Könyvismertető: A vendéglátás időszerű kérdései[1]

LAKATOS ARTUR[2]

A kötetnek a vendéglátás időszerű kérdéseit taglaló tanulmányai igyekeznek lefedni egy minél szélesebb, komplexebb témakört úgy, hogy közben nem feledkeznek meg arról sem, hogy a nemzetközi trendek és szakirodalom kontextusába helyezzék el kutatásukat. Ezáltal harmonikus egész benyomását kelti a kötet, aminek ugyan kevés köze van a szövegek szűk értelemben vett minőségéhez, ugyanakkor emeli az esztétikum érzését – erre az aspektusra különben is figyelmet fordított a kiadó. Habár tanulmánykötetről van szó, a tanulmányok összefésültek, összehangoltak, ami mintegy szintézis-jelleget kölcsönöz neki. A kötet szerkesztője, Gonda Tibor, átfogó jellegű és kiválóan dokumentált bevezető tanulmányt közöl a vendéglátás, mint önálló gazdasági ág jelentőségéről napjainkban. Dán Andrea a vendéglátásban dolgozók munkaerőpiaci helyzetét elemzi. Ezt egy három tanulmányból álló tematikus egység követi. Háló Krisztián a kurrens fogyasztói viselkedést próbálja meg elhelyezni az új nemzetközi, regionális és helyi trendek keretében. Pókó Nikolett tanulmánya is némiképp ehhez a témához kapcsolódik, és a vendéglátóiparban megfigyelhető fogyasztói attitűdöt veszi górcső alá. Raffay Zoltán egyebek mellett elemzi a nemzetközi trendek hatását a magyar vendéglátásra. Csóka László és Anger Kinga a helyi termékek piacképességének szükségessége mellett érvel. Pentz Mónika a tematikus útvonalak szerepéről értekezik, és a német modellből kiindulva a magyar vidék gasztronómiai kínálatára vetíti ki az ebben rejlő lehetőségeket. Némiképp ehhez kapcsolódik Csapó János tanulmánya is, melyben a szerző a magyar sörkultúráról és a magyarországi sörturizmusról értekezik.

Gonda bevezető tanulmányában külön kiemelendő a fenntarthatóságról szóló alfejezet, valamint a vendéglátóiparban tevékenykedő szakemberek nagyra értékelhetik az éttermi turizmusról szóló alfejezetet is, ennek keretén belül is a *fine dining* jelenségére vonatkozó gondolatokat.

[1] Gonda, T. (szerk.) 2021. *A vendéglátás időszerű kérdései*. Pécs: PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet.

[2] PhD, egyetemi adjunktus, Partiumi Keresztény Egyetem, e-mail: lakatosartur@partium.ro.

Egyes gondolatok a bevezető tanulmányból akár külön kötetet is érdemelnének. Ilyen például az, amikor a kötet szerkesztője többek között arról értekezik, hogy Freyer a turizmussal kapcsolatos tevékenységeket három csoportba sorolta, a következők szerint:

1. Turizmusgazdaság, mely fedi a „tipikus turisztikai üzemek" fogalmát, konkrét turisztikai szolgáltatásokat, termékeket kínálnak. Idetartoznak az utazási irodák, a szállítócégek és a szálláshelyek.

2. Kiegészítő turizmusgazdaság: nem tipikusan turisztikai vállalatok, amelyek turisztikai termékekre specializálódnak: útikönyveket kiadó könyvkiadók, ajándéktárgyipar.

3. Turisztikai „peremgazdaság" – ez esetben nem tipikus turisztikai szolgáltatók specializálódnak nem tipikus turisztikai szolgáltatásokra.

Ezzel a kiemelt résszel mindössze arra szeretnék rámutatni, hogy a tanulmány szerzője mennyire jártas a nemzetközi szakirodalomban.

