

## A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2.0. kivonatos véleményezése

A 2017. szeptember 13-án a Kormány honlapján Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 címen, az állami turizmusirányítás cél- és eszközrendszerét 2030-ig meghatározó alapdokumentum társadalmi vitára bocsájtott változatához, a stratégia végrehajtásának sikere érdekében az alábbi észrevételeket teszem:

- 1.) Öröndetes, hogy a stratégia támaszkodik és épít a 2005 és 2013 közötti turizmusfejlesztési irányokat meghatározó Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS 1) dokumentumára, amely 4 kormányzati cikluson keresztül szolgált iránytűként a fejlesztési források felhasználása, az EU támogatások pályázati rendszerének kidolgozása és lehívása, a turisztikai intézményrendszer optimalizálása, valamint a nemzetközi és belföldi promóciós tevékenység irányainak meghatározásához. Fontos üzenet a turizmus területén tevékenykedők számára a kontinuitás, hogy érdemes a mindenkori stratégiában leírt irányokat követni, hiszen azok hosszú távon is zsinórmértékül szolgálnak, s az eddig elvégzett munka eredményei nem vesznek el, hanem építenek rájuk a következő szintlépésnél is. Javaslom, hogy a stratégiával kapcsolatos **kommunikációban a kontinuitás felvállalása kiemelt üzenet legyen**, amely biztosítja a sikeres végrehajthatóságba vetett hitet és erősíti a bizalmat. E cél vizuális szemleltetése érdekében javaslom, hogy a társadalmi vita zárását követően a dokumentum elnevezése **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2.0.** (továbbiakban NTS 2.0.) legyen. Így egyszerre utalhatunk az értékalapú folyamatosságra, valamint a verziószámszerű kiterjesztéssel képletesen is hangsúlyozhatjuk a digitális szintlépés jelentőségét és szükségszerűségét.
- 2.) Az NTS 2.0. dokumentuma leszögezi, jelen ágazati stratégia elsősorban a fejlesztéspolitika szempontjából kíván sorvezető lenni, illetve a marketing és külpiaci irányok területén külön alstratégia készül. E megállapításnak megfelelően javaslom, - az inkább marketing-szerűen megfogalmazott - „megosztani Magyarországot iránti szeretetünket” misszió helyett, a turizmusban dolgozók és a turisták (röviden: a turizmusban érintettek) **életminőségének javítása** misszió álljon központi célként. E misszió jobban kifejezi a fejlesztéspolitikai célokat, valamint a turisták és a turizmusban dolgozók „boldogítása” marketing-szempontról is követhető cél. Mivel az **életminőség-központúság** igénye jelen dokumentumban a stratégiai célok és az horizontális célok (H.1.) között amúgy is megjelenik, így a **célpiramis csúcsán való szerepeltetése** logikusabb, mint a jelenleg használt legfőbb célkitűzés, amelyet inkább a marketing alstratégiában javaslom majd bővebben kifejteni.
- 3.) A víziókról rendelkező pontban (6-7. oldal) a **turizmus szerepét felsoroló pontokat** az alábbiak szerint **javaslom** a fentiek értelmében **kiegészíteni**: (1) közösségeink és értékeink védelme, (2) a hazaszeret táplálása, illetve a az ország ön- és külső képének (imázsának) erősítése. A fentiek alapján teremthető meg a koherens összhang a célpiramis csúcsán lévő küldetés és a célrendszer többi összetevője között. Így válik az NTS 2.0. életminőség-központú, **érték és élmény-vezérelt** szakmai iránytűvé.

