

Innovatív TDM, a turizmus jövője?

MÁHR Tivadar, Sárvár város önkormányzata

Tartalom

1. KUTATÁSI HÁTTÉR, A CÉL
2. ELMÉLETI KERETRENDSZER
3. MÓDSZER
4. EDDIGI EREDMÉNYEK
5. TOVÁBBI LÉPÉSEK

Kutatási háttér, a cél

Turizmus szerepe a gazdaságban

TÉNYEK ÉS ADATOK

A nemzetközi turistaérkezések száma
(millió fő; 2015/2014)



- Európa (609,1; +5,0%)
- Afrika (53,1; -3,3%)
- Amerika (190,7; +4,9%)
- Ázsia (277,0; +4,8%)
- Közel-Kelet (54,1; +3,1%)

Forrás: UNWTO előzetes adatok

Kutatási háttér, a cél

- 2007-2013:** turisztikai fejlesztések, TDM szervezetek alakulása), EU források
- 2007-** a turizmus éve: miniszteri rendelet a TDM szervezetekről
(paraméterek, jogi forma, önkormányzatok szerepe)
- 2014:** Innovatív EU, Horizon2020, Nemzeti innovációs stratégia



A kérdés:

Mik a paramétereit egy innovatív TDM szervezetnek, melyek a befolyásoló tényezők, és milyen együttműködések fejleszthetik a társadalmi innovációt

Elméleti keretrendszer

INNOVATIO
N

- **Basic theory– the definition of innovation** (Schumpeter, Gallouj and Weinstein, 1997, OSLO Handbook)

SERVIC
E

- **Innovation systems (triple helix, quadruple helix: civil society) → social innovation. Cooperations are important for civil societies.**

SERVIC
E

- **Service innovation → innovation can be defined in services** (ex. Sandbo and Gallouj, 1998, Inzelt 2001)

TOURIS
M

- **Tourism is an important part of services → innovation can be understood in tourism** (Sintes-Sorensen, Orfila-Santes and Mattsson, Orfila-Sintes, Cladera, Martinez) – innovation in the hotel industry)

TDM

- **TDM is an important part of tourism-organization** (Pl. Dr Lőrincz, Dr Papp 2014)

Elméleti keretrendszer



TDM

- Hungarian researches (innovation-competitiveness, Kiss, 2014)
- TDM and competitiveness researches
- Sustainability



TDM-
INNOVATION

- **Research of TDMs from innovation point of view**

Elméleti keretrendszer

„az innováció új, vagy jelentősen javított **termék** (áru vagy szolgáltatás) vagy **eljárás**, új **marketing módszer**, vagy új **szervezési-szervezeti módszer** bevezetése az üzleti gyakorlatba, munkahelyi szervezetbe, vagy a külső kapcsolatokba.”

a radikális innováció az áttörő, gyökeres változást okozó újítás.

az inkrementális innováció a folytonos, módosító újítás, a már létező termék vagy szolgáltatás jelentős javítását fejezi ki

Elméleti keretrendszer

A **turisztikai termék** innováció: például egy **alkalmazás, berendezés, rendszer, vendégek ellátását javító szolgáltatás.**

A **folyamat innováció**: eljárás, alkalmazás, folyamat, forgalmazási módszer, turisztikai termékek és szolgáltatások bevezetését segítő támogató tevékenység.

A **szervezési-szervezeti innováció**: szervezési-szervezeti módszerek megvalósítását jelenti a TDM szervezet működésében, a munka szervezésében vagy a külső kapcsolatrendszerben. Ez jelenthet újítást a **munka irányításával kapcsolatos folyamatokban és menedzsment rendszerekben, a szervezetben, ami által új döntéshozatali eljárás és szervezeti struktúra jön létre a TDM szervezet működési gyakorlatában.** Újdonság lehet a TDM szervezet külső kapcsolatrendszerében a közreműködő szervezetekkel, állami szervekkel és egyéb vállalkozásokkal.

A **marketing innováció**: marketing módszerek alkalmazását jelenti. Ez jelentheti az igények, **szükségletek hatékonyabb felmérését, új piacok megnyitását.** Jellemzően jelentős változást eredményez az árképzésben, a turisztikai termék promóciójában, a

Elméleti összegzés

- Innováció kell és nem csak azért mert stratégia van róla
- Súlyos ágazat (GDP)
- Szolgáltatások térnyerése, turizmus előretörése, biztonságos ország kérdése
- Ipari technikai fejlődés -> csökkenő munkaerő igény > kereslet az turizmusban
- Megújulás képessége az új gazdasági környezetben (sharing economy, IT, közösségi hálózatok, gyorsuló élet)
- Építkezünk alulról, érveljünk felfelé
- IT, IT és IT (IKT szektor megy előre, kéz a kézben)
- Pályázati feltételrendszer (jó, rossz?) – nem csak TDM pályázatok
- Társadalmi innováció és a TDM

Módszer

Denomination	Sample characteristics
basic units	Hungarian TDM organisations
Element number of the sample	TDM organisations from all over Hungary
Selection method	national sampling
Selection duration	15 th January –
Way of data collection	questionnaire
Type of sampling	non-representative

Kutatási modell

CHARACTERISTICS OF TDM
(organizational features)

CHARACTERISTICS OF THE DESTINATION, ENVIRONMENT

TDM innovation areas and types

Product
Radical
Incremental

Process
Radical
Incremental

SOCIAL INNOVATION H4

Organizational
Radical
Incremental

Marketing
Radical
Incremental

H3

CLUSTERS

H2

H1

Eredmények

Nagyrészt egyesületi forma

Önkormányzati tulajdon: 50-50% (jó ez vagy kevésbé jó?)