Dán Andrea a munkaerőpiac, a vendéglátóiparban tevékenykedő humán erőforrás helyzetét vizsgálja Magyarországon és az Európai Unióban. Kérdőíves kutatásának eredményeit a szerző el tudja helyezni a szakirodalom szélesebb kontextusában, ennek egyik példája Spencer jéghegy-modelljének az ábrázolása. Az igen tartalmas áttekintés következtetéseiből érdemes az alábbiakban röviden idézni: „A Covid–19-világjárvány megjelenésével a vendéglátás helyzete jelentősen romlott, ezért a fő cél most a helyreállítás. Ennek egyik legfontosabb, elengedhetetlen eleme a HR, amely területen ugyancsak válság alakult ki, sokan elhagyták a pályát a reménytelen kilátások miatt. A tanulmányban felfedtük a vendéglátásban dolgozók munkaerőpiaci helyzetét, mely alapján elmondható, hogy a vizsgált cégek főbb munkaerőpiaci problémái a szakképzett munkaerő hiánya, a munkavállalók motiváltságának és elhivatottságának hiánya, illetve a munkavállalók gyors fluktuációja. A legfontosabb értékek a szakmában a megbízhatóság, a szakképzettség, illetve a kreativitás és a problémamegoldó képesség. A jövő vendéglátásának értékelése kapcsán arra az eredményre jutottunk, hogy a közeljövőben a cégek számára a legfontosabb kihívások a fizetőképes kereslet visszaesésében, a bizonytalan gazdasági környezetben és a vírushelyzettel kapcsolatos jogszabályoknak, előírásoknak, korlátozásoknak való megfelelésben rejlik" (38–39. o.).

Csóka László és Anger Kinga közös tanulmánya azt vizsgálja, elméleti téren mi módon érvényesülhetnek a kimondottan jellegzetes, helyi termékek a turisztikai kínálatban. A tanulmánynak a szoros értelemben vett kutatási része

136 kistermelő, élelmiszeripari termékeket előállító őstermelő válaszainak elemzését tartalmazza. Ha röviden kellene összefoglalni az egyébként nagyon komplex és árnyalt eredményeket – amit a szerzők két és fél oldalban tettek meg –, a következőket mondhatnánk: igény a helyi specifikus termékekre mindenképpen létezik. Nemcsak elviekben, hanem a gyakorlatban is, mivel számos Tolna és Baranya megyei termelő ezt érzékeli. Ugyanakkor a marketingrendszer önmagában véve, enyhén fogalmazva, nem túl kialakult. A szerzők meg is fogalmazzák ennek kapcsán javaslataikat: adatbázis létrehozása, hálózatépítés, de talán az intenzív közösségi marketing lenne a legfontosabb – kérdés, hogy ezt mely szervezet vagy intézmény vállalná magára.

Különösen érdekes Pentz Mónika tematikus útvonalakról szóló, képanyaggal is gazdagon illusztrált tanulmánya, mivel véleményem szerint ez a fajta, tematikus útvonalakat magába foglaló turisztikai csomagkínálat Románia – és benne Erdély – esetében szinte nem létezik, de ugyanakkor nagy potenciált rejthetne magában. A tematikus útvonalak halmaza hatalmas: a szerző saját adatbázisában 164 tematikus útvonalat dolgozott fel, amiből e tanulmány számára 35 gasztronómiai tematikus útvonalat vizsgált meg. Az mindenesetre kiderül, hogy a szerző jól ismeri a német helyzetet is e téren. Csapó János tanulmánya kimondottan a sörturizmusra és az ebben rejlő lehetőségekre fókuszál. Különösen érdekes és hasznos lehet az ebben potenciált látó vállalkozók számára a sörút kialakításához kapcsolódó kritériumrendszer kialakítása, valamint a 176. oldalon található ábra, amely a sörhöz kapcsolódó turisztikai, gasztronómiai és ipari örökségben található vonzerők csoportosítását végzi el.

Ha három szóban kellene megnevezni a könyv stílusát, ezek a következők lennének: konstruktív, optimista és kísérletező. Sok érdekes gondolatot foglal magában az alternatív turizmusban és a tematikus útvonalakban rejlő lehetőségekről, illetve a lokális termelői tevékenységek megerősítéséről. Az egyetlen ismeretlen az, hogy az elkövetkező időszakban ezek mily módon és mekkora hatékonysággal ültethetők gyakorlatba.