



Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság

Az ügyfélelégedettség-mérés céljainak, folyamatának, módszereinek és eredményeinek dokumentálása és az ügyfélkarta

Projekt neve:	Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság szervezetfejlesztési programja
Projekt száma:	ÁROP – 1.2.18/A-2013-2013-0040
Készült:	2014. május-június
Helyszín:	Budapest
Dokumentum neve:	DINPI_Ügyfélelégedettség-mérés_dokumentáció.doc
Készítette:	Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság, Vanin Vezetési Tanácsadó és Responsum

A dokumentáció az elfogadott szakmai specifikáció és az ÁROP-1.2.18 azonosító jelű Szervezetfejlesztési Program keretén belül az ügyfélelégedettség-mérés módszertana alapján készült.



Tartalomjegyzék

1	A Magyary Zoltán Szervezetfejlesztési Program ügyfélközpontú közigazgatás víziója	4
2	A Magyary Program alapján kialakított ügyfélelégedettség-mérés célja és tervezési folyamata a Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság (DINPI) esetében	5
2.1	Az ügyfélelégedettség-mérés szerepe a DINPI szervezetfejlesztésében	5
2.2	Az ügyfélelégedettség-mérés célja	6
2.3	Az ügyfélelégedettség-mérés céljának kapcsolata a szervezeti célokkal	6
2.4	Az ügyfélelégedettség-mérési munkacsoport	6
2.5	Az ügyfélelégedettség-mérés folyamata	6
2.6.	Az elégedettség-mérés módszertana, tervezése	8
2.6.1.	A felmérés céljának és kiterjedésének meghatározása	9
2.6.2.	A megkérdezendők körének beazonosítása, jellemzése	9
2.6.3.	A mérés szempontrendszerének kialakítása	9
2.6.4.	A mérés mintavételi eljárásának, eredményességi és érvényességi kritériumai	9
2.6.5.	Az ügyféligény- és elégedettségmérés mintavételi gyakorisága	10
2.6.6.	A mérés munkatervének összeállítása	10
2.6.7.	Az ügyfeladatbázis, a mintacsökkenés, és a nem válaszoló csoportok	11
2.6.8.	Adatrögzítés, -feldolgozás, az eredmények írásos összegzése, értékelés	11
2.6.9.	Az eredmények nyilvánossá tétele a partnerek számára, kommunikáció tervezése, megvalósítása a folyamat közben	11
2.6.10.	A felmérési folyamat értékelése	11
3	Az ügyfélelégedettség-mérés tartalmi elemei	12
3.1	Az ügyfélelégedettség-mérés résztvevői	12
3.2	A kiinduló állapot megismerése	12
3.3	A mérés célcsoportja, ügyfelek köre	13
3.4	Mérési elemek, modellek meghatározása – mit mérünk?	13
3.5	Egyéb lehetséges mérési tényezők	14
4	Az ügyfél-elégedettségi mérés technikái – hogyan mérünk?	15
4.1	Az ügyfélelégedettség-mérés relevanciájának megítélése	15



4.2	A DINPI helyzetére szabott mérési módszer kiválasztása	16
4.3	A mérés idősíkjai és az adatfelvétel módszerei	16
5	Az ügyfélelégedettség-mérés adatainak elemzése és a fejlesztések végrehajtása	17
5.1	Az eredmények értelmezése	17
5.2	A kutatás és eredményei.....	17
5.2.1	Összegzés	18
5.2.2	A DINPI felmérés kitöltői kör statisztikai jellemzői	19
5.2.3	Kommunikációs csatornák.....	21
5.2.4	Érdeklődési kör.....	22
5.2.5	Elégedettség	28
5.3	A felmérési-vizsgálati folyamat értékelése	29
5.4	Az adatok prezentálása.....	30
5.5	A tapasztalatok intézkedésekké alakítása és a további teendők.....	30
5.6	A fejlesztések nyomon követése.....	32
6	Ügyfélkarta.....	32
6.1	Az ügyfélkarta célja.....	32
6.2	Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság Ügyfélkarta elvek.....	32
6.3	A DINP Ügyfélkarta: aktuálisan kitűzött szolgáltatási célok és azok eredményparaméterei.....	34
7	Mellékletek.....	37
	Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság – látogatói kérdőív	37
8	Rövidítések	40



A jelen pályázat által elkészített dokumentáció a Magary Zoltán Közigazgatás-fejlesztési Program (Magary Program) módszertani útmutató alapján az ÁROP-1.2.18/A pályázat szerint és az elfogadott Szakmai specifikáció alapján készült el. A módszertani segédlet a Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság szervezeti ügyfélelégedettség-méréséhez kapcsolódó célok, módszertanok, folyamatok, kialakításához és az eredmények működésbe építésének megfogalmazásához nyújtott segítséget, ezzel hozzájárulva a következőes szervezeti ügyfélelégedettség-mérési gyakorlat kialakításához.

1 A Magary Zoltán Szervezetejlesztési Program ügyfélközpontú közigazgatás víziója

A Magary Program célkitűzése szerint a közigazgatásnak minden egyes ügyintézési eljárásban a hatékonyság jegyében egyesítenie kell a következőket:

- eredményesség
- gazdaságosság
- hatásosság
- biztonság
- felügyelhetőség (átláthatóság)
- az alkalmazkodóképesség.

A közszolgáltatásban uralkodó hagyományos felfogás szerint az állampolgár passzív szereplője az őt „kiszolgáló” rendszernek.

Magary Program ezzel szemben arra alapoz, hogy a közigazgatás az emberekért van. Ezért hatékonyságának megítélése éppen annyira tartozik az állampolgárok, ügyfelek megítélési hatáskörébe, mint a döntéshozókéba.

A programnak további kulcseleme ehhez illeszkedően a kezdeményező kommunikáció gondolköre: rendszeres és széleskörű véleménynyilvánítási-konzultációs lehetőséget adva az állam kezébe, mindezt mind az állam, mind az állampolgár érdekében. Alkalmazása nyomán mindkét fél joggal érezheti úgy, hogy hozzájárul a „Jó Állam/ Good Governance” felépítéséhez.

Vizsgálva a hazai és nemzetközi gyakorlatot a szolgáltató közigazgatás kialakítására, az ügyfelek igényeinek és elégedettségének felmérése (=továbbiakban ügyfélelégedettség-mérés) hatékony eszköz lehet a Magary Program teljesítése tekintetében.



Az ügyfélelégedettség-mérés eredményeit is szervesen magukba foglaló közigazgatási ügyfélszolgálati karták bevezetése pedig a közérthetőségen alapuló párbeszédet kezdeményez az állampolgárral, folyamatosan azt közvetítve felé, hogy a véleménye számít, építő jellegű kritikája, gondolatai és kezdeményezései pedig beépíthetők az egyre hatékonyabbá váló közigazgatásba. Ennek révén az még inkább a „köz szolgáltatójává” válhat.

2 A Magyar Program alapján kialakított ügyfélelégedettség-mérés célja és tervezési folyamata a Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság (DINPI) esetében

Az ügyfélközpontú működés kiépítésének mérföldköve – a szervezetfejlesztés minőségirányítási fejezetéhez illeszkedve – az ügyfél-elégedettség mérése és elemzése, illetve a feltárt változtatási igények beépítése a szervezeti működésbe.