Átlagosan 20% saját vállalkozási bevétel

Önkormányzati támogatás: 40%

Felsőfokú végzettség: 70%

A főnök mindenhol felsőfokú végzettségű és legalább középfokon beszél nyelvet

Nagyrészt >7 év tapasztalat

Szinte mindenki nyert pályázaton -100M Ft

Turisztikai élményben jók

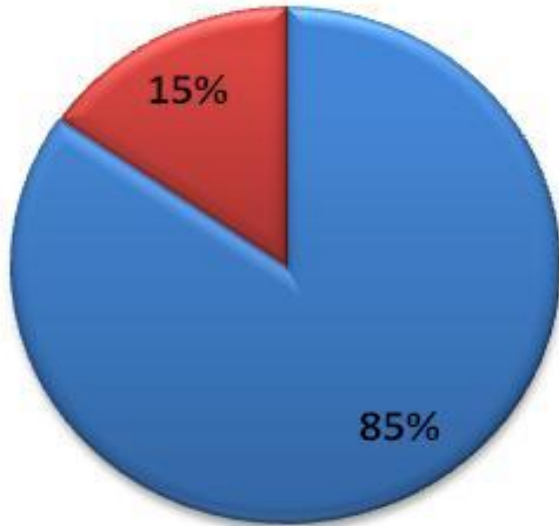
10 hónap telik el az innováció bevezetéséig

További fejlesztéseket akarnak megvalósítani (biztosan-valószínű)

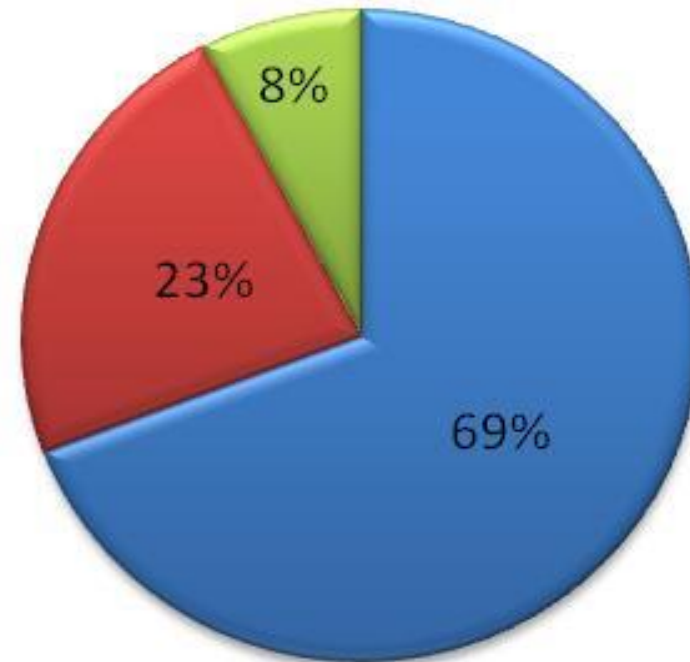
Innováció megvalósításának feltételei....közepesen

Eredmények

How TDMs were established



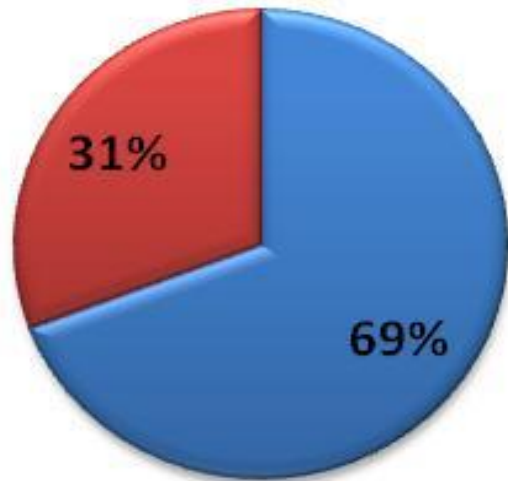
Age of workforce in TDMs



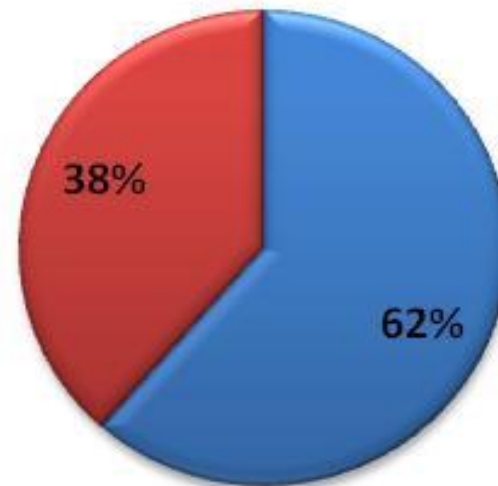
- 31-40 years
- 20-30 years
- 41-50 years

