez nem elegendők az imázsfilmek és reklámkampányok. Használható információra is szükség van. A vendégnek tudnia kell: mit lehet egy térségben csinálni, hogyan jut oda, hol szállhat meg, mit érdemes megkóstolnia, milyen családi, kulturális, aktív vagy gasztronómiai programokat talál, és mi az, amiért éppen oda érdemes utaznia.

Ebben a munkában a helyi turisztikai szervezetek, vállalkozások és önkormányzatok mellett érdemes támaszkodni a turisztikai és gasztronómiai szakújságírókra is. Azokra, akik folyamatosan járják az országot, ismerik a kevésbé látható értékeket, történeteket tudnak építeni körük, és képesek azokat közérthetően eljuttatni a közönséghez.

JAVASLAT

az országos turisztikai kommunikáció a kiemelt desztinációk reklámozása mellett kapjon erősebb országismertető és keresletélénkítő szerepet. Teremtse folyamatos láthatóságot a kisebb térségeknek és helyi értékeknek is, és segítsen abban, hogy a vendég ne csak néhány ismert úti cél közül válasszon, hanem valóban felfedezhesse Magyarországot.

Nem lesajnálni vagy leegyszerűsíteni kell a saját turisztikai kínálatunkat, hanem büszkén és hitelesen megmutatni annak gazdagságát. Magyarország egyik legnagyobb turisztikai lehetősége éppen az, hogy kis területen rendkívül sokféle élményt tud kínálni.

V. PILLÉR

BIZALOM, ÁTLÁTHATÓSÁG ÉS EGYÜTTMŰKÖDÉS

21. Átlátható támogatási és fejlesztési politika, bizalom és új szakmai együttműködés

A magyar turizmus és vendéglátás megújítása végső soron nem kizárólag adókról, támogatásokról, fejlesztésekről vagy szabályokról szól. Legalább ennyire fontos kérdés a bizalom helyreállítása az állam, a vállalkozások, a munkavállalók, a szakmai szervezetek és a vendégek között.

Ennek egyik alapfeltétele az átlátható fejlesztéspolitika. Minden közpénzből finanszírozott jelentősebb turisztikai beruházás és támogatási program esetében világosan meg kell tudni válaszolni: mi volt a cél, mennyibe került, milyen gazdasági és társadalmi eredményt vártak tőle, mi valósult meg, és végül milyen mérhető eredményt hozott.

A támogatások és fejlesztések sikerét ezért nem az elköltött vagy kiosztott pénz mennyiségével kell mérni, hanem azzal, hogy teremtettek-e új vendégforgalmat, munkahelyeket, adóbevételt, helyi gazdasági aktivitást, javították-e a térség versenyképességét, és hosszú távon fenntartható értéket hoztak-e létre.

A rendszernek vállalkozásmérettől, kapcsolati rendszertől és földrajzi helyzettől függetlenül átláthatónak és kiszámíthatónak kell lennie. Az állam feladata nem a piaci győztesek kiválasztása, hanem olyan tisztességes keretek megteremtése, amelyek között a teljesítmény, a szakmai tudás és a piaci verseny dönthet.

Ehhez azonban új együttműködési kultúrára is szükség van. Az államnak bíznia kell a tisztességes vállalkozóban, a vállalkozónak abban, hogy a szabályok kiszámíthatók, a munkavállalónak abban, hogy tudását és munkáját megbecsülik, a vendégnek pedig abban, hogy a pénzéért megfelelő értéket kap.

A szakmai szervezetek felelőssége ugyanilyen fontos: valóban a szakmát kell képviselniük, a döntéshozatalnak pedig biztosítania kell, hogy ne kizárólag néhány kiválasztott vagy rendszeresen megszólított szereplő véleménye jelenjen meg szakmai álláspontként.