2.1 Az ügyfélelégedettség-mérés szerepe a DINPI szervezetfejlesztésében

Az ügyfélelégedettség-mérés támogatja a DINPI-t, hogy

- rálátása legyen, ügyfelei, vagyis a látogatók mit érzékelnek a szervezettel való kapcsolatba lépés során vagy a kapott szolgáltatással kapcsolatban (támpont az ügyfélnézőpont megismerése bevezetéséhez)
- betekintést nyerjen az ügyfelek igényeibe, magatartásába és motivációjába (segítség a szolgáltatások átalakítása, továbbfejlesztése szempontjából)
- kialakíthassa középtávú szervezeti és ügyfélkezelési stratégiáját (alapot ad a világos célok megfogalmazásához)
- tudatosan kezelje a „jó gyakorlat”, „best practice”-ek beépítését a működési folyamatokba
- a teljesítmény, a szolgáltatás-színvonal és a kommunikáció javítása által akár költségmegtakarításokat is generáljon, továbbá akár
- inputokat nyerjen a csoportos és egyéni teljesítményértékeléshez

2.2 Az ügyfélelégedettség-mérés célja

A mérés célja, hogy igények megismerésével egyrészt közös értékrend alakuljon ki a szervezet és a látogatók között a hatékony együttműködés érdekében, másrészt, hogy a szervezet figyelemmel tudja kísérni, hogy az ügyfélkezeléssel kapcsolatos céljai mennyire teljesülnek.

6

2.3 Az ügyfélelégedettség-mérés céljának kapcsolata a szervezeti célokkal

A szervezet céljai és az ügyfélelégedettség-mérés kölcsönösen hatással vannak egymásra. A DINPI esetében is az ügyfélelégedettség-mérés céljainak meghatározásakor alapvetően a szervezet céljait vesszük figyelembe, illetve a célok megvalósítása érdekében folytatott napi tevékenységet.

A DINPI megközelítése, hogy az ügyfélelégedettség-mérés csak akkor érheti el a célját, ha eredményei - szolgáltatásokba vagy szervezeti működésbe történő beépülésével - hatásukban és/vagy a kommunikáció által minden érintetthez eljutnak. Így elsősorban a külső-belső ügyfelek elégedettségéért felelős szervezeti szintekhez, amelyek hitelesen közvetítik azt ügyfeleik felé. Ezáltal valóban összekapcsolhatóak az ügyfelektől jövő visszajelzések és a szervezeti célok elérése, fejlesztése.

2.4 Az ügyfélelégedettség-mérési munkacsoport

Annak érdekében, hogy ez a munka tervezett, következetes lehessen, az aktuális ügyfélelégedettségi kutatás lefolytatására munkacsoport alakult DINPI és Vanin – Responsum csoport összefogásával. Az együttműködés a munkacsoporton belül interjúkon és workshopokon és (személyes, telefonos) egyeztetések során zajlott. A munkacsoport workshopok keretei között folytatott tevékenységének termékei (outputja) a szempontrendszer (3.4 pont), a kérdőív (7.pont), és az ügyfélkarta, az együttműködés eredménye továbbá ez az írott anyag is.

2.5 Az ügyfélelégedettség-mérés folyamata

Az ügyfélelégedettség-mérés fontos elem a szolgáltatások ki-és átalakításának, javításának állandó folyamatában, tervszerű, és ideális esetben rendre visszatérő.

A folyamat leírása abban segít, hogy a DINPI és az Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály hosszú távon működése részévé tegye az ügyféligény-felméréseket. Az első megvalósítás utáni módosításokat megvitatva, a mérési eljárásokat beépítse az eljárásrendjébe, ily módon az intézmény működési kultúrájába.

A munkacsoport a kutatást megelőzően a következőket összegezte:

- A nyújtott szolgáltatás

Fontos nemzeti parki megállapítás, hogy az NP által nyújtott szolgáltatások a közigazgatás egyéb, szokásos eljárásaihoz képest több tekintetben is atipikusak:

7

Szokásos közigazgatási szolgáltatások	Nemzeti parki szolgáltatások
jellemzők	
nonprofit	nonprofit és for profit elemek keverednek
polgárok állampolgári minőségben veszik igénybe	polgárok ügyfél minőségben veszik igénybe
hatósági előírások mentén + ügyfélelvárások szerint teljesülnek	ügyfélelvárások szerint teljesülnek
ügyféligények mentén teljesülnek	sok esetben ügyféligények ellenében teljesülnek (gazdák, önkormányzatok..)
eljárás-végrehajtói szerepben szolgáltatnak	edukációs szerepben működnek makro- és mikroszinten egyaránt
folyamatosak	inkább szezonálisak

A csoport monitorozta DINPI tevékenységét az összes szakmai terület megvizsgálva, az értékek megőrzésétől a szakvéleményezéseken át a látogatócsoportok kiszolgálásáig. Az ügyfélkör nagysága, a nyilvánosság felé meglévő transzparencia érdekében és a fejlesztési igények ügyfélkör általi verifikálásáért egy, a nemzeti parki ökoturisztikai területet érdeklő téma vizsgálata mellett döntött.

A csoport által összegyűjtött, az Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály által végzett tevékenységek, és nyújtott szolgáltatások az alábbiak:

- Éves program szerinti garantált túrák, szakvezetések előkészítése, lebonyolítása (éves szinten 180 db)
- Egyedi és speciális programok, nagyrendezvények, versenyek előkészítése, lebonyolítása (pl. május 31. Tanösvényavató)
- Rendezvényeken, fesztiválokon, ökoprogramokon való részvétel programszolgáltatással
- Akciók, kampányok lebonyolítása, országos programokon való részvétel (Nemzeti Parkok Hete)
- Kínálat-és programfejlesztés
- Bemutatóhelyek működtetése
- Vendégcsoportok fogadása



- Ismeretterjesztő előadások tartása
- Marketing- és promóciós tevékenység (személyes, írásos, online...)
- **Ügyfélkör meghatározása**

Itt széles a spektrum, minden, a természethez bármilyen formában kötődő, vagy csak az iránt bármilyen mértékben érdeklődő polgár, intézmény és szervezet a potenciális célcsoporthoz tartozik.
- **A szolgáltatás helye az ügyfelek gondolkodásában**

A nemzeti parkon belül a környezeti nevelési osztály ügyfelei jellemzően magánemberek vagy oktatási intézmények, illetve azok diákjai, hallgatói. Előbbiek szabadidős elfoglaltságként, utóbbiak a természethez köthető nevelési, ismeretgyarapítási lehetőségként viszonyulnak NP természeti értékeihez és a kapcsolódó szakmai programokhoz, szolgáltatásokhoz.
- **A jelenleg rendelkezésre álló információk az ügyfelek tapasztalatairól**

Szervezett elégedettség- és igénymérés eddig nem volt, a kutatás kiinduló állapota elégedettségi szempontból a nagy számú, szinte egyöntetűen pozitív elégedettségi jelzések a látogatóktól a kollégák felé, illetve a létező informális csatornákon gyűjtve.
- **A szervezet céljai a szolgáltatásokkal kapcsolatban:**
 - a szabadidő hasznos eltöltése lehetőségének biztosításán túl
 - szakmailag az ismeretátadás és a szemléletformálás a védett természeti értékek vonatkozásában
 - üzletileg pedig a természet iránt fogékony célcsoportok körében piaci térnyerés
 - a jelen mérés alapján érkező visszajelzések mentén folyamatosan a szolgáltatások továbbfejlesztése

2.6. Az elégedettség-mérés módszertana, tervezése

A Magary program céljaival összhangban az ügyfélelégedettség-mérés olyan rendszeres feladat, amelyet meg kell tervezni, meg kell határozni a célját, módszereit, felelőseit, a szükséges erőforrásokat és a várt eredményeket.



2.6.1. A felmérés céljának és kiterjedésének meghatározása

Az elégedettségi felmérés megalapozásához a fentiekben definiáltuk (2.5. pont utolsó bekezdés) a szervezet céljait, amelyekhez kapcsoljuk az elégedettség- és a látogatószám-növelési célt. DINPI-nek utóbbi területen is imponáló eredményei vannak.

A látogatószám és a látogatói elégedettség további növelése érdekében a következő kérdésekre kíván DINPI visszajelzést kapni a kutatás során.