Eredmények

TDMs being members of National TDM Organization



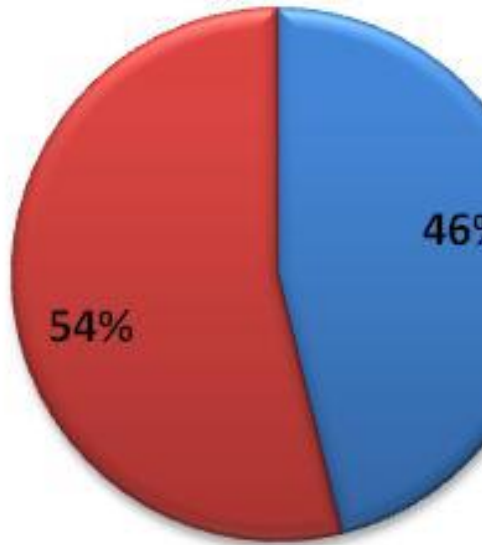
TDMs being members of closed professional Facebook group



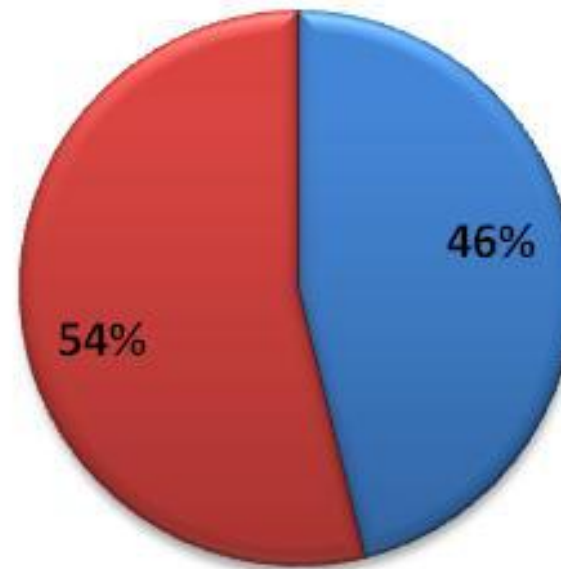
■ Yes
■ No

Eredmények

TDMs being member of Hungarian Spa Association



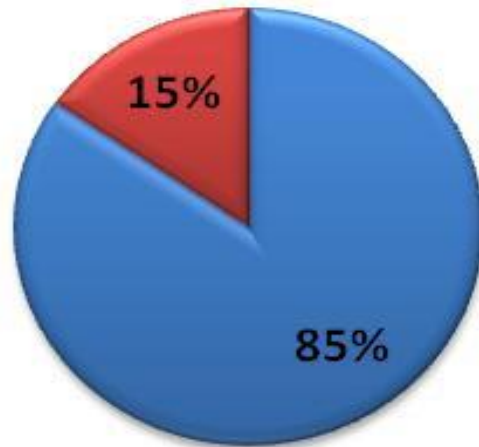
Cities (where TDM is located) being member of Hungarian Spa-cities association