A szakmai egyeztetésnek a szállodák mellett a magán- és egyéb kisebb szálláshely-szolgáltatók valós működési tapasztalatait is közvetlenül meg kell jelenítenie. Indokolt felülvizsgálni az őket érintő adózási, adminisztrációs és minősítési rendszert is, különösen abból a szempontból, hogy a szabályok arányosak, egyszerűek és az eltérő szolgáltatási modellekhez igazodók-e. A turisztikai kínálatnak a magas kategóriájú szállás mellett az egyszerű, tiszta és megfizethető szálláshelyek számára is teret kell biztosítania.

A tisztességes verseny része az utazásszervezési piac következetes ellenőrzése is. A jogszerűen működő utazási irodák nem kerülhetnek versenyhátrányba olyan szereplőkkel szemben, akik joghézagokat kihasználva, engedély, megfelelő adózás vagy az utasok számára szükséges garanciák nélkül végeznek üzletszerű szervezőtevékenységet. A szabályozás felülvizsgálatának ezért egyszerre kell szolgálnia a jogkövető vállalkozások védelmét, az adóelkerülés visszaszorítását és az utasbiztonságot.

Az átláthatóság követelményét az idegenforgalmi adóból és más turisztikai célú közterhekből származó bevételekre is ki kell terjeszteni. A befizetők és a helyi közösségek számára legyen követhető, hogy ezekből a forrásokból mennyi marad helyben, milyen turisztikai vagy települési célra fordítják, és milyen mérhető eredmény születik belőlük. A közteher elfogadottságát alapvetően meghatározza, hogy a befizető látja-e annak értelmét és eredményét.

JAVASLAT

olyan állandó, átlátható és számonkérhető szakmai egyeztetési rendszer kialakítása szükséges, amelyben a turizmus és a vendéglátás különböző méretű, típusú és földrajzi helyzetű szereplői ténylegesen részt vehetnek saját működési környezetük alakításában. Ezzel párhuzamosan minden jelentősebb állami fejlesztésnél és támogatási programnál előre meghatározott célokra, utólagos hatásvizsgálatra és nyilvánosan értékelhető eredményekre van szükség. Nem olyan rendszerre van szükség, amelyben a szakmát időnként meghallgatják, hanem olyanra, amelyben partnerként kezelik. A bizalom alapja pedig az legyen, hogy ugyanazok a világos szabályok, lehetőségek és elvárások vonatkoznak mindenkire.

A javasolt turisztikai és vendéglátási reformcsomag összefoglalása

A dokumentumban megfogalmazott javaslatok nem egymástól független problémákra adott részválaszok. Egy olyan új turisztikai és vendéglátási modell elemei, amely egyszerre kívánja javítani a vállalkozások versenyképességét, a munkavállalók helyzetét, a vendégek ár-érték arányát, a vidéki térségek fejlődési lehetőségeit és az állami működés hatékonyságát.

A cél nem újabb támogatási programok létrehozása, hanem egy jobban működő rendszer megteremtése.

Ennek legfontosabb elemei:

1. A vendéglátás súlyának és önálló gazdasági szerepének elismerése

A vendéglátást nem lehet kizárólag a turizmus kiszolgáló területeként kezelni. Jelentős foglalkoztató, helyi gazdaságokat és beszállítói láncokat működtet, közösségi és kulturális értéket teremt, miközben számos területe csak részben kapcsolódik a klasszikus turizmushoz. Indokolt ezért a vendéglátás önállóbb és erősebb szakpolitikai képviselésének megteremtése. A vendéglátás és a hazai mezőgazdaság kapcsolatának erősítése pedig egyszerre növelheti a helyben maradó jövedelmet, a vidéki gazdaság erejét és a magyar gasztronómia megkülönböztethető karakterét.

2. Egyszerűbb és egységesebb adózási környezet

Meg kell vizsgálni az étel egységes, kedvezményes áfakulcsának bevezetését, függetlenül attól, hogy helyben fogyasztják, elviszik vagy házhoz szállítják. Ezzel párhuzamosan indokolt a turizmusfejlesztési hozzájárulás kivezetési lehetőségének vizsgálata. A cél egy egyszerűbb, átláthatóbb és a vállalkozások működését kevésbé torzító adórendszer.