- DINPI-vel való kapcsolatba kerülés, megismerés módja és az ismertség vizsgálata a kommunikáció hatékonyságának növelésére
- A természettel kapcsolatos érdeklődés tematikus vizsgálata a kínálat bővítése irányának meghatározása érdekében
- DINPI tevékenységével, szolgáltatásaival kapcsolatos elégedettség mértékének vizsgálata általánosan és programhoz köthetően

2.6.2. A megkérdezendők körének beazonosítása, jellemzése

A megkérdezendők körének megjelölésekor alapesetben az aktuálisan a nemzeti parkban látogatást tevő - a közigazgatáshoz illeszkedő szóval élve –polgárok jelentik az alapsokaságot. A megcélzott minta jelen esetben az NP területén néhány kiemelt látogatóhely természetjáró közönsége.

2.6.3. A mérés szempontrendszerének kialakítása

A mérés szempontrendszerét az interjúk során nevesített igények (üggyfélkommunikáció / ügyfélelérés, ismertség, meglévő szolgáltatások megítélése elégedettségi szempontból), továbbá az összehasonlíthatóság és ismételhetőség igényének figyelembevételével készítette a munkacsoport.

2.6.4. A mérés mintavételi eljárásának, eredményességi és érvényességi kritériumai

Egyszerű véletlen mintavétellel dolgoztunk az említett látogatói körből, abból kiindulva, hogy az jó közelítéssel reprezentálhatja NP látogatói körét.

2.6.5. Az ügyféligény- és elégedettségmérés mintavételi gyakorisága

A gyakoriság meghatározásakor munkacsoport tekintetbe vette a feltételezett relative magas elégedettséget és a Környezeti Nevelési osztály általános leterheltségét, így a mintavételhez az éves gyakoriságot javasolja.

10

2.6.6. A mérés munkatervének összeállítása

A mérési folyamat lépéseit a munkacsoport folyamatba rögzítette:



1. ábra A kutatás folyamata

- Ügyfélkör jellemzése, azonosítása
- Elégedettségi kritériumok meghatározása / későbbiekben felülvizsgálata
- Igényfelmérés és elégedettségmérés módszereinek meghatározása (vagy módosítása) /Mérési eszközök kidolgozása, tesztelése (felülvizsgálata)
- A mérésbe bevontak körének azonosítása, mintavétel módjának, résztvevőknek meghatározása
- Mérés lefolytatása a szempontrendszer és módszertan alapján, a mérés paramétereinek egyidejű tesztelésével
- Begyűjtést követően elemzés lefolytatása, értelmezés, célok listája és megoldási javaslatok
- Szervezet és alkalmazottak felé: prioritizált célok, intézkedés-és újítás lista / összefoglaló / ügyfelek és nyilvánosság tájékoztatása

- A felmérési-vizsgálati folyamat értékelése (PDCA-ciklus alapján), döntés az esetleges beavatkozásról, újraszabályozásról vagy standardizálásról

2.6.7. Az ügyféladatbázis, a mintacsökkenés, és a nem válaszoló csoportok

A nemzeti parki ügyféladatbázis másképpen működtethető, mint egy hagyományos közigazgatási eljárás ügyfélkörének adatbázisa. Utóbbiban minden szükséges adat rendelkezésre áll, amelyből kutatási szempontból értékes adatbázis generálható (elérhetőség, kor, családi állapot, foglalkozás stb.). A nemzeti parki ügyfélelégedettség-mérés a már jelzett egyszerű véletlen mintavétellel, a helyszínen, spontán, önkéntesen történik, tehát nem állandó, tervezett mintát kérdezzük meg, a mintacsökkenést és a nem válaszoló csoportokat itt nem lehet értelmezni.

2.6.8. Adatrögzítés, -feldolgozás, az eredmények írásos összegzése, értékelés

Az adatrögzítést és az adattáblák feldolgozásra alkalmassá tételét megterveztük és végrehajtottuk, ezt követte az adatok részletes elemzése, kiértékelése, amely az intézkedések, akciók és az ügyfélkarta alapját jelentette.

2.6.9. Az eredmények nyilvánossá tétele a partnerek számára, kommunikáció tervezése, megvalósítása a folyamat közben

A tervek szerint eredmények ismeretében és az ügyfélkarta elkészítésekor a munkacsoport

- elemzi és megjelöli azokat a pontokat, amelyek akciókat (intézkedéseket) igényelnek, vagy nem igényelnek ugyan, de az elégedettség további növeléséért DINPI célszerűnek látja megvalósítani azokat.
- Megosztja ezeket
 - a vezetőséggel, hogy a további lépések tényleges akciókká válhassanak
 - a társosztályokkal, amelyeknek az akciók végrehajtásában konzultációs szerepük majd végrehajtási felelősségük lehet
 - ügyfelekkel történő párbeszéd részeként a
 - felmérés eredményeinek összefoglalója megjelenik a honlapon is, illetve az akciók majdani eredményeiről, illetve az ügyfélkartás vállalásokról ugyanitt tájékoztatja a nagyközönséget

2.6.10. A felmérési folyamat értékelése

Az eredmények feldolgozását követően a projekt szervezeten belüli szereplői eldöntik, hogy a mérési folyamat segítette-e a mérési célok elérését, vagy valamely pontján /pontjain szükséges –e



változtatni a későbbi ismétlésekkor. Amennyiben igen, akkor ez a PDCA-ciklus (plan- do-check-act) alapján történik.

3 Az ügyfélelégedettség-mérés tartalmi elemei

3.1 Az ügyfélelégedettség-mérés résztvevői

Ahhoz, hogy a megtervezett ügyfél-elégedettségi mérés sikeres lehessen - vagyis eredményei beépülhessenek a folyamatokba a nemzeti park céljainak teljesülése érdekében - a következők összefogására van szükség:

A DINPI igazgatójának a támogatása jelzi, hogy stratégiai szinten elismert az ügyfelektől jövő visszajelzések igénye, és egyben garancia arra is, hogy az elégedettségmérésből levont következtetések beépülnek a mindennapi működésbe.

Az Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály vezetőjének és szakmai referensének részvételével biztosítja a DINPI a téma és a konkrét felmérések operatív szintű szakértői kezelését, és emellett az eredmények kommunikációját a külső és belső ügyfelek felé.

A belső ügyfeleknek visszajelzést és konzultációs jogot kell kapniuk, hogy az általuk működtetett területen milyen minőségjavítási intézkedések végrehajtása kívánatos. Ők egyrészt az egyes osztályok élén dolgozó vezetők, másrészt pedig az adott osztályoknak a nemzeti park látogatóival legkülönbözőbb módokon kapcsolatban lévő kollégái.

Résztvevők továbbá együttműködő szakmai partnerként a Vanin Management Consulting és a Responsum.

A kutatás legfontosabb résztvevői kétségtelenül a külső ügyfelek, akik elégedettségének a növelése a kitűzött cél, ami a pályázat céljának, a Jó Állam „Good Governance” kialakításának, létrejöttének irányába hat.

3.2 A kiinduló állapot megismerése

A DINPI működése szerteágazó tevékenységi kört ölel fel a területek védetté nyilvánításától kezdve a természetvédelmi kezelés, fenntartás, vagyonkezelői feladatokon át a természetvédelmi oktatás, nevelés, ismeretterjesztés témaköréig. A leginkább transzparens és a hatósági jogkörtől leginkább elszakadó, ilyen módon az ügyfelek kiszolgálása tekintetében a minőségfejlesztésnek leginkább teret adó területek az ökoturisztika és a környezeti nevelés.

Azzal együtt, hogy a DINPI Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály tevékenységének célja a további piacszerzés az ügyfelek igényeinek minél magasabb szintű kielégítésével, (és a működési



költségekhez való minél nagyobb mértékű hozzájárulás), az ügyfelektől jövő visszajelzések összegyűjtése és becsatornázása a működésbe még nem vált a mindennapok szerves részévé. (A korábban központi kezdeményezésre a nemzeti parkokban terjesztett látogatói kérdőív az utóbbi években egyre inkább veszít jelentőségéből, illetve eredményeit DINPI nem kapja meg, így annak beépítésére nincsen módja.)

