

Magyar TDM Szövetség

A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ
MENEDZSMENT TEVÉKENYSÉG
MINŐSÉGMENEDZSMENTJE

I. FÜZET: A TDM szervezetek tevékenységének értékelése

2017. január 17.

ELŐZMÉNYEK

A múlt század végének paradigmaváltása alapvetően változtatta meg a fogyasztói magatartást és a vásárlási szokásokat, ami a turizmusban is meghatározó változásokat eredményezett az utazási szokások terén. A korábbi üzleti modelleket felváltották a hálózatok, melynek egyik legismertebb és legsikeresebb formája a turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetek legújabb típusa. Az újszerűsége a korábbi turizmusirányítási technikákhoz képest az alulról építkezésben mutatkozott meg legmarkánsabban, azaz a legalsó szinten kialakuló erős és szerteágazó hálózatnak köszönhető és köszönheti azóta is a gyors alkalmazkodóképességét és hatékony működését a megváltozott környezetben.

A desztináció menedzselésének legjobb példái az Egyesült Királyságban és az Alpok országaiban születtek meg, melyek közös jellemzője a korábbi, többnyire nonprofit szemléletű települési és térségi marketinggel foglalkozó – általában kormányzati, vagy önkormányzati forrásból finanszírozott – szervezet feladatainak bővítése bizonyos menedzsment tevékenységekkel, ami óhatatlanul megkövetelte a for-profit szférára jellemző gondolkodást és piaci magatartást. Mára a TDM szervezeteken alapuló rendszer világszerte elterjedt, az UNWTO felismerve a rendszer vállalkozói szemléletében rejlő és a gazdasági előnyökön túl mutató társadalmi és környezeti pozitív iniciatívákat, saját kiadványaival is támogatja a turizmusirányítás e formájának elterjedését.

Magyarországon 2002-ben alakult meg az első, TDM alapelvek szerint szerveződő turisztikai egyesület, azóta már majdnem százan alkotják a hálózatot. A kiélezett versenyben – úgy idehaza mint a nemzetközi piacokon - központi kérdéssé vált nem csak az egyes szolgáltatások, hanem a fogadóterületek természeti és épített környezetének, valamint komplex kínálatának a minősége. Erős alapokkal rendelkező hálózat, kiváló minőség – mindkettő professzionális menedzselést kíván a desztinációk versenyképessége érdekében.

Jelen összefoglaló anyagunk a TDM tevékenység minőségmenedzsmentjének azon szeletével foglalkozik, mely a szervezetekben zajló minél magasabb színvonalú szakmai munkára ösztönzi a szereplőket. A teljes minőségbiztosítási rendszer felállítása a Magyar TDM Szövetség egyik legfontosabb célja, mely munka még nem fejeződött be teljesen. Tekintettel arra, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség Desztinációfejlesztések Koordinációjáért Felelős Igazgatósága 2017. január 17-én felkérte a szövetséget egy TDM szervezeteket érintő átfogó értékelésben való együttműködésre, a teljesség igénye nélkül betekintést adunk a minőségbiztosítási rendszer lényegi pontjaira és struktúrájára. A továbbiakban az Igazgatóság által vizsgált fő pontokra vonatkozó részeket mutatjuk be úgy, hogy ebben a változatban is alkalmas legyen objektív eszközökkel történő mérésre, a mostani állapot rögzítésére, a két év múlva változatlan formában történő lekérdezés megisméltésére és a kettő közötti eltérés kiértékelésére. Mindemelllett számítani lehet arra, hogy a TDM szervezetekre is ösztönzően hat a minőségbiztosítási rendszer létrejötte, hiszen folyamatos visszajelzést kapnak ezáltal a munkájuk értékéről.

A felvázolt összefüggések miatt nem kérdés, hogy Magyarország turizmusának versenyképessége szempontjából egy meghatározó láncszem beillesztésére kerülhet sor, ami eddig is csak azért várattott magára, mert a minőségbiztosítási rendszer felállításának finanszírozása nem volt megoldott.

A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ MENEDZSMENT SZERVEZETEK MINŐSÉGBIZTOSÍTÁSI RENDSZERÉNEK ALAPELVEI

A desztináció menedzsment tevékenység komplexitása megkívánja, hogy kifejezetten ezeket a tevékenységeket felelősséggel végző munkaszervezetek működjenek a turisztikai fogadóterületeken.