3. Az NTAK és a teljes adminisztráció felülvizsgálata

Az állam csak olyan adatot kérjen, amelynek bizonyítható célja és haszna van. Meg kell szüntetni a párhuzamos adatszolgáltatásokat, és függetlenül meg kell vizsgálni, hogy az NTAK vendéglátói adatszolgáltatásának jelenlegi részletessége milyen tényleges szakpolitikai eredményt biztosít. Amit az állam más rendszerből már hitelesen ismer, azt ne kérje be újra.

4. Új, könnyített és teljesen legális foglalkoztatási modell

A vendéglátás kiemelkedően élőmunka-igényes ágazat. Olyan célzott foglalkoztatási rendszer kialakítását javasoljuk, amely csökkenti a legális munkavégzés munkáltatói terheit, és cserébe a teljesen bejelentett foglalkoztatást ösztönzi. A cél, hogy jobban megérje legálisan foglalkoztatni és legálisan dolgozni, miközben a munkavállaló számára kiszámítható életpálya, valós jövedelem és társadalombiztosítási biztonság teremthető.

5. A szervizdíj kivezetése, a borraivaló rendszerének modernizálása

A kötelező szervizdíj rossz üzenetet közvetíthet a vendég felé, mert elveszi tőle annak lehetőségét, hogy maga értékelje a szolgáltatást, különösen akkor, ha ezt követően további borraivaló elvárása is megjelenik. Helyette egyszerű, átlátható és digitálisan is működő borraivalórendszerre van

szükség, amelyben a vendég döntése egyértelműen és minimális adminisztráció mellett eljut a dolgozókhoz. A jövedelmi rendszerekben pedig megfelelő keretek között nagyobb szerepet kaphat a teljesítmény.

6. A vendéglátó szakoktatás teljes újragondolása

A vendéglátás kreatív és emberközpontú szakma, ezért képzési rendszere nem épülhet kizárólag az ipari duális képzés logikájára. A szakács- és cukrászképzés alapja az alapanyag- és technológiai tudás, a felszolgálásé pedig a kommunikáció, a vendégkezelés, az értékesítés és a problémamegoldás legyen.

A képzés tartalmát a munkaerőpiac tényleges igényeihez kell igazítani, a gyakorló szakma és a foglalkoztatók érdemi részvételével. Felül kell vizsgálni a tanulófoglalkoztatás azon pénzügyi és adminisztratív terheit is, amelyek miatt jó képzőhelyek hagytak fel a tanulók fogadásával. A tanulói juttatás legyen tisztességes, de tükrözze a tudás, az önállóság és a felelősség szintjét. Emellett kiemelt szerepet kell biztosítani a felnőttképzésnek.

7. Támogatási függőség helyett kiszámítható gazdasági ösztönzők

Az állam feladata nem annak eldöntése, mely vállalkozások legyenek sikeresek. Feladata a tisztességes verseny feltételeinek biztosítása. A közvetlen pályázati támogatások egy részét ezért érdemes normatív, mindenki számára előre megismerhető adó- és beruházási kedvezményekkel kiváltani, különösen energiahatékonyság, konyhatechnológia, digitalizáció, képzés és akadálymentesítés esetében.

8. Versenyképes energiaszolgáltatások és energiahatékonyság

A vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás energiaigényes ágazat. Nem feltétlenül támogatott energiaárakra, hanem kiszámítható és versenyképes energiapiaci környezetre, valamint az energiahatékonysági beruházások erős ösztönzésére van szükség. Ennek eredménye nemcsak alacsonyabb vállalkozási költség, hanem kisebb energiaigény, nagyobb beruházási és bérfizetési képesség, valamint jobb nemzetgazdasági versenyképesség is lehet.