Az elégedettségi felmérés megalapozásához definiáltuk a szervezet céljait, és ezekhez illeszkedve felmérés céljait és tartalmát.

Ezek a szervezeti célok ugyan a klasszikusan használt „SMART-modell” szerint nem elég konkrétak, ugyanakkor jelzik az elköteleződést és az irányt a fejlődésre.

3.3 A mérés célcsoportja, ügyfelek köre

A DINPI számára ökoturisztikai és környezeti nevelés szempontból (potenciális) ügyfélnek tekintendők mindazok, akik szabadidejüket eltölteni kívánó látogatóként vagy ismeretszerzési céllal jellemzően oktatási intézmény tanulójaként, hallgatójaként megfordulhatnak a területén. Belőlük kerül ki az aktuális kutatás célcsoportja egyszerű véletlen mintavétellel.

3.4 Mérési elemek, modellek meghatározása – mit mérünk?

A deklarált szervezeti célok elérése érdekében a következő szempontok mérési igénye fogalmazódott meg az egyeztetések során:

Kommunikáció: ezzel a kérdéssel a kutatás arra keresi a választ, hogy mely kommunikációs csatornák azok, amelyeken a DINPI üzenetei a célcsoporthoz úgy jutnak el, hogy azt cselekvésre (látogatásra) készítetik / késztessek.

Megszólíthatóság: itt azokra a csatornákra, eszközökre kérdezzük rá, amelyekkel a nemzeti parktól függetlenül is kapcsolatban van a természettel a látogató. Mindezt azzal a céllal, hogy ezekhez a DINPI is kapcsolódni tudjon, bevonhassa őket kommunikációban, együttműködésben a saját működési körébe.

Ismertség: a célok meghatározásakor egyértelmű volt, hogy jellemzően néhány kiemelt, híres területet, látogatóhelyet ismernek a természetkedvelők, és sok más értékes hely pedig kevéssé ismert még a DINP-et látogatók körében is. Ez indokolja az ismertség közelebbi vizsgálatát.

Érdeklődés: a látogatók körében az érdeklődés megvan a természet iránt, ezen a szinten annak altémáinak megismerése a cél, hogy képet kapjunk arról, hogy a fókusz jó helyen van-e, milyen témákkal érdemes megszólítani a kommunikációban ezt a célcsoportot.



Tájékoztatás minősége: azt mérjük a DINP-t ismerő, már ott járt embereknél, hogy „észrevétlen” hogy tud tájékozottá válni a látogató, vagyis az információ biztosítása (írásban, szóban) mennyire adott a nemzeti parki tartózkodás során.

Alkalmasság: ennek vizsgálatakor a szolgáltató helyek és szolgáltatások használhatósága, célnak megfelelése a szempont.

Elérhetőség: ezen a paraméteren nem a klasszikus értelemben vett közszolgáltatási elérhetőséget (nyitva tartás, várakozási idő stb.) értjük, hanem a természetjáráshoz illeszkedő / szükséges kiegészítő szolgáltatásokat, amelyek a látogatók komfortérzetét növelik.

Hozzáállás: kedvesség, segítőkészség, kommunikációs stílus mérése mind a támogató személyzet, mind a túravezetők, természetvédelmi őrök részéről, ami kulcstényező a tekintetben, hogy az ügyfél kellemesen érezze magát ott-tartózkodása alatt.

Hozzáférés: itt a mérés azt a kérdést járja körbe, hogy program(ok) jól szervezett(ek), a látogató ahhoz és akkor fér hozzá, amit, és amikor ígértek neki; programok gördülékenyen zajlanak-e (nincs-e fennakadás, felesleges várakozás, siettetés a programelemek között).

Szakértelem: a vizsgálat kiemelten fontos tárgya a szakértelem: a DINPI által kínált programok tartalma érdekes és szakmailag színvonalas-e, illetve a szakvezetés szakmailag, emberileg és a csoport menedzselésének szempontjából mennyire felkészült.

3.5 Egyéb lehetséges mérési tényezők

Olyan további lehetséges mérési tényezőket, mint az ügyfél személye, élethelyzete, nem alkalmazunk a kutatásunk során, mert megítélésünk szerint kevésbé releváns egy természetvédelmi területtel kapcsolatos kutatásban, mint érdeklődési köre, és az azzal kapcsolatos elvárásai és elégedettsége. Felmerül még a korábbi tapasztalattal való összevetés lehetősége, ami itt nem releváns, mert a jelenlegi lesz a báziskutatás, amelynek eredményeire fognak épülni az akciók, és azok hatását egy későbbi kérdőívben lehet majd utánkövetni.

4 Az ügyfél-elégedettség mérés technikái – hogyan mérünk?

4.1 Az ügyfélelégedettség-mérés relevanciájának megítélése

Ahhoz, hogy a szervezetfejlesztés és ezen belül az ügyfélelégedettség-mérés a megfelelő célokért, megfelelő folyamattal és erőforrás-ráfordítással, értékelhető eredményt hozzon, a következők mérlegelésére van szükség:

- A cél, amire fel kívánjuk használni az összegyűjtött információt indokolja-e a lépést: az ügyfelek, a látogatók kiszolgálásának módját, folyamatát kívánjuk minél teljesebben az igényeikre szabni, tehát igen.
- ehhez egyrészt az érintett ügyfelek szolgáltatásokkal való elégedettségét kívánjuk feltárni, hogy (a „hogyan”-ra) kaphassunk választ, illetve a szolgáltatásportfólió bővítéséhez, pontosabban fókuszai esetleges átrajzolásához kérünk ötleteket (a „mit”-et járjuk körbe),
- mindezekhez a leghitelesebb forrás a látogatók megkérdezése, akiknek az érdekében mindezeket a fejlesztéseket végrehajtjuk, hiszen az ő elégedettségük, elkötelezettségük növelése a cél.
- érintettek bevonása is mérlegelés tárgya: első körben a szervezet vezetője, aki azzal, hogy elkötelezte magát a szervezetfejlesztés egésze mellett, igent mondott az ügyfélelégedettség-mérésre is.
- mennyire indokolt új eszköz bevonása? A nemzeti park látogatókkal kapcsolatban álló munkatársai sok információval rendelkeznek, ami jó alap a problémafelvetésekhez, és segíti a beérkező adatok megítélését. Fontos a látogatók közvetlen megkérdezése is
 - a Magary Program célkitűzései miatt is, továbbá azért is, mert
 - a korábbi, központilag kezdeményezett kérdőív nem volt DINPI-re szabott, nem NP-t aktuálisan foglalkoztató kérdésekre kereste a választ, így nem szolgált valódi információforrásként,
 - legfőképpen azért, mert ezzel is élővé lehet és célszerű tenni a visszajelzéses kapcsolatot a látogatók és a DINPI között.
- ebben a fázisban fogalmazódik meg a (tovább)fejlesztést irányzó felmérés igénye, és még a bázisadatok begyűjtése folyik, amely alapja lehet a későbbi ismételt felmérések összehasonlíthatóságának.

- a DINPI belső felelőse az Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály vezetője, az eredmények pedig a Vanin-Responsum tanácsadói által történő feldolgozást követően, szintén hozzá futnak be.
- a szolgáltatáscsomag és a felméréshez megfogalmazott módszer transzparens, és a célok elérése irányába hatnak.

Mindezek összegzéseképpen a felmérés kivitelezhetőnek minősült.