A munkaszervezetekben zajló folyamatok az alábbi területeket fogják át:

- stratégiai tervezés
- termék- és szolgáltatásmenedzsment, kiemelt jelentőségű a turisztikai termékfejlesztés
- projektmenedzsment
- marketingmenedzsment
- információmenedzsment
- kooperációmenedzsment, szervezetfejlesztés
- kutatás
- humánmenedzsment
- üzletvitel, pénzügyi gazdálkodás

Jelen áttekintő anyagunkban a kérésnek megfelelően a stratégiai tervezés, a szervezeti fenntarthatóság, a marketing tevékenység, a humánmenedzsment, a termék- és projektmenedzsment, az információmenedzsment, és a turisztikai kutatások folyamatainak tárgyyszerű vizsgálatára összpontosítottunk és ennek komplex értékelő rendszerével foglalkoztunk.

Minden terület vizsgálata az adott tevékenység jelentőségétől függő számú helyzet-, vagy állapotleírásra vonatkozó pontok alapján történik, mely pontszámok a vizsgálat lezárását követően összesítésre kerül. A pontszám alapján a szervezet standard, minősített, vagy kiváló minősítést kap.

A pontszámokat részben személyes és elektronikus lekérdezés, részben tesztelés során tudják megszerezni a résztvevő szervezetek.

területek	szerezhető pontszám	személyes lekérdezés	elektronikus lekérdezés	tesztelés
stratégiai tervezés	80	X	X	
fenntarthatóság	20		X	
humánerőforrás	20		X	
termék- és projektmenedzsment	45	X		X
marketingkommunikáció és értékesítés	60	X		X
információmenedzsment	25		X	X
szemléletformálás	20		X	
kutatás	20		X	
szerezhető pontszám:	290			

Az alapszint – standard – megszerzéséhez 50%-os eredményre van szükség legalább, a minősített TDM szervezetnek legalább 70%-os eredményt kell elérnie, míg a kiváló minősítéshez 90%-ost.

Térségi szintű TDM szervezetre ugyanezek az értékek vonatkoznak azzal a megkötéssel, hogy minden kategóriában el kell érniük a szereshető pontok legalább felét.

I. STRATÉGIAI TERVEZÉS FOLYAMATA

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Szervezetfejlesztési stratégia	van-nincs, időtáv, megalapozó vizsgálatok és kutatások módszertana, alkalmazott eszközrendszer, indikátorok alkalmazása	
Desztinációfejlesztési stratégia	van-nincs, időtáv,	
	min. 5 év statisztikai adatait elemzi	2
	5 évnél kevesebb idő statisztikai adatait elemzi	1
	turisták körében végzett kutatásra épít	1
	helyi lakosság körében végzett kutatásra épít	1
	turizmusban érdekeltek körében végzett kutatásra épít	1
	összefoglaló SWOT elemzés van	1
	világosan felállított problémafa van	1
	jövőkép van	1
	jövőkép irányába mutató célrendszer	1
	célrendszerhez illeszkedő eszközrendszer	1
	pénzügyi terv van	1
	költség-haszonelemzés van	1
	minden projektre vonatkozó költség-haszonelemzés van	2
	a kiemelt projektekre vonatkozó költség-haszonelemzés van	1
	indikátorok száma 1-5 között	1
	indikátorok száma 5-nél több	2
	minden kitűzött célhoz van hozzárendelt indikátor	2
	bizonyos célokhoz van csak indikátor hozzárendelve	1
	OTK releváns fejezetéhez kapcsolható	1
	releváns vidékfejlesztési/településfejlesztési stratégiához kapcsolható	2
	releváns vidékfejlesztési/településfejlesztési stratégiához csak részben kapcsolható	1
	aktuális NTS-hez kapcsolható	1
Éves marketing terv	van-nincs, helyzetelemzés módszertana, felhasznált adatok és adatforrások, saját kutatások, célok számszerűsítése, SWOT, GANTT, indikátorok alkalmazása, hatékonyságelemzés folyamata	