9. Kevesebb bürokrácia, több józan ész – erős ellenőrzéssel

A vendéglátást érintő engedélyezési, bejelentési és dokumentációs kötelezettségeket teljes körűen felül kell vizsgálni. Ami szükségtelen, párhuzamos vagy életszerűtlen, azt ki kell vezetni. Ez nem jelenthet gyengébb élelmiszer-biztonságot, higiénit, fogyasztó- vagy munkavédelmet. Kevesebb, érthetőbb és életszerűbb szabály mellett következetesebb, kockázatalapú ellenőrzésre van szükség.

10. Desztinációk fejlesztése egyedi beruházások helyett

A turizmuspolitika alapegysége ne egy szálloda, étterem vagy attrakció, hanem a működő desztináció legyen. Közlekedés, közterület, szállás, vendéglátás, program, kereskedelem, kultúra, egészségügyi biztonság és megfelelő települési környezet együtt teremti meg azt az élményt, amelyért a vendég utazik. Egy Michelin-csillag, egy új szálloda vagy egy látványos attrakció önmagában nem teremt működő turisztikai térséget.

11. Az egész ország kapjon lehetőséget a turizmusból

Magyarország turizmusa nem lehet néhány kiemelt desztináció története. Budapest és a Balaton mellett a Tisza-tó, a Mátra, a Bükk, az Alföld, a fürdővárosok, borvidékek, falusi térségek és

számtalan kisebb desztináció rendelkezik fejleszthető adottságokkal. Nem minden térségnek azonos támogatásra van szüksége, de egyetlen életképes térség sem maradhat ki pusztán azért, mert nem tartozik az aktuálisan kiemelt területek közé.

12. Erős helyi desztinációmenedzsment és valódi helyi autonómia

A helyi turizmust azok ismerik legjobban, akik ott élnek és dolgoznak. Országosan egységes szakmai keretek mellett nagyobb döntési lehetőséget és felelősséget kell biztosítani a helyi közösségeknek, vállalkozásoknak és önkormányzatoknak. Az állam teremtsen keretet, infrastruktúrát és szakmai háttérrel; a térségek pedig saját értékeikre építve határozhassák meg fejlődési irányukat.

13. A turizmus infrastruktúráját a teljes térség szintjén kell vizsgálni

Nem minden térségnek új attrakcióra van szüksége. Sok esetben egy jobb út, vasúti kapcsolat, járda, parkoló, kerékpárút, közvilágítás, rendezett településközpont, megfelelő egészségügyi háttér vagy közbiztonság többet javíthat a turizmuson. A turizmus ezért horizontális kormányzati terület: közlekedési, településfejlesztési, egészségügyi, kulturális és környezeti döntések összehangolására van szükség.

14. A víz és a természeti erőforrások stratégiai védelme

A Balaton, a Tisza-tó, folyóink, termálvizeink és természetes vízpartjaink nem egyszerű turisztikai termékek, hanem nemzeti vagyonunk részei. A turisztikai, vízügyi, mezőgazdasági és környezetvédelmi döntéseket össze kell hangolni, a klímaalkalmazkodást pedig a turisztikai stratégia részévé kell tenni. Nem tekinthető valódi fejlesztésnek az, amely hosszú távon feléli azt a természeti erőforrást, amelyre maga a turizmus épül.

15. Kulturális örökségünk és egyediségünk gazdasági értéként történő kezelése

Történelmi településeink, kastélyaink, váraink, borvidégeink, gasztronómiánk, lovaskultúránk, pusztai hagyományaink és vidéki életformáink olyan értékek, amelyek más országokban nem reprodukálhatók. Ezekre ismét piacépes turisztikai termékeket kell építeni. A hagyományos lovas- és pusztaprogramok például nem idejétmúlt termékek: megfelelő színvonalon vendéget és pénzt vihetnek olyan vidéki térségekbe, ahol ennek jelentős munkahelyteremtő és gazdaságélénkítő hatása lehet.