4.2 A DINPI helyzetére szabott mérési módszer kiválasztása

A DINPI a széleskörű szolgáltatáspalettájából a DINP ügyféllátogatásokra vonatkozó visszajelzéseket, fejlesztési javaslatokat kívánja mélyebben megvizsgálni abból a szempontból, hogy javíthatná vele teljesítményét és a látogatók elégedettségét.

A kapcsolat és a szolgáltatás jellege, amely itt (köz)szolgáltató és ügyfél között van, a következőkben foglalható össze: kevésbé személyes, jól körülhatárolható, közepesen összetett, sok paramétere mentén egyszerűen mérhető.

Ez az előzmény a nagy tömegű, számszerű, a problémakör széleskörű feltérképezését segítő kvantitatív információgyűjtési technikák alkalmazását vetíti előre. Jelen esetben a felhasznált eszköz a kérdőív. Mindezek és a látogatói kör jellemzői és számossága alapján borítékoltuk, hogy a felmérés érvényes és eredményes lesz.

4.3 A mérés idősíkjai és az adatfelvétel módszerei

A tények, hogy az elégedettségi felmérés kultúráját most kívánja nemzeti park kialakítani, és továbbiakban felmérésekre épülő akciók megvalósítását tervezi a látogatói elégedettség emelése érdekében, abba az irányba hatnak, hogy a DINPI élni fog a már említett folyamatos: évente történő visszamérés lehetőségével. Így az ügyfelek véleményét folyamatosan követő monitoring, és az arra alapozott tevékenységfejlesztés egyre inkább beépülhet a szervezet működésébe.

Az elégedettség-mérés időpontja ideálisan a látogatás végeztével, azonnali visszajelzéssel történik, értéke, hogy így közvetlenül „tetten érhetők” az élmények. E módszerrel a DINPI munkatársainak esetleges asszisztálása mellett, az egyes kérdések félreértelmezésének és a mechanikus kitöltésnek is csökkenthető valószínűsége.

5 Az ügyfélelégedettség-mérés adatainak elemzése és a fejlesztések végrehajtása

5.1 Az eredmények értelmezése

Tekintettel arra, hogy életszerű, valós változtatásokat, fejlesztéseket kívánunk a szervezetben végrehajtani, és annak mentén ténylegesen növelni az ügyfél-elégedettséget, az eredmények értelmezése döntő lépés azok intézkedéssé alakítása előtt.

Az eredmények értelmezése mindig adott viszonyrendszerben történik. Ehhez a jelenlegi működési rendszer és a benne érzékelt elégedettség szolgál alapul. A DINPI szolgáltatásaival kapcsolatban érzékelt eddigi elégedettségi kép a következő:

Az ökoturisztikai és környezeti nevelési célokat iratlanul és nem „megmérten” is a pozitív emberi és szakmai hozzáállás, a magas látogatói elégedettségre való törekvés jellemezte eddig is.

Az érzékelt elégedettség

- egyrészt az informális visszajelzésekből,
- az NP területére visszatörténő többszöri látogatásokból,
- másrészt a rendezvényeken, kiállításokon kihelyezett vendégkönyvek bejegyzéseiből követhető nyomon.

A viszonylag alacsony számú elégedetlenségi jelzés szóban vagy az adott panaszhoz tartozó ügyiratban lelhető fel.

Tekintettel arra, hogy ilyen átfogó felmérésre még nem került sor, a jelenlegi felmérés a viszonyítási rendszer alapja lesz, és a jövőbeni ismétlésekor időbeli összehasonlításokat tesz lehetővé. Az intézkedések hatására létre jött pozitív változásokat így nyomon lehet követni, számszerűsíteni és visszajelezni az ügyfelek felé.

5.2 A kutatás és eredményei

A Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság aktuális ügyféligény- és elégedettségi felmérését - ahogy korábban is jeleztük - négy kiemelt (három budapesti és egy vidéki) látogatóhelyén folytatta le.

A felmérés során olyan kérdéseket tettünk fel, amelyekre kapott válaszok mentén intézkedési tervet fogalmazunk meg, hogyan tudunk több látogatót bevonni és a látogatói elégedettséget

növelni. A kérdőívet felhasználtuk arra is, hogy a természetre fogékony látogatói körben a nemzeti parkkal kapcsolatos ismertséget, aktivitást és elégedettséget teszteljük.

A kutatással DINP

- a természet iránt érdeklődőkről megtudta, milyen csatornán érdemes kapcsolatba lépni velük
- felmérte érdeklődési körüket, hogy milyen természethez köthető témákkal tudja megszólítani őket
- informálódott, mennyire ismertek számukra az NP és látogatóhelyei
- a látogatók elégedettségét is szondázta a mindenki számára elérhető benyomásokról, és az igénybe vett szolgáltatásokkal kapcsolatban is.

A kérdőívet összesen 91 látogató töltötte ki. Az egyes kérdéseknél ez a szám esetenként eltérhet.

5.2.1 Összegzés

A kutatás főbb megállapításai a következők:

- A látogatókra sokkal jellemzőbb, hogy mások és a saját korábbi élményeik alapján látogatnak el a park természeti területeire, minthogy más felsorolt információs forrást használnának.
- A válaszadók harmada ismeri DINPI éves programfüzetét.
- Az érdeklődési kör témák szerinti rangsora: madárvilág, erdők, kőzetek, növényvilág, állatvilág.
- A döntő többség a túrázás és természetfilmek által kapcsolódik a természethez.
- A válaszadók közel $\frac{3}{4}$ -e vásárolt már tanösvényfüzetet, ugyanakkor ennek a körnek csak alig több mint egytizede nevezett meg minimum egyet a füzetek közül.
- „Aki természetjáró, az nagyon az”☺: a válaszadók szinte mindegyike megjelölt minimum egy, majdnem fele legalább négy, 13 %-uk pedig több mint nyolc látogatóhelyet, ahol már járt.
- A túrázók mindössze 36%-a ismeri DINPI éves programajánló füzetét, és 32 %-uk vesz részt garantált túrákon.
- Elmondható, hogy a nemzeti parkkal kapcsolatos általános elégedettségi index igen magas, ez fokozottan igaz a programokhoz kapcsolódó elégedettségre azon belül pedig az emberi tényezőre még inkább.

5.2.2 A DINPI felmérés kitöltői kör statisztikai jellemzői

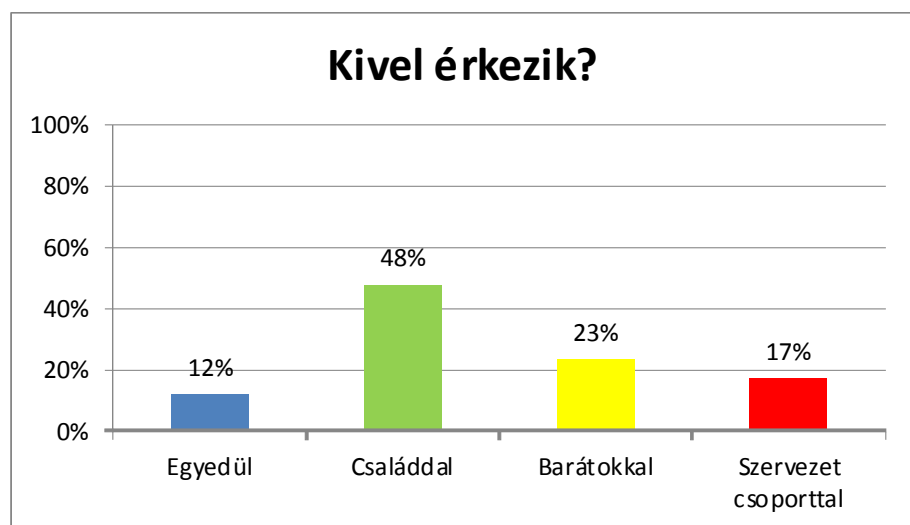
A kérdőívet 91 látogató töltötte ki 2014. májusában a DINPI négy látogatóhelyén. Elemzési szempontból a négy különböző helyet nem válogattuk szét, tekintettel az egyes helyekhez tartozó kisszámú kitöltésre.