Vonzerőleltár	van	1
	vonzerőleltár frissítésének módszertana dokumentumban rögzített	1
	vonzerőleltár frissítésének ütemezése dokumentumban rögzített	1
	legutolsó frissítés az elmúlt 12 hónapon belül igazolhatóan megtörtént	1
	minden vonzerő mellett szerepel még: cím, elérhetőség	2
	nem minden vonzerő mellett szerepel cím és elérhetőség	1
	minden vonzerő mellett szerepel még: kontakt, GPS koordináták	2
	nem minden vonzerő mellett szerepel kontakt és GPS koordináta	1
	minden vonzerő mellett szerepel (ahol releváns) a nyitva tartási idő, belépődíjak, szolgáltatások	2
	nem minden vonzerő mellett szerepel (ahol releváns) a nyitva tartási idő, belépődíjak, szolgáltatások	1
	vonzerő típusa és kategóriája is szerepel az adatbázisban (regionális, országos, nemzetközi)	2
	a vonzerő típusa szerepel az adatbázisban	1
	a vonzerő kategóriája szerepel az adatbázisban	1
	vonzerőleltár releváns adatai elérhetők legalább két IKT eszközön keresztül	1
	vonzerőleltár elérhető az információs iroda munkaátrai számára	1
Üzleti terv	van-nincs, időtáv, célállítás és monitoring módszertana	

II. FENNTARTHATÓSÁG (ÜZLETVITEL)

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Pénzügyi fenntarthatóság biztosítása	tagdíjfizetési rendszer működése, saját bevételeket biztosító tevékenységek, tagi szolgáltatások szervezési folyamata, kiskereskedelmi tevékenység, garantált programok szervezési folyamata, az egyes bevételek és költségnevek közötti arány vizsgálata	

III. HUMÁNMENTEDZSMENET

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
TDM szervezet munkaszervezete	TDM menedzser leglább BA szintű gazdasági területen szerzett diplomával rendelkezik	3
	TDM menedzser leglább BA/Bsc szintű diplomával rendelkezik	2
	a TDM menedzser középfokú, turisztikai végzettséggel rendelkezik	1
	a TDM menedzser két éven belül legalább 1 oklevelet adó továbbképzésen részt vett	1
	a TDM menedzser évente 2 legalább tanúsítványt adó tréningen, képzésen részt vett	2
	a TDM menedzser két éven belül 2 legalább tanúsítványt adó tréningen, képzésen részt vett	1
	a TDM munkatársai évente legalább 5 szakmai konferencián részt vesz	3
	a TDM munkatársai évente 3 vagy 4 szakmai konferencián részt vesz	2
	a TDM munkatársai évente 2 szakmai konferencián részt vesz	1
	a TDM menedzser legalább 2 idegen nyelvből középfokú nyelvvizsgájával rendelkezik	3
	a TDM menedzser angol középfokú nyelvvizsgával rendelkezik	2
	a TDM menedzser legalább egy nyelv középfokú nyelvvizsgájával rendelkezik	1
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja legalább középfokú turisztikai/gazdasági végzettséggel rendelkezik	2
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja legalább középfokú végzettséggel rendelkezik	1
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja legalább két középfokú nyelvvizsgával rendelkezik	3
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja egy középfokú nyelvvizsgával rendelkezik	2
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja legalább egy idegen nyelven beszél	1
	a TDM szervezet munkaszervezetének minden nem vezető beosztású alkalmazottja 2 éven belül legalább egy tanúsítványt adó szakmai tréningen részt vett	1
	az elmúlt 3 évben a munkaszervezet minden szakmai dolgozója részt vett leglább 1 külföldi best practice tapasztalatcserén	2
	az elmúlt 3 évben a munkaszervezet vezetője részt vett legalább 1 külföldi tapasztalatcserén	1

