

### **Asztal 1.**

#### **„Minőségmenedzsment - a legjobb mentőöv”**

**Moderátor: Holczer Ágnes – turisztikai tanácsadó, HONifo Kft.**

## ALAPVETÉSEK A DESZTINÁCIÓ MINŐSÉGMENEDZSMENTJÉHEZ

A turizmus nemzetközi piacán az utóbbi két évtizedben kiélesedett versenyben Európa szembesült azzal, hogy bár még mindig a legtöbb turistaérkezést regisztrálják a kontinensen, de ez a szelet egyre zsugorodik. A versenyben, a versenyképességben meghatározó és megkérdőjelezhetetlen szerepet játszik a minőség, nem véletlen, hogy sorra jelennek meg az integrált minőségmenedzsmentre (IQM) vonatkozó ajánlások az Európai Bizottság részéről is. Az ENSZ turisztikai szervezete is külön programmal segíti a turisztikai desztinációk minőségét meghatározó folyamatok menedzselését (Destination Management & Quality Programme – UNWTO).

Minőség az értékteremtő folyamat során jön létre, attól nem választható el, ezért az optimális helyzet elérése érdekében az értéklánc egyes elemeinek minőségbiztosítása csak szükséges, de nem elégséges feltétel. Az utóbbi tizenöt évben minőségmenedzsmentről beszélünk a turizmusban (is), azaz nem feledkezhetünk meg az alkalmazási területekről – turisztikai termékekről, szolgáltatásokról, a desztináció menedzsment rendszerét alkotó szervezetekről – sem amikor az adott desztinációba látogató turisták minőségérzetéről beszélünk.

A turizmus összetett rendszerének minőségmenedzsmentje jól meghatározható pontokon ágazati szinten, míg más helyeken operatív – üzemeltetési – szinten igényel beavatkozásokat. Pl. a helyi értéklánc elemeivel helyi TDM szervezeti és vállalkozói szinten kell foglalkozni, lévén ott végezhető el a legköltséghatékonyabban. A turista minőséggel kapcsolatos érzetét ugyanakkor több olyan tényező is befolyásolja, ami közösségi, vagy hatósági kompetencia – biztonság, higiénia, közlekedés, infrastruktúra, stb. -, ezért mindenképp szükség van az érintett szereplők folyamatos együttműködésére.

a desztináció minőségére ható tényezők:	a desztináció mint komplex turisztikai termék minőségére ható tényezők:
<ul style="list-style-type: none"><li>– a turizmus életképessége adott helyen,</li><li>– helyi lakosság elégedettsége,</li><li>– turizmus támogatottsága adott helyen,</li><li>– turizmust támogató rendszer,</li><li>– marketing, promóció,</li><li>– közbiztonság, bizalom,</li><li>– természeti és kulturális környezet minősége</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– érkezés előtt elérhető információk, tájékoztatás,</li><li>– megközelítés,</li><li>– tömegközlekedés (helyi),</li><li>– szálláshelyek,</li><li>– ételek, italok, vendéglátás,</li><li>– szórakozás,</li><li>– vízminőség (vízpartok, folyók, tavak, stb.), ivóvíz ellátás,</li><li>– szolgáltatás-érték arány</li></ul>

A felsorolt 16 tényező mind befolyásolja a turista desztinációról alkotott véleményét, minőségérzetét. Mivel egy-egy tényező folyamatait különböző szereplők menedzselik, ezért csak olyan modell működőképes, mely feltételezi azok folyamatos együttműködését és a megfelelő koordinációt. A desztináció – legyen akár város, akár térség, vagy épp az egész ország – minőségmenedzsmentje teszi lehetővé a versenyképes márka kialakítását. A versenyképesség, minőség és márka itt ér össze.

Svájcban például húsz évvel ezelőtt, a vendégforgalom jelentős csökkenése miatt, 1997-ben alakította ki a Schweizer Tourismus Verband egyetemi szakértőkkel közösen az ágazati minőségmenedzsmenti rendszert – Swiss Quality Program -, melynek azóta már a 3.0 verzióját alkalmazzák. Több terméktípusra dolgozták ki a világos szempontrendszereket, mint például a wellness, vagy a családi kínálatra építő desztinációk esetében a WELLNESS Destination, FAMILY Destination rendszert.

A desztináció szolgáltatási láncához tartozó egyes vállalkozások operatív irányításában szintén jelen van a minőségmenedzsment saját üzleti érdekeiből adódóan és többnyire valamilyen minőségbiztosítási – védjegy – rendszernek is alávetik magukat (ld. Hotelstars Union és más besorolási rendszerek: napraforgók, koronák, evezők, parkók, stb.).

A példák mutatják, hogy a desztináció minőségi szempontok alapján történő besorolása és a vállalkozás, vagy szervezeti szintű besorolás egymás mellett létező dolgok, melyek megfelelő koordináció mellett képesek erősíteni az ország brandjét.

Magyarországon léteznek turisztikai védjegyrendszerek, de még nem jutottunk el a turisztikai desztinációk – még Budapest, vagy a Balaton esetében sem – megfelelő minőségmenedzsmentjéig, így erős márkáról sem beszélhetünk. A változtatás időszerű – sőt nem tűr halasztást -, ezért a desztináció menedzsment rendszer alulról építkező elvének megfelelően a helyi és térségi szint minőségmenedzsmentjében szeretnénk minden TDM szervezetet hathatósan támogatni.

Ennek első lépcsője egy közösen kialakított és konszenzussal elfogadott minőségmenedzsment és -biztosítási rendszer, mely átfogja a helyi és térségi szervezetekben folyó munkafolyamatok teljes körét:

- a termékfejlesztést,
- információmenedzsmentet,
- marketing tevékenységet,
- szervezetfejlesztést,
- szemléletformálást és továbbképzést,
- humánmenedzsmentet,
- általános menedzsmentet (irányítás, VIR).

Az egyes tevékenységi körök áttekintésében nagyban számítunk a szervezetek aktív munkájára, mivel igen eltérő termékstruktúrával rendelkező és szervezeti formában működő TDM szervezetek működnek országszerte és fontos, hogy mindenki számára segítség legyen napi munkájában is a rendszer alkalmazása.

A tevékenységi körönkénti értékelés pontszámokkal történik majd, és a 7 területről összegyűjtött több száz pont alapján történne meg a TDM szervezet minősítése. A rendszer minden érintett általi elfogadását követően tesztelési szakasz következik, hogy kiderüljenek az esetleges ellentmondások, azaz megtörténik egy finomhangolás. A véglegesítést követően minden szervezet alkalmazhatja és saját maga döntheti el, hogy az eredményt kommunikálja-e. A rendszer alkalmazása folyamatos adatgyűjtést, elemzést és értékelést jelent a rendszergazda – MTDMSZ - számára, melynek során természetesen költségek merülnek fel.

Az eddigi leírtak még nem a desztinációt, hanem az ott működő TDM szervezetet támogatja a minősítéssel, azaz a szervezet kapja a standard, kiváló vagy prémium minősítést.

A desztináció minősítésére ezt követően kerülhet sor, ami nem kivitelezhető a közsféra és az ágazati irányítás aktív együttműködése nélkül. Ettől függetlenül az eddig ismert know-how-t szívesen közvetítjük, study tour vagy konferencia témája is lehet, hogy amennyiben valamely desztinációban adottak lesznek rá a feltételek, el lehessen kezdeni az érdemi munkát.