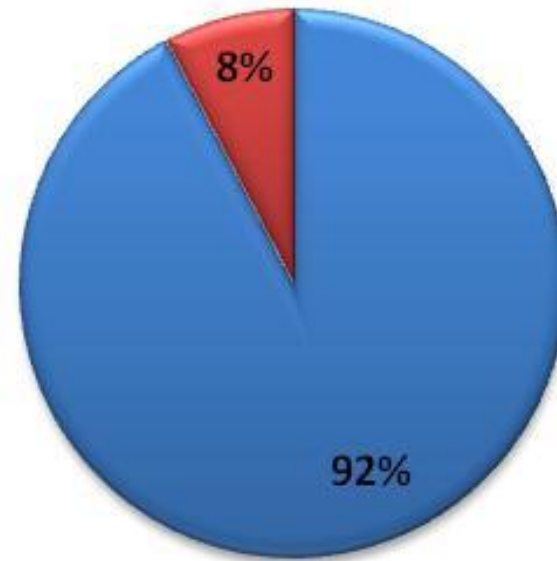
■ Yes
■ No

Eredmények

Participation of TDM workforce in trainings



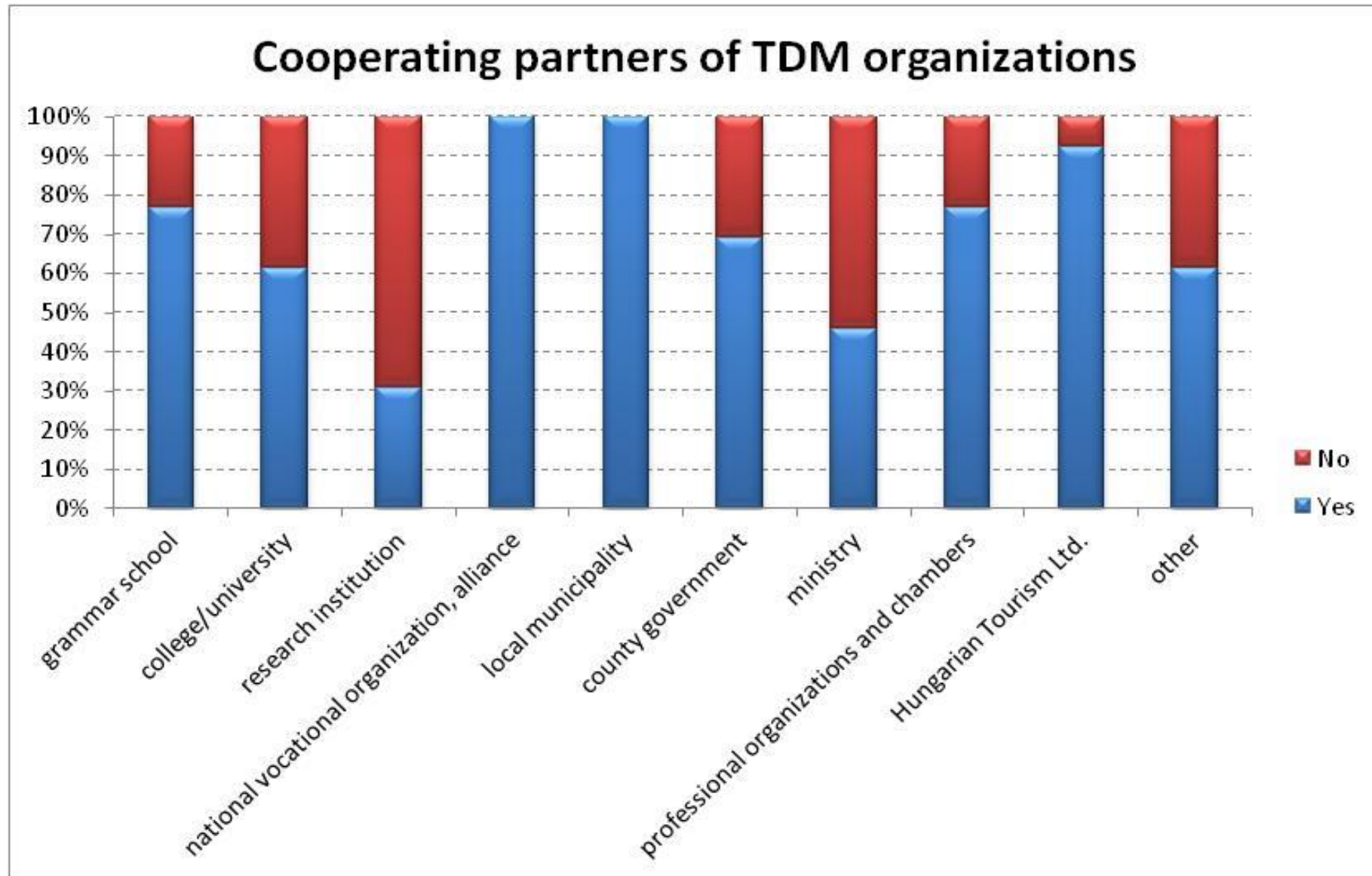
Guest satisfaction survey conducted



■ Yes
■ No