Látogatási gyakoriság

A megkérdezettek közel háromnegyede (74 %) visszatérő látogató a nemzeti parkba.

Kivel érkezett?

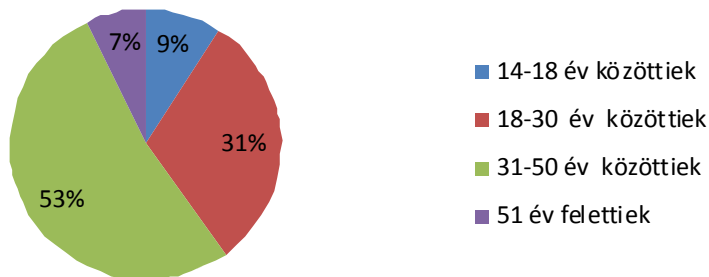
A kitöltő látogatók többségét az egyéni szervezésben, csoportosan: családi körben (48%), vagy baráti körben (23%) érkezők adják. További 17 %-uk szervezett csoporttal érkezik, és csak közel minden 8. látogató jött egyedül.



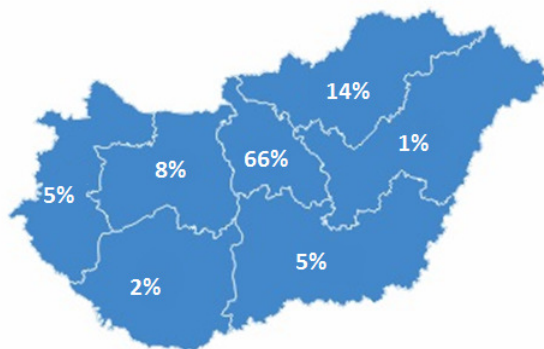
Korcsoportok szerinti megoszlásban

A legtöbb kitöltő a 31-50 éves korosztályt képviseli (53%). A második leggyakoribb korosztály a 18-30 évesek köre, 31%-kal. Az iskolások (14-18 év) és az idősebb korosztály (51 év-) aránya összesen is (9 és 7%) alig több, mint a fele a 18-30 éveseknek. Tehát a kutatás leginkább a fiatal-és középkorú felnőttek véleményét tükrözi.

Kitöltők korcsoport szerinti megoszlása



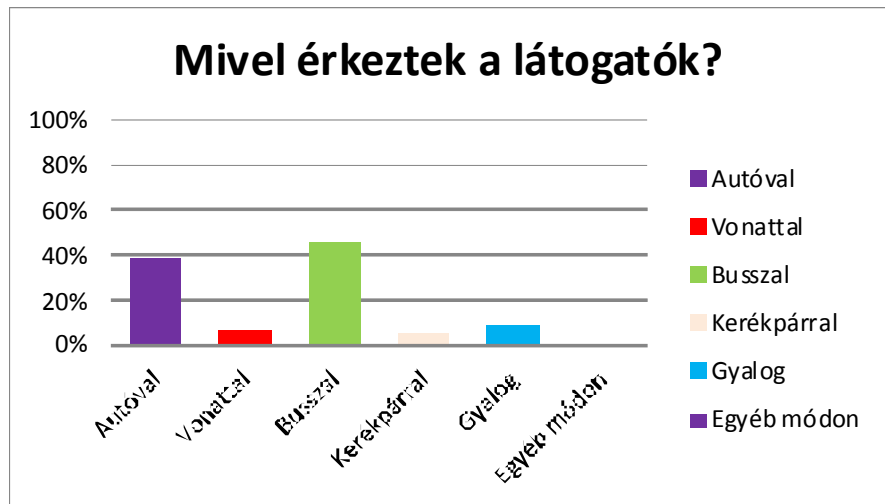
Kitöltők regionális megoszlása



Dunántúl emelkedik ki 8 %-kal.

Az érkezés módja

Az idelátogatók többsége, a jellemzően budapesti helyszínekből adódóan valószínűsíthetően helyi tömegközlekedéssel érkezik (busz 46 %) Magas még az autóval érkezők aránya is: 38 %. A többi érkezési mód jóval kevésbé népszerű a kitöltők között (10 % alatti).



A felmérés a következő részletes eredményeket hozta:

5.2.3 Kommunikációs csatornák

Azzal, hogy megkérdeztük, mi alapján döntöttek a látogatók, hogy ellátogatnak DINP -be, arra kerestük a választ, hogy milyen csatornán érdemes megszólítani őket. Több opciót is meg lehetett jelölni a javasolt 12 csatorna közül. A leggyakoribb az egy forrás (66 említés) megjelölése volt. Egyértelmű a „szájreklám” fölénye (42%), családtagok, barátok, ismerősök, pozitív élményei. Saját korábbi tapasztalatok hasonlóan magas arányban (38%) számítanak a döntésnél. A honlapról szerezhető információ még relative erős látogatást generáló erő (22%), (bár érdemes megjegyezni, hogy ez kb. fele akkora mozgósító erővel bír, mint a szájreklám!). Ezt követik az iskolai/munkahelyi szervezések (13%), ahol a kitöltők negyede jelölt meg konkrét intézményt, amely egyetem vagy óvoda volt. A közösségi média 12 %-kal áll az 5. helyen. A fennmaradó hét kommunikációs forrást 0-4 % közötti arányok jellemzik, amelyeknek tehát elhanyagolható hatásuk van a befolyásolásra és látogatásra készítésre. Fontos kiemelni, hogy ezek között szerepelnek a plakátok, kiadványok (4%), amelyek tartalmára és esztétikai megjelenésére DINPI relatív sok kreatív energiát fordít(!).



DINPI éves programfüzete is a kommunikációs „csatornák” eszközök, közé tartozik. Egyik kérdésben konkrétan azt firtattuk, hogy a kérdőívet kitöltők ismerik-e ezt a füzetet: a válaszadók harmada igen (34%), míg kétharmada (66 %) nem ismeri.

Arra is kíváncsiak voltunk, hogy milyen forrásból jutnak hozzá a természetkedvelők, erre 28 % válaszolt, és közülük 92 % emlékezett, hogy honnan kapta:

50 %-uk nemzeti parki látogatóhelyen, 32 %-uk ismerőstől, 9 %-uk a családban valakitől. Jól látható, hogy a látogatóhelyi terjesztés mellett ebben a témában is lehet az ismerősi, családi kapcsolatokra hagyatkozni.

A kommunikációhoz tartozik az is, hogy a kitöltők milyen arányban kérnek további tájékoztatást DINPI programjairól a jövőben: minden negyedik kitöltő (26 %) igényli ezt. Így DINPI a kutatás által is bővítheti adatbázisát.

5.2.4 Érdeklődési kör

Természet iránti érdeklődés - témák

Ezen a ponton rákérdeztünk, hogy mi érdekli a látogatókat, hogy lássuk, vannak-e olyan témák, és ha igen, akkor melyek ezek, amelyekben például a programterv összeállítása során erősebb fókusz indokolt a jelenleginél.



A kitöltőktől azt vártuk, hogy három őket érdeklő témát nevezzenek meg maguktól, teljesen szabadon.