16. A belföldi turizmus társadalmi bázisának megőrzése

A belföldi turizmust nem lehet kizárólag marketinggel élnéskíteni. Fizetőképes keresletre és megfizethető, ugyanakkor a vállalkozás számára nyereséges szolgáltatásokra van szükség. A fejlesztéspolitika nem válhat elitistává: a prémiumszolgáltatások mellett az átlagos magyar családnak is helyet kell találnia a hazai turizmusban. A Balaton tapasztalata különösen fontos figyelmeztetés arra, hogy a fejlesztés nem járhat a korábbi, széles belföldi vendégkör kiszorításával vagy a természetes értékekhez való hozzáférés indokolatlan beszűkülésével.

17. A turizmus és a helyi lakosság érdekeinek egyensúlya

A jó desztináció először élhető lakóhely. A turizmus nem fordulhat a helyben élők ellen, de a megoldás nem lehet a vállalkozások általános korlátozása sem. Az apartmanok, rövid távú szálláshelyek, vendéglátóhelyek és szórakozónegyedek szabályozásában világos országos keretek és a helyi sajátosságokat figyelembe vevő döntési lehetőség szükséges.

18. Nemzetközileg is versenyképes ár-érték arány

A magyar turizmus nem zárt piacon működik. A hazai vendég ma már könnyen összehasonlíthatja egy balatoni, tiszai vagy más belföldi utazás teljes költségét Horvátország, Szlovénia, Ausztria, Szlovákia vagy más elérhető desztinációk ajánlatával. Ezért nemcsak azt kell vizsgálni, mennyit költ nálunk a vendég, hanem azt is, hogy ugyanazért a pénzért milyen szolgáltatást és élményt kap Magyarországon és a versenytársainknál. Az államnak nem árakat kell meghatároznia, hanem olyan környezetet teremtenie, amelyben a vállalkozások versenyképes ár-érték arányt tudnak biztosítani.

19. Országos turisztikai kommunikáció, amely megmutatja Magyarország valódi gazdagságát

A sokszínűség nem kommunikációs probléma, hanem versenyelőny. Nem kizárólag néhány kiemelt térséget kell bemutatni, hanem segíteni kell a vendéget Magyarország felfedezésében. Ehhez reklám mellett használható információra, helyi tudásra, szakújságírókra és folyamatos országismertetésre is szükség van. Nem abból kell kiindulni, hogy mit nem tudunk kommunikálni, hanem abból, milyen rendkívül gazdag kínálattal rendelkezünk.

20. Átlátható fejlesztéspolitika és mérhető eredmények

Minden jelentősebb, közpénzből finanszírozott turisztikai fejlesztés esetében előre meg kell határozni a célt és a várt gazdasági, társadalmi eredményt, majd utólag mérni kell annak teljesülését. Nem az a siker, hogy mennyi pénzt osztottunk vagy költöttünk el, hanem hogy mennyi fenntartható gazdasági és társadalmi értéket teremtettünk.

21. Állandó és reprezentatív szakmai érdekegyeztetés

A szakmát nem időnként kell meghallgatni, hanem be kell vonni saját működési környezetének kialakításába. Olyan állandó Turizmus- és Vendéglátásügyi Érdekegyeztető Fórum létrehozása indokolt, amelyben nem néhány kiválasztott szereplő, hanem a különböző méretű vállalkozások, térségek, szakmák és szakmai közösségek kiegyensúlyozottan jelennek meg.

A közös nevező

A felsorolt javaslatok mögött ugyanaz a gondolat húzódik meg:

az állam ne vállalkozásokat, szervezeteket, térségeket vagy szakmai győzteseket válasszon, hanem teremtsen olyan környezetet, amelyben a jó teljesítménynek esélye van sikeressé válni.

Ehhez kevesebb felesleges adminisztráció, kiszámíthatóbb közterhek, jobb oktatás, megfelelő infrastruktúra, tisztességes verseny, erősebb helyi döntéshozatal, átlátható közpénzfelhasználás és valódi szakmai partnerség szükséges.