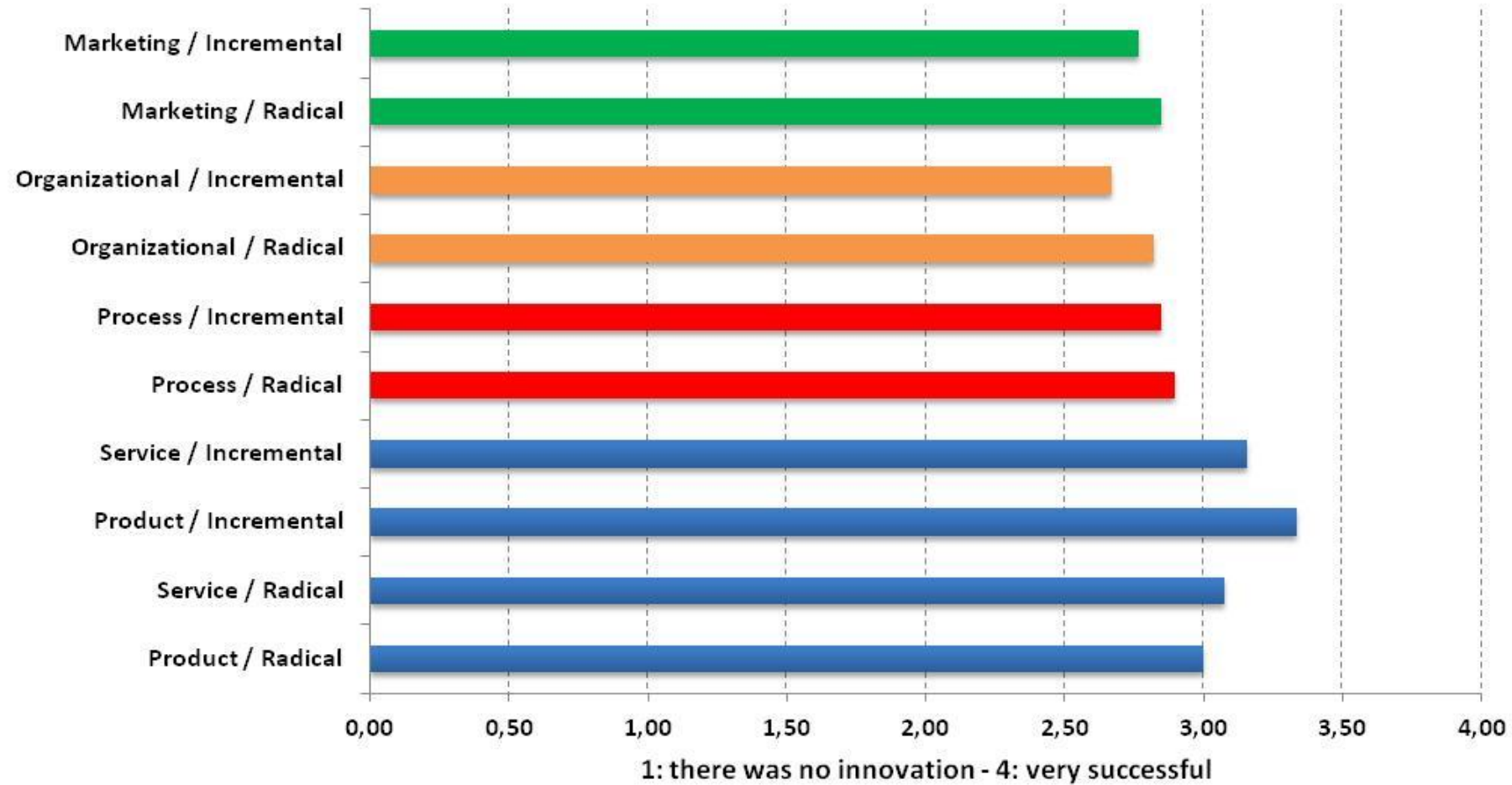
Eredménye

k



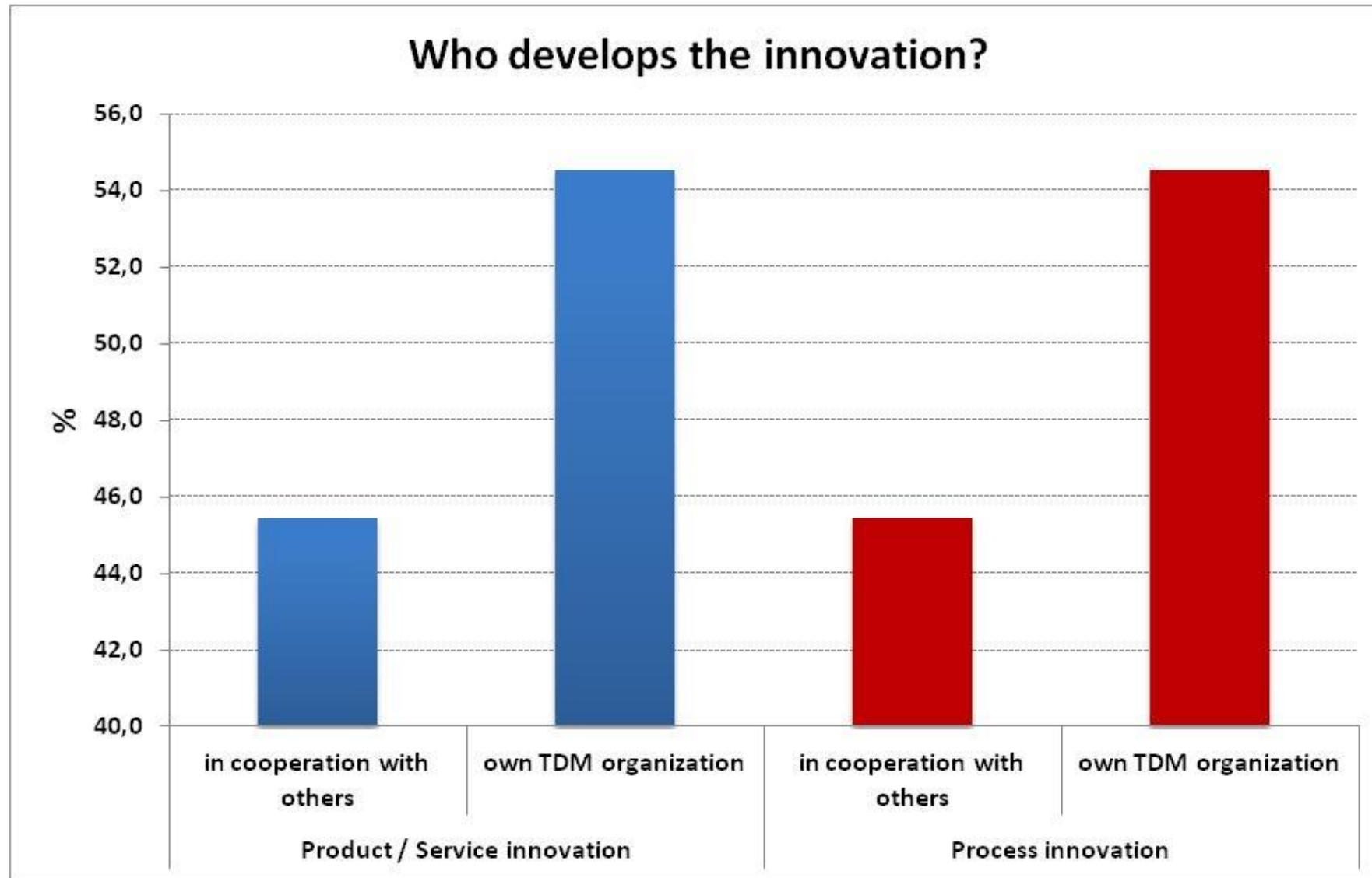
Eredmények

How successful was the development of different innovations in your TDM? (year 2011-2014)