Széles repertoárt kaptunk, amelyből - a hasonlóságok, és az altémák logikus összevonását és szétválasztását követően - az alábbi 26 téma alkotja az érintettek érdeklődési körét:

23

témák	össz- említés (db)	összrang- sor	1. helyen említés (db)	1. helyi rangsor	2. helyen említés (db)	2. helyi rangsor	3. helyen említés (db)	3. helyi rangsor
állatvilág	18	5.	6	5.	10	2.	2	
ásványok	3		1		2		0	
barlang	15		7	4.	7	4.	1	
emlősök	1		1		0		0	
élettelen természet	2		2		0		0	
élővilág	1		1		0		0	
erdők	24	2.	13	2.	3		8	1.
fenntartható fejlődés	1		1		0		0	
geológia	9		5		3		1	
hegyek	2		1		0		1	
horgászat	1		1		0		0	
hungarikumok	1		0		1		0	
hüllők, kételtűek	5		1		2		2	
kőzetek	23	3.	7		12	1.	4	3.
madárvilág	28	1.	17	1.	7		4	4.
növényvilág	22	4.	9	3.	8	3.	5	2.
régészet	1		0		0		1	
rovarok	4		1		1		2	
sportok	2		1		0		1	
termálvíz	2		0		1		1	
tanösvények	1		0		1		0	
természet	5		5		0		0	
természetvédelem	2		1		1		0	
túrázás	6		3		0		3	
utazás	1		0		1		0	
vízvilág	5		1		3		1	

Az eredményeket megvizsgálva azt látjuk, hogy szinte a teljes kitöltői kör (93 %) megnevezett minimum egy témát, 41 % pedig mindhárom helyre írt öt érdeklő javaslatot.

Az is látható, hogy az érdeklődés néhány favorit témakörre erősen koncentrált.

Összrangsor

Érdemes megfigyelni, hogy a kitöltési helyszínek hogyan befolyásolják a végeredményt: a „kőzetek” 3. helye a rangsorban érhető (kitöltés 56 %-a barlangi helyszínen történt), ha a további összevonásokat végzünk (ásványok, barlang, geológia, kőzetek) akkor viszont az ehhez a témához kapcsolódó érdeklődés 50 említéssel az élre kerül.

Ha tovább elemezzük az összrangsorban az előbbi összevonások mentén, de csak a barlangi kitöltőket nézve, akkor összesen 36 az említés, tehát azt látjuk, hogy a barlangi kitöltéssel eltérül az arány az érdeklődésben, ahhoz képest, hogy mekkora a barlangok aránya DINPI bemutatóhelyein belül. Az eredményt ennek tükrében érdemes felhasználni a továbbiakban, illetve érdemes külön számításba venni a barlangokhoz kapcsolható további érdeklődési köröket.

Az összrangsor a következő:

témák	össz- említés (db)	összrang- sor	1. helyen említés (db)	1. helyi rangsor	2. helyen említés (db)	2. helyi rangsor	3. helyen említés (db)	3. helyi rangsor
állatvilág	18	5.	6	5.	10	2.	2	
barlang	15		7	4.	7	4.	1	
erdők	24	2.	13	2.	3		8	1.
kőzetek	23	3.	7		12	1.	4	3-4.
madárvilág	28	1.	17	1.	7		4	3-4.
növényvilág	22	4.	9	3.	8	3.	5	2.

Első említések rangsora

Az általános tapasztalat szerint az első gondolat a leginkább meghatározó a vágy, szándék tekintetében, így a kutatások során is az első helyű említések a leginkább relevánsak.

Bár a minta kicsi, ezért érdemes a leggyakrabban előforduló első említéseket górcső alá venni bármilyen intézkedés megfogalmazásánál (lásd kiemelést késsel!).

témák	össz-említés (db)	összrang-sor	1. helyen említés (db)	1. helyi rangsor
állatvilág	18	5.	6	5.
barlang	15		7	4.
erdők	24	2.	13	2.
kőzetek	23	3.	7	
madárvilág	28	1.	17	1.
növényvilág	22	4.	9	3.

További említések rangsora

témák	2. helyen említés (db)	2. helyi rangsor	3. helyen említés (db)	3. helyi rangsor
állatvilág	10	2.	2	
barlang	7	4.	1	
erdők	3		8	1.
kőzetek	12	1.	4	3-4.
madárvilág	7		4	3-4.
növényvilág	8	3.	5	2.

A 2. és 3. helyi említéseknel a gyakoriságok száma csökken, emellett a szóródás nagy. Áttekintve az éves programfüzetet, kérdés, hogy mennyire harmonizál a program a fenti igényekkel.

A 2014-es programajánlóban meghirdetett túrák téma szerinti eloszlása:

témák	db	rangsor
állatvilág	44	2.
barlang	3	7.
erdők	23	5.
kőzetek	4	6.
madárvilág	40	3.
növényvilág	28	4.
Egyéb	71	1.

Az egyéb témaként megjelölt túrák között van számos olyan, ami nem specializálódik egyik fenti témában sem, hanem az adott élőhelyet mutatja be annak minden részletére kiterjedően. Mivel a természet és az élővilág igen színes és előre ki nem számítható, így egy ilyen túrán jó értelemben bármi előfordulhat, előre nem tudható „csodákat” lehet látni. A túravezető is alkalmazkodik az igényekhez és az érdeklődési kör megismerése után specializálódni tud mind témában, mind mélységben.

Előfordul még számos csillagnéző túra, kulturális és családi program, jeles nap köré szervezett rendezvény, kenu- és biciklitúra, amik nem sorolhatóak egyértelműen a fenti témák egyikébe sem.

A fentiek alapján „akut” intézkedést a programok szerkezetére nem fogalmazunk meg.



Természet iránti érdeklődés - aktivitás

Arra a kérdésre, hogy milyen módokon van kapcsolatban a természettel (mit csinál): a válaszolók döntő többsége a túrázás (87 %) és természetfilmek (63%) által kapcsolódik a természethez. Nagyon „leszakadva” következnek a természetről szóló előadások (26%), akciók az állatok, növények megfigyelésére (18 %), majd az egyebek (15 %), ahol a válaszadók közel 70 %-a meg is nevezte, hogy „hogyan másképp” van kapcsolata a természettel, pl. saját szervezésű túra, TeSzedd!, fotózás, vadászat, madármegfigyelés.

Választ vártunk arra is, hogy részt vesznek-e a természetkedvelők DINP garantált túráin. Itt is rendre egyharmad (34 %) és kétharmad (66 %) volt az arány a „nem-ek javára”.

A kitöltők legtöbbször (51 %) két időtöltési módot nevezett meg, amelyek közül a túrázás iránti érdeklődést tovább boncolva arra jutunk: a túrázók mindössze 36% arányban ismerik DINPI éves programajánló füzetét, és 32 %-uk vesz részt garantált túrákon, tehát a kommunikációt illetően vannak NP-nek „mozgósítható tartalékai” a túrázást preferálók körében.

Az aktivitással kölcsönhatásban vannak a túrázáshoz hasznos tanösvényfüzetek: minél több a tájékoztató anyag, annál inkább fokozhatja az aktivitást. Arra a kérdésre, hogy „Vásárolt-e már tanösvényfüzetet?” a válaszadók 71 %-a adott pozitív választ. Ebből arra lehet következtetni, hogy a konkrét, részletes információt tartalmazó kiadványok, amelyeket megvásárolni lehet, körülbelül kétszer olyan ismertek, mint az éves programfüzet.

Sőt, az előző esetben ismertséget néztünk, itt pedig vásárlást. Tehát itt nem egyszerűen az ismertség kétszeres, hanem az adatok alapján kétszeres arányú vásárláshoz vezet, aminek oka lehet például:

- garantált túrákról más forrásból tájékozódnak az érdeklődők (ahogy láttuk, szájreklám útján, internetről...)
- látogatóhelyek erősebben promotálják az árusított Cincér-és más tanösvényfüzeteket, mint az éves programajánlót, stb.

Kértük, hogy konkrét füzeteket is nevezzenek meg.

Az „ismertség körülbelül kétszeres vásárlási arányhoz vezet” kijelentést a következő adatok ismeretében, érdemes pontosítanunk a „feltehetőleg” szócskával. Tekintettel arra, hogy összesen 16 említés történt a 91 kitöltő által. Egyet a kitöltők 13,4 %-a, kettőt 3,2 %-a, míg hármat 1,1 %-a nevezett meg. 2,2 % volt, aki gyűjtődobozt vagy sorozatot említett.