- 4.) Az NTS 2.0. dokumentuma a 12. oldalon az NTS 1-el való viszonyának tisztázásánál éles cezúrát von a **két stratégia szemlélete** között, jóllehet ez a gyakorlatban, illetve a dokumentumok alapos elemzése alapján nem érhető tetten. A turizmusfejlesztés desztinációs szemléletű megközelítésének éppen az NTS 1. adta az alapját, a TDM-rendszer kiépítését és kiemelt desztinációk feltételeinek kidolgozását éppen a 2005-ben íródott dokumentum kezdeményezte. Éppen ezért a **szemléletek szembeállításának szükségételen**, javaslom az ezt taglaló szövegrész elhagyását a vitaanyag véglegesítése során. A végrehajtás más kérdés: ott lehet arra hivatkozni, hogy a TDM-rendszer kiépítését **alulról jövő kezdeményezések** támogatásával elképzelő irány nem hozta meg a várt eredményeket, így az NTS 2.0. a kritikus tömeg elérése érdekében **felülről jövő kezdeményezésként** ad lökést a kiemelt desztinációk rendszerének optimalizálásához. A szemléletbeli különbségek hangsúlyozásánál javaslom, hogy e kitételekre helyeződjön inkább a hangsúly.
- 5.) A dokumentum 1.2. pontjában az **állami szerepvállalás funkcióinak** bemutatásánál a szabályzó funkció kifejtése véletlenül kimaradt, mivel az összeállítás a későbbi pontokban amúgy számol ezen eszközzel és funkcióval. Javaslom ide egy rövid kiegészítést a **szabályzó funkció** bemutatásáról.
- 6.) A 2.2. táblázat esetén (32. oldal) az Egyesült Királyságra és Ausztriára vonatkozó adatok, sorrendiségre utaló **tényszámok felcserélődtek**, elírás történt a 2012-es és 2013-as évekre vonatkozóan, javaslom a nyomdahibát javítani.
- 7.) A 2.2.3. fejezetpontban szereplő statisztikai adatok és az azok alapján készített táblázatok ellentmondásosak, keverednek a kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó összevont adatok a szállodákra vonatkozó adatokkal, így a ténymegállapítások sem következetesek, szakmailag kognitív disszonanciát okoznak. Javaslom mindvégig következetesen a kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozóan, vagy a szállástípusokra **külön-külön elvégezni az idősorok elemzését** és a következtetéseket így levonni.
- 8.) A külpiaci stratégia kapcsán az egyes piacok kategorizálást javaslom a **BCG mátrix alapján** (is) elvégezni, amely az egyes piacok potenciáját a bennük lévő növekedési dinamika és volumen alapján határozza meg (fejős tehén, sztárok, kérdőjelek, döglött kutya). Külön vizsgálati szempontként javaslom a „krízisbiztonság” vizsgálatát, melyek azok a piacok, amelyek a gazdasági válság alatt is növekedést produkáltak beutazás szempontjából? A jobb összehasonlíthatóság érdekében szerencsés lenne fajlagos indikátorok képzése is, mint például a küldőország egy lakosra eső „kibocsájtott turistáinak” száma. A nemzetközi gyakorlatban használt **GMPI** (global market performance indicator) hazai viszonyokra való szabása szintén követésre javasolt szempont a **külpiaci alstratégia** megalkotásakor.
- 9.) A 2.3. pont esetében a turisztikai termékek és a lehetőségek bemutatásánál az aktív turizmus esetében javaslom megemlíteni a 2021-es **Vadászati Világkiállítás**, valamint a vallási turizmus vonatkozásában az **Eucharisztikus Világkongresszus** (EIC 2020) által teremtett

lehetőségekből adódó turisztika kapcsolódások és feladatok számbavételét termékfejlesztés szempontjából.

- 10.) A 2.4. ponttól kezdődően a turisztikai szempontból nélkülözhetetlen infrastruktúra esetében javaslom a teljes dokumentum egészében következetesen a szakirodalomban bevett **turisztikai szuprastruktúra** fogalmának használatát, amely terminológia jobban kifejezi a fejlesztési szükségletek karakterét.
- 11.) A 2.4.9. pontban az egyéb fejlesztési területek és a kiemelt desztinációk közötti kapcsolódási és optimalizálási lehetőségek között szükségesnek érzem a **meglévő TDM szervezetk** felé egyfajta jövőképet felvázolni, a kooperációk körét és mélységét definiálni, kritériumokat felállítani.
- 12.) A 2.5. alfejezetben a közlekedés pontnál a légitársaság vonatkozásában - meglátásom szerint - szükséges az állami szerepvállalás és irányok kidolgozása azzal kapcsolatban, hogy miként tudná egy **nemzeti légitársaság** a stratégia célok elérése érdekében a mozgásteret bővíteni (prémium szegmens megnyerése, pénzben gazdag vendégkör megcélzása, Grand Budapest koncepció, stb). Fontosnak tartom annak a kérdésnek a **stratégiai megközelítésű** tisztázását, hogy a mozgástér bővítése szempontjából mennyiben szükséges egy nemzeti légitársaság újboli felállítása.
- 13.) A légitársaság vonatkozásában stratégiai szempontból szükséges a **környező országok nemzetközi repülőtereinek** (elsősorban Schwechat, Pozsony) hazai turizmusra gyakorolt hatását is vizsgálni, mind a beutaztatás, mind a kiutazás szempontjából. Mivel Bécs nemzetközi repülőtere közvetlen vonatösszeköttetésben van Nyugat-Magyarország nagyvárosaival és Budapesttel, hatása és a lehetőségek nem hagyhatók figyelmen kívül egy évtizedekre iránymutatásul szolgáló stratégiai dokumentumból, így javaslom e szempont vizsgálatával kiegészíteni a meghivatkozott fejezetet.
- 14.) A vasúti közlekedés estén az interregionális összeköttetéseknél javasolt az említett keleti-reláció mellett a nyugati reláció bevonása is. Mivel a München-Budapest viszonylatban (railjet) éves szinten többmilliós nagyságrendű az utasforgalom, így nem elhanyagolható ütemű a beutazó forgalomnak és az ezzel kapcsolatos lehetőségeknek. A **vasúti közlekedésre** mint a fenntartható közlekedési eszközre kell tekinteni, amely megatrend a következő tervezési időszakban, amely alatt a teljeskörű piaci liberalizáció megtörténik, amelyre készülni kell.
- 15.) A megatrendek között a **folyami hajózást** ugyancsak nem szabad figyelmen kívül hagynunk, Bécs, Pozsony között közlekedő gyorsforgalmi hajójárat adaptálása Budapest-Bécs vonatkozásában (Sister City Liner) számos stratégiai célt elérhetővé tenné (fenntartható közlekedés, prémium szegmens megnyerése, harmadik országok - ázsiai piacok becsatornázása, számos szinergia kihasználása, közös desztináció-marketing, etc).