IV. TERMÉK- ÉS PROJEKTMENEDZSMENT

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Termékmenedzsment	látogatók számára értékesíthető, saját előállítású turisztikai termékek választéka évi legalább ... db	
	látogatók számára értékesíthető közvetített turisztikai termékek választéka évi legalább ... db	
	látogatók számára nyújtott garantált programok	
	a TDM szervezetének tulajdonában lévő, bevételt generáló turisztikai termékek/szolgáltatások száma	
	a TDM szervezet üzemeltetésében működő bevételt generáló termék/szolgáltatás	
	a TDM szervezet évente szervez visszatérő jelleggel legalább ... rendezvényt	
	a TDM szervezet évente legalább ... db számára bevételt generáló rendezvényt szervez	
	a TDM szervezet éventekonferenciát/kiállítást szervez	
	a TDM szervezet évente szervez turisztikai termékfejlesztés témában ötletgeneráló workshopot a desztinációban érdekelt vállalkozások számára	
	a tervezett termék/szolgáltatásfejlesztésről rendelkezésre áll megvalósíthatósági tanulmány	
	a személyre szabott turisztikai csomagok (szálláson kívüli 2 szolgáltatás) előállítási lehetősége megvásárolható az interneten keresztül	
	térségi szintű kulturális vagy természeti örökségen alapuló tematikus úthoz történő kapcsolódási lehetőség van	
	a BMO keretében fejlesztett hálózatok közül kapcsolódó szolgáltatást kínál a szervezet	
	turisztikai kártyatípusú termékben megtalálható a fő terméktípusokból	
	szuprastruktúrához tartozó szolgáltatók csatlakozott	
a turisztikai kártyatípusú termék fizetős minden látogató számára		
a desztináció honlapján elérhető legalább két nyelven és magyarul a desztináció látnivalóit bemutató valamilyen rendszerű applikáció		

V. MARKETING TEVÉKENYSÉG

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Marketingkommunikáció	marketingstratégia rögzítése, markom mix kidolgozása, kampányterv és annak összefüggései desztináción belül és kívül, arculati kézikönyv, annak megjelenése a desztináción belüli szolgáltatóknál és önkormányzatnál, honlap, VRM rendszer, sajtókapcsolatok, adatbázisok karbantartása, hírlevelek, online ajánlatkérések kezelése és automatizálása, letölthető állományok, networking, SEO, stb.	
Piacra vitel, értékesítés	évente legalább kétszer szervez a TDM szervezet a desztináció szolgáltatóit és a célcsoportoknak megfelelő utaztatókat, rendezvény- és konferenciaszervezőket összekapcsoló eseményt	2
	évente egyszer partner partit szervez a desztináció számára fontos üzleti és szakmai partnerek számára	1
	a célcsoportoknak megfelelő piacokról folyamatosan információkat gyűjt és továbbít a tagságának	2
	a célcsoportoknak megfelelő piacokról folyamatosan információkat gyűjt és legalább negyedévente továbbítja a tagságának	1
	a TDM szervezet munkatársai által kezdeményezett üzleti találkozók száma a megelőző évben több mint 20	3
	a TDM szervezet munkatársai által kezdeményezett üzleti találkozók száma a megelőző évben 15 és 20 közötti	2
	a TDM szervezet munkatársai által kezdeményezett üzleti találkozók száma a megelőző évben 10 és 14 közötti	1
	a TDM szervezet üzleti találkozóiról kidolgozott és követhető adatbázis van	1
	bizonyíthatóan a TDM szervezet üzleti kapcsolatainak köszönhető szobaéjszakaszám több mint 200 volt a megelőző évben	2
	bizonyíthatóan a TDM szervezet üzleti kapcsolatainak köszönhető szobaéjszakaszám 150-200 között volt a megelőző évben	1
	a desztinációs honlap foglalási modulja 10-25 közötti, TDM szervezet által szerződött partner utazási oldalon szerepel	2
	a desztinációs honlap foglalási modulja legalább 10, TDM szervezet által szerződött partner utazási oldalon szerepel	1
	a desztinációs honlap lehetőséget kínál a dinamikus csomagolásra	1
	a TDM szervezet szervezésében a desztináció programcsomagjai szerepelnek 26-50 hazai és külföldi utaztató fakultatív programajánlatában	3
	a TDM szervezet szervezésében a desztináció programcsomagjai szerepelnek több mint 20 hazai utaztató fakultatív programajánlatában	2
	a TDM szervezet szervezésében a desztináció programcsomagjai szerepelnek 10 és 20 közötti hazai utaztató fakultatív programajánlatában	1