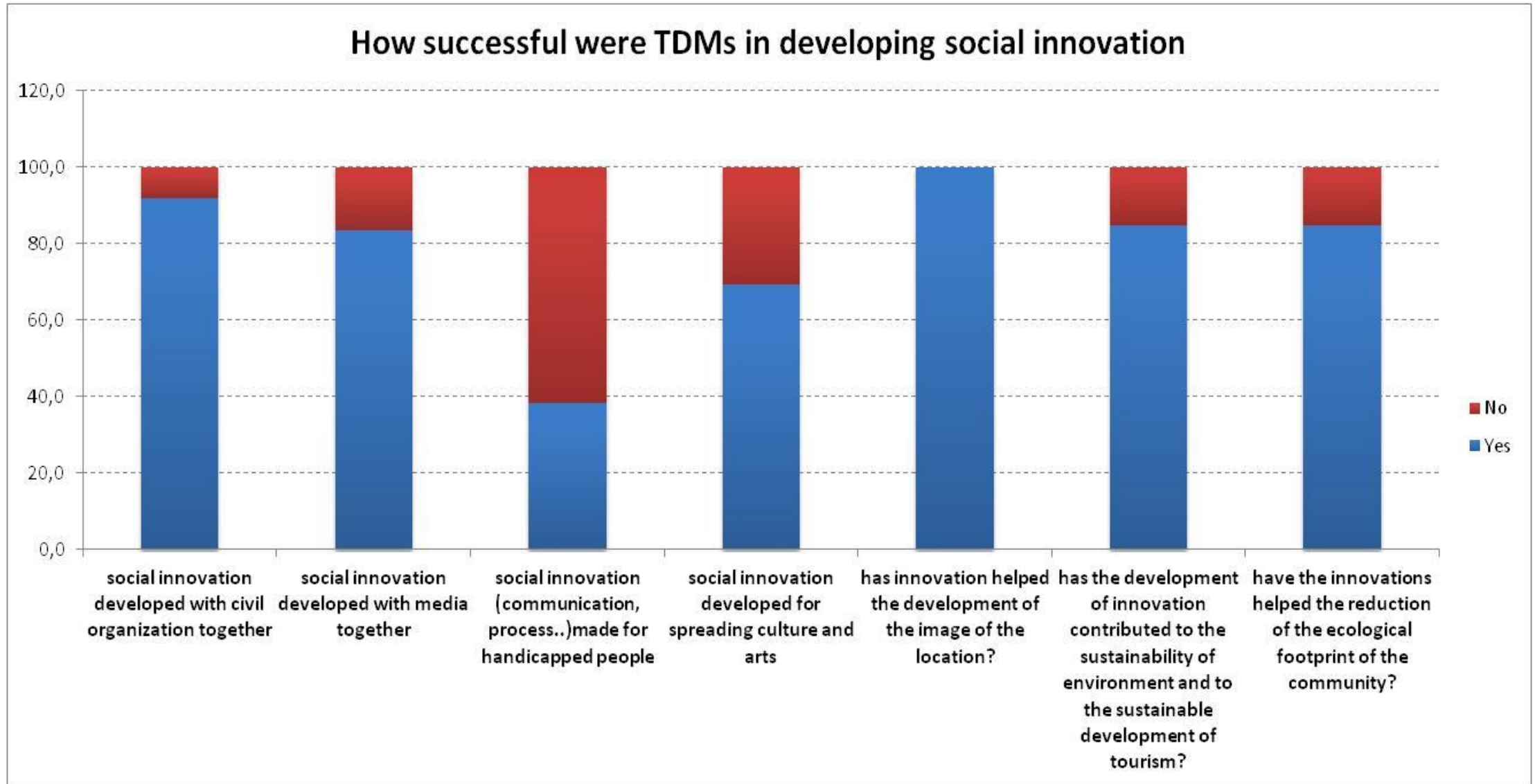


Result

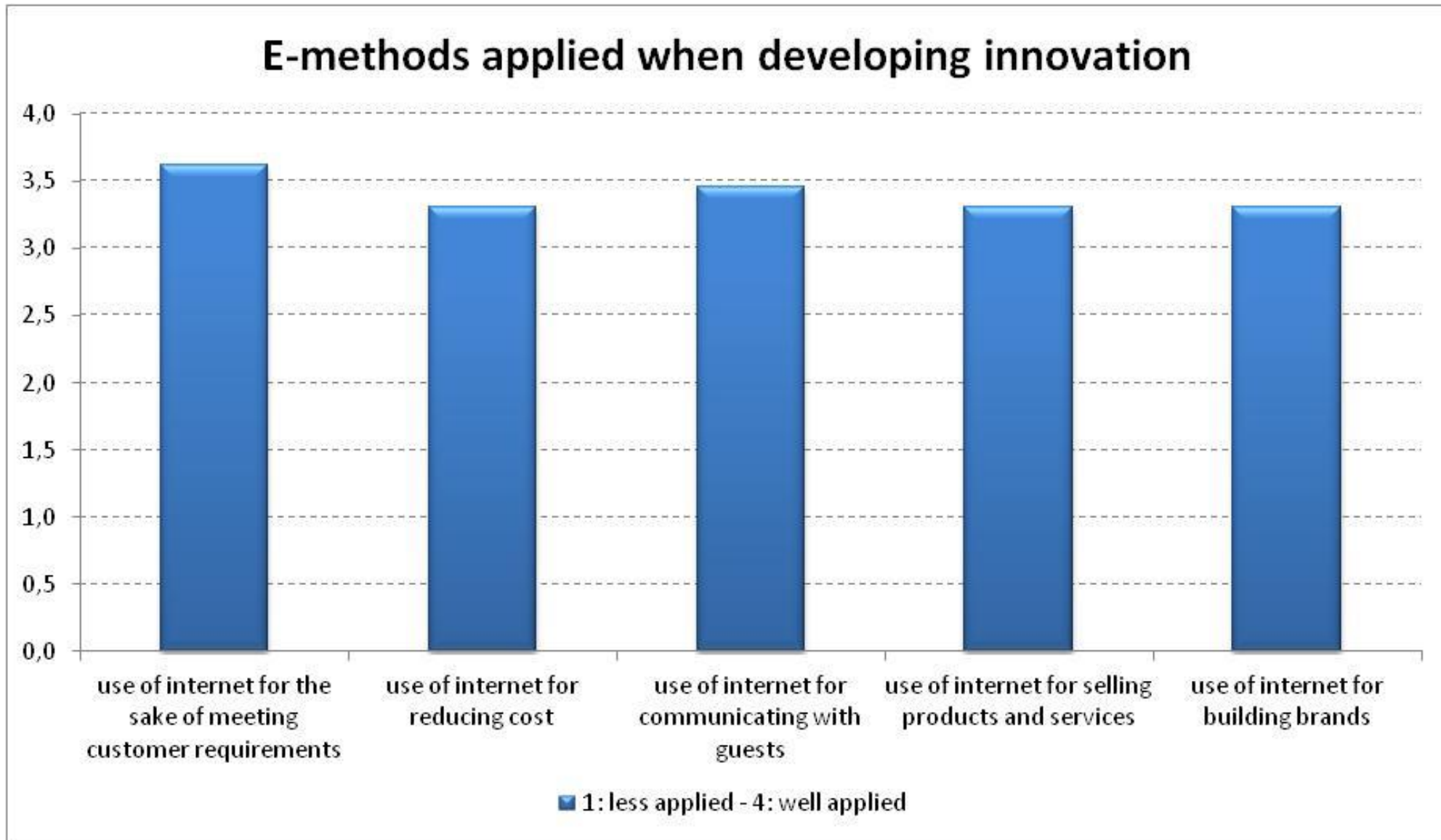
S



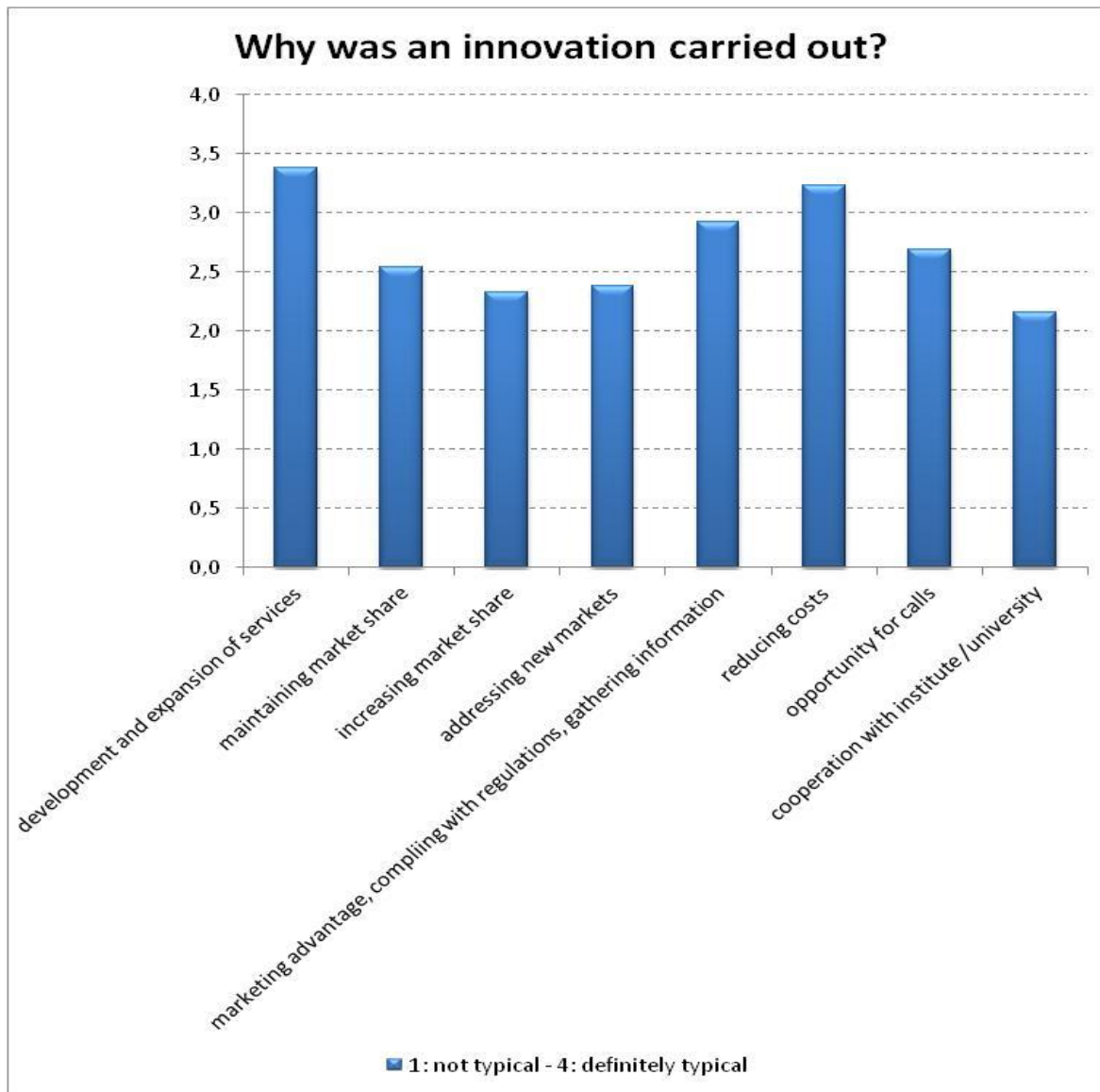
Eredmények



Eredmények



Eredmények



- Szolgáltatások szintjének megőrzése és fejlesztése
- Költségek csökkentése
- Marketing előny, szabályoknak megfelelés

Eredmények

TDM-ek innovációs képessége : 9 (1-10 skála)

A fő versenytárssal összehasonlítva: 111 (versenytárs
értéke: 100)

További lépések

- A TDM-ek klaszterbe sorolása innovációs jellemzők alapján → további vizsgálatok lehetősége
- A Szövetség munkáját támogatni
- Melyek a fő innovációs területek? → hogyan lehet a jellemzőket fenntartani, a kevésbé jellemzőket erősíteni?
- Mik a jellemzői (szervezeti és környezeti szempontból egy innovatív TDM-nek?)
- Innovációt gátló tényezők és a további fejlesztési lehetőségek felmérése -
→ szabályzók alakítása, szövetségi háttéranyag, környezet befolyásolása
- Újonnan érkezőknek „recept” – Mit alakítsunk ki, milyenné váljunk?

További lépések

- **Döntéshozók támogatása: legjobb struktúrák meghatározása, törvényi szabályzók alakítása**
- **Országos adatbázis felépítése**

Fontos,
hogy.....

- **életképes TDM szervezetek irányítsák a turizmus-életet → fejlődés, tanulás**
- **Források nemzetgazdaságilag- hatékony elköltése**
- **a turisztikai ágazat megőrizze vezető szerepét**

Köszönöm a figyelmet és a
segítséget!