A turizmust és a vendéglátást pedig nem különálló vállalkozások halmazaként, hanem egymással összefüggő gazdasági és társadalmi rendszerként kell kezelni.

A reform végső mércéje ezért nem az legyen, hány új programot indítottunk, hány milliárd forint támogatást osztottunk ki vagy hány új intézményt hoztunk létre.

Az legyen a mérce, hogy több jól működő vállalkozásunk van-e, magasabb és legálisabb béreket tudunk-e fizetni, több szakember marad-e a pályán, erősödnek-e a vidéki térségek, javul-e a vendég ár-érték élménye, és Magyarország képes-e hosszú távon is versenyképes, élhető és szerethető turisztikai desztináció maradni.

Zárógondolat

Ez az anyag nem azért született, mert azt gondoljuk, hogy a magyar turizmus és vendéglátás minden problémájára nálunk van a válasz. Azért született, mert meggyőződésünk, hogy a következő időszakban érdemes néhány alapvető kérdést újragondolni.

Mit várunk az államtól? Mit várhat az állam a vállalkozásoktól? Milyen tudásra van szüksége a piacnak? Hogyan lehet úgy fejleszteni a turizmust, hogy abból ne néhány kiválasztott szereplő vagy térség, hanem az ország egésze profitáljon? És hogyan teremthetünk olyan környezetet, amelyben a vendég, a munkavállaló, a vállalkozó és a helyben élő érdekei nem egymással szemben, hanem egymást erősítve jelennek meg? Meggyőződésünk, hogy ehhez mindenekelőtt szemléletváltásra van szükség.

Az állam feladata nem éttermeket, szállodákat, szakmai szervezeteket vagy desztinációkat sikeressé tenni, és nem is annak eldöntése, kik legyenek egy ágazat nyertesei. Az állam feladata olyan tisztességes, kiszámítható és átlátható környezet megteremtése, amelyben mindenkinek lehetősége van arra, hogy tudásával, munkájával és teljesítményével sikeressé váljon.

Ehhez pedig a szakmának is vállalnia kell a maga felelősségét. Jobb szolgáltatást, tisztességes foglalkoztatást, folyamatos fejlődést, valós teljesítményt és a vendég iránti felelősséget kell képviselnie. A partnerség ugyanis csak akkor működik, ha mindkét oldalon vannak jogai, lehetőségei és kötelezettségei is.

Magyarország adottságai kivételesek. Van kultúránk, gasztronómiánk, termálvizünk, tavaink, folyóink, borvidégeink, történelmi városaink, falvaink, természeti értékeink és olyan hagyományaink, amelyek sehol máshol nem reprodukálhatók ugyanígy. És mindenekelőtt vannak vállalkozóink és szakembereink, akik nap mint nap megtöltik ezeket az értékeket tartalommal.

A következő időszak feladata ezért nem az, hogy újra kitaláljuk Magyarországot. Hanem az, hogy végre olyan rendszert építsünk köré, amely képes felszabadítani mindazt az értéket, amely már most is benne van.

Ha ehhez kiszámítható szabályokat, tisztességes versenyt, megfelelő infrastruktúrát, használható tudást, kevesebb felesleges terhet és valódi szakmai partnerséget tudunk teremteni, akkor nem egyszerűen több turistánk vagy több vendégéjszakánk lesz.

Erősebb vállalkozásaink, jobb munkahelyeink, élhetőbb térségeink és versenyképesebb országunk lehet. Végső soron pedig ennek kell lennie minden turizmus- és vendéglátáspolitikai döntés mércéjének:

érdemes legyen Magyarországon vállalkozni, érdemes legyen itt dolgozni, érdemes legyen itt élni – és érdemes legyen ide vendégként újra és újra visszatérni.

Budapest, 2026. 08. 06.

Asztalos István
Elnök, Étrend Magyar Konyhafőnökök Egyesülete