VI. INFORMÁCIÓMENEDZSMENT

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Látogatómenedzsment	tájékoztatótábla kihelyezése, tartalma, nyelvi mutációi, útvonalak kijelölésének minősége, a jelzések elhelyezkedése, info-pontok, touch info üzeletetése, QR kód alkalmazása, letöltések, applikációk, térképek tartalma és terítése,	
Információmenedzsment	legalább egy egész évben nyitva tartó információs iroda működik a desztinációban	1
	az információs iroda zárva tartása alatt a látogatók tájékoztatásáról a touch info rendszer gondoskodik	1
	az információs iroda zárva tartása alatt a látogatók tájékoztatását a mobil eszközökre tölthető megoldásokkal oldják meg	1
	az információs iroda zárva tartása alatt a látogatók tájékoztatása érdekében infovonalat működtetnek	1
	a beérkezett ajánlatkérések kezelésnek rögzített protokollja van	1
	a beérkezett foglalások kezelésnek rögzített protokollja van	1
	a TDM szoftver alkalmas automatikus válaszküldésre	1
	a TDM szoftver alkalmas automatikus visszaigazolásra	1
	reputation management modul tartozik a TDM szoftverhez	1
	minden közérdekű és turisztikai információ elérhető a desztináció adatbázisából magyarul és legalább angolul	1

VII. FENNTARTHATÓSÁG (ÜZLETVITEL)

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Szemléletformálás	szolgáltatói tréningek, munkavállalói tréningek – felkínált lehetőségek spektruma, képzési tervek külföldi és belföldi tanulmányutak szervezése	
Képzési tevékenység	kompetenciafejlesztés, érzékenyítés, célcsoportbontás, eseményszervezés képzési és érzékenyítési céllal, gyakoriság, bevételteremtés	

VIII. KUTATÁSI TEVÉKENYSÉG

VIZSGÁLT TÉMÁK	IGENNEL, VAGY NEMMEL MEGVÁLASZOLHATÓ KÉRDÉSEK	PONTSZÁM
Adatgyűjtés	saját területről havi rendszerességgel a szálláshelyektől közvetlenül gyűjt adatokat	
	saját területről havi rendszerességgel a szálláshelyekről az önkormányzattól gyűjt adatokat	
	saját terület szálláshelyi adatait havonta a KSH-ból lekérdezi (KSZH)	
	saját területről n.éves rendszerességgel közvetlenül a kulturális intézményektől gyűjt látogatói adatot	
	saját területről évente közvetlenül a kulturális intézményektől gyűjt látogatói adatot	
	saját területi kulturális intézményekről évente a KSH-tól gyűjt látogatói adatot	
	saját területről n.éves rendszerességgel közvetlenül a kiemelt attrakcióktól gyűjt látogatói adatot	
	saját területről évente közvetlenül a kiemelt attrakcióktól gyűjt látogatói adatot	
	saját területi kiemelt attrakciókról évente a KSH-ból gyűjt látogatói adatot	
	a TDM szoftver, vagy más IT rendszer CRM rendszerében tárolt adatok évente kiértékelésre kerülnek	
Saját kutatások lebonyolítása	a területen működő szolgáltatók közreműködésével legalább kétfévente történik vendég- és látogatói elégedettségvizsgálat	2
	legalább kétfévente végez a szervezet kérdőíves elégedettségvizsgálatot a turisták körében	1
	évente értékeli a TDM szervezet tagjai munkaszervezetének munkáját	1
	az elmúlt években már végeztek a lakosság körében turisztikai attitűdvizsgálatot	1
	a TDM által szervezett rendezvényeken, programokon rendszeresen végeznek látogatói/vendég-lekérdezéseket	1
Monitoring tevékenység	a TDM szervezet saját termék- és szolgáltatásfejlesztéseinél minden esetben előre meghatároz indikátorokat	1
	a TDM szervezet saját termék- és szolgáltatásfejlesztéseinél az éves monitoring a beszámoló részét képezi	1
	a TDM szervezet által készített stratégiai tervek általában félidejében felülvizsgálásra kerülnek	1
	a marketing aktivitások hatásvizsgálata legalább n.évente megtörténik	1
	saját minőségbiztosítási rendszert működtet a TDM szervezet	1