- 16.)A Duna fejlesztéspolitikai, termékfejlesztési és marketing-szempon t u hasznosítása a lehetőségekhez és trendekhez képest jelen dokumentum mostani változatában szerintem még alábecsült, javasolt egy külön fejezetp ont beiktatása a **Duna-menti turizmuban lévő stratégiai célok rögzítésére**, illetve a későbbiekben a Duna márkaképző potenciáljával is számolni.
- 17.)A **közlekedési hálózatok** menetrend, jegyértékesítés és élménygenerálás szempontjából való integrálása ugyancsak stratégiai eszköz a desztinációk közötti vendégforgalom előmozdítása érdekében (Isd. élménykártyarendszerek kidolgozása, meglévők optimalizációja.)
- 18.)A 2.5.3. alpont, amely a szabályozási kérdéseket taglalja, jelentőségéhez képest nem kellően részletes. Fontos, hogy a piaci szereplők az ifa, áfa kérdésekben pontosabb jövőképpel rendelkezzenek. Javasolt a **turisztikai hozzájárulás és az idegenforgalmi adó** felhasználási területeinek, mértékének, módszerének a partnerség jegyében való részletesebb kifejtése.
- 19.)A digitális versenyben való helytálláshoz a hazai szolgáltatóknál keletkező adatok **nemzeti digitális adatbázisban** való integrálása ugyanúgy szükséges, mint a globális közvetítőkhöz juttatott adatok (foglalási oldalak, internetes platformok) visszaterelése nemzeti hatáskörbe, s ezáltal a piaci mozgástér növelése. A digitális turizmus alstratégiában szükséges lesz ezen kihívásokra mielőbb választ adni.
- 20.)Az **utazásszervezők és utazásközvetítők** az előző pontban bemutatott területen is szövetségesek és stratégiai partnerek, fontos a versenyképességük érdekében szükséges teendők és ütemterv rögzítése az NTS 2.0. dokumentumában.
- 21.)A 3.6. pontban az eszközök bemutatásánál a **GINOP 1.3.5-15** projekt (TIMEA) felsorolása és bemutatása kimaradt, jóllehet a pénzügyi táblázatban később feltüntetésre került. A projekt **említése és bemutatása** azért is szükséges, mert éppen a marketingkommunikáció területén a kiindulópontok között felsorolt hiányosságok (innovatív és dinamikus márkakommunikáció, big data kutatások, védjegyrendszerek korszerűsítése) orvoslását segíti.
- 22.)A stratégiai dokumentumok koherenciája és konzisztenciája miatt a nemzetközi gyakorlatban elfogadott módszertan a **SWOT-analízis** elkészítése. Javasolt a társadalmi egyeztetést követően részletes SWOT-elemzés elkészítése, s az NTS 2.0. dokumentumának ezzel való kiegészítése. A nemzetközi **benchmarking alapján** javasolt egy alapos konkurenciaelemzést is végezni, mind a márkastratégia, mind pedig a desztináció-fejlesztés és külpia ci mozgástér területén.
- 23.)Mivel minden stratégia annyit ér, amennyit megvalósítanak belőle, jelen dokumentum lezárásaként szükségesnek érzem egy **konkrét akció- és ütemterv kidolgozását**, amely az egyes célkitűzések mentén vezetnek el a kívánt célállapothoz. Vö NTS 1. dokumentuma.
- 24.)Az **indikátorokat** ugyancsak szükséges az egyes **stratégiai célok mentén is** kidolgozni, hogy a mérhetőség megvalósulhasson, s a beavatkozá si pontok könnyen kijelölhetőek legyenek.

25.)Végezetül a stratégia értékközpontú szemlélete jegyében a **nemzeti értéktárba** a vonatkozó törvény alapján besorolt, attrakciók, turisztikai vonzerők, **hungarikumok szerepének**, valamint turisztikai szempontú hasznosításuk lehetőségének tisztázása olyan kérdés, amellyel az iránymutatóként szolgáló NTS 2.0.-nak – meglátásom szerint - szintén foglalkozni szükséges.

Az NTS 2.0. sikeres megvalósulását szívügyemnek tekintem: szövegezés, információ- és tapasztalatcsere érdekében örömmel állok a stratégiai munkacsoport rendelkezésére. Kívánok sikeres társadalmi egyeztetést és további eredményes alkotómunkát a magyar turizmus szolgálatában!

2017. szeptember 25.

***Kovács Balázs sk.***

GD Consulting Bécs-Budapest  
az MTÜ korábbi ausztriai külképviseelője  
az NTS 1. stratégiai munkacsoport tagja  
[www.good-deal.at](http://www.good-deal.at) [www.good-deal.hu](http://www.good-deal.hu)