Az alacsony megnevezési aránynak oka lehet:

- a kitöltők lustasága
- nem emlékeztek, hogy melyeket vették
- kisebb arányban vásároltak, mint amennyien ezt jelezték.

A hangsúlyozottan kisszámú említés során Nagy-Szénás, Ócsa, Fóti- Somlyó és Sas-hegy fordult elő ismételtén.

A nemzeti park ismertségére vonatkozó információk –látogatottság

A Duna-Ipoly Nemzeti Park látogatóhelyeinek nem az ismertségét néztük ennél a kérdésnél, hanem a konkrét látogatottságot: a megnevezett 28 látogatóhely közül a válaszadók szinte mindegyike (96%) megjelölt minimum egy látogatóhelyet, majdnem fele (49%-a) legalább négy látogatóhelyet, 13 %-uk pedig több mint nyolcat.

A legtöbben három látogatóhelyen jártak már a felsoroltak közül.

Az említések gyakorisága szerint a kitöltők által a leginkább és legkevésbé látogatottak az alábbi helyek (zárójelben az említések száma):

A leglátogatottabbak	Legkevésbé látogatottak
1.Pál-völgyi barlang (58)	1.Pálfája Oktatóközpont (0)
2.Szemlő-hegyi barlang (51)	2-3.Tanösvény a Turjánban (1) Haraszt-hegyi tanösvény (1)
3.Sas-hegyi Látogatóközpont/tanösvény (49)	4-6. Pálfája tanösvény (2) Kőkörcsin Erdei iskola (2) Páskom legelő tanösvény (2)
4.Alcsúti Arborétum (26)	
5-6.Királyréti Erdei Iskola (24) Mátyás-hegyi barlang (24)	

A kitöltési helyszínek kétségtelen befolyással bírnak az említési gyakoriságokra (lásd leglátogatottabb 1-3.), de ettől függetlenül is dobogósnak ítélnéljük e három látogatóhelyet népszerűségi és látogatottsági szempontból. Ennek fő oka a fővárosban való elhelyezkedésük, könnyű megközelíthetőségük.

Negyedik kitöltési hely a Dinnyési-Fertő, amelynél 11 említés történt (az adatsor mediánja 7, így a 11 említéssel ez a hely az inkább népszerű bemutatóhelyek közé tartozik).

5.2.5 Elégedettség

- Az általános elégedettség mérése

28

A kommunikáció, érdeklődés, látogatottság feltérképezését követően a DINPI területén szerzett tapasztalataikról, elégedettségükről kérdeztük a kitöltőket:

Az értékelésben a változók négy különböző értéket vehettek fel az elégedettség-elégedetlenség skálán. (teljes mértékben elégedett voltam = teljes mértékben elégedetlen voltam=1;) (Bár explicit nem a rangsorra kérdeztünk rá, de a szöveges változók számszerűsítését követően rangsornak hívjuk a „kialakult” sorrendet.) Az eredmények az alábbiak szerint alakultak:

Mérendő változó	Rangsor az összes válaszadónál *	Átlagos érték	Rangsor a visszatérő látogatóknál **	Átlagos érték
a) alapvető tájékoztatás, útbaigazítás (táblák, személyes információadás stb.)	2.	3,56	2.	3,59
b) személyzet látogatókhoz való viszonyulása	1.	3,82	1.	3,87
c) kiszolgáló helyiségek minősége, tisztasága	3.	3,53	3.	3,48
d) kiegészítő szolgáltatások (étkezés, szállás stb.) minősége	4.	3,45	4.	3,43

*Az összes válaszadó =100%

**Visszatérő látogató DINPI területén =74%

Alapvetően magas átlagos értékeket mértünk a 85-91 válaszadó értékeléséből, az általános elégedettség (3,45-3,82) átlaga: 3,5. Kiemelkedik a személyzet látogatókhoz való viszonyulásának pozitív értékelése, kicsit lemaradva követi az összes többi érték. Ha bármilyen elemzést szükséges ehhez a tényhez társítani, akkor azt, hogy a változók közül a személyi tényezőnél kiemelten magas az elégedettség, míg a kommunikáció, az infrastrukturális és kényelmi szolgáltatásoknál pedig magas.

Ami még érdekes lehet: a visszatérő látogatóknál alacsonyabb az infrastruktúrával és a kiegészítő szolgáltatásokkal való elégedettség mértéke, mint az „első” látogatóknál.

Arra is megkértük a látogatókat, hogyha valamivel esetlegesen „teljesen” elégedetlenek voltak, akkor annak okát osszák meg velünk. A közel 720 véleménynyilvánításból a

kommunikáció (tájékoztatás) relative magas értékei mellett (2. helyen áll a rangsorban) a kis számú elégedetlenségi (5 db) megjegyzések szinte kivétel nélkül a kitáblázásra vonatkoznak.

Ha azt vizsgáljuk, hogy az elégedettség a visszatérő látogatóknál milyen helyzetet mutat az összes látogatóhoz képest, akkor azt látjuk, hogy mind a rangsor, mind az elégedettség átlagos mértéke magas, és véletlenül ugyanaz az érték (3,59-3, 59).

- **Elégedettségmérés konkrét programokhoz köthetően**

Mérendő változó	Rangsor az összes válaszadónál	Átlagos érték	Rangsor a többszöri látogatóknál	Átlagos érték
e) a program tartalma	4.	3,70	4.	3,76
f) a program szervezettsége	3.	3,74	3.	3,79
g) a programot vezető szakértelme	1.	3,84	1.	3,91
h) a programot vezető hozzáállása, kommunikációja	2.	3,82	2.	3,90

Örvendetes tény, hogy DINPI területén megfordulók szinte kivétel nélkül (85-86 fő a 91-ből) nemcsak látogatók, hanem programrésztvevők is. A programok a fenti, általános elégedettséghez képest még magasabb, átlagosan 3,78-as, a „teljes mértékű” elégedettséghez erősen közelítő értékeket kaptak.

Részleteiben vizsgálva az eredményt, az emberi tényezőhöz kapcsolódó elégedettség itt is kiemelkedő, az élen a programvezető személye áll mindkét bemért szempontból.

A nemzeti parkba visszatérő kitöltőknél az elégedettség átlagos mértéke még magasabb (!) (3,84), mint az összes látogató esetében.

Az értékelések alapján itt sem változott a rangsor, a programvezetőkkel kapcsolatos elégedettség vezet, mind a szakmai, mind a hozzáállásbeli tényezőnél.

5.3 A felmérési-vizsgálati folyamat értékelése

A felmérés folyamatát és eredményeit vizsgálva a projekt szereplői megállapítják, hogy a folyamat zökkenőmentesen zajlott, és a tervezett keretek között várható tartalomra, értékelhető és használható eredményeket hozott. Ilyen módon a folyamat az ismételt mintavételkor nem igényel változtatást.

5.4 Az adatok prezentálása

Az eredmények intézkedésekké alakítása szempontjából nagyon fontos szerepe van a kommunikációnak, bevonásnak, szervezeten belül és kívül is.

A szervezet tagjai az egyes szakterületek munkatársai és vezetőik a felelősek a megfogalmazott intézkedések gyakorlatba ültetéséért, így bevonásuk, a visszajelzés, az együttgondolkodás, véleménynyilvánítás lehetősége kritikus a siker szempontjából.

A kitöltők, az ügyfelek felé pedig már az első visszajelzés a kutatási eredményekről is értékes, elégedettség-növelő gesztus, amit kívánatosan tovább építenek az intézkedésekről kapott visszajelzések is a későbbiekben.

30

5.5 A tapasztalatok intézkedésekké alakítása és a további teendők

Az elégedettség javítása kétféleképpen valósítható meg: vagy bővítjük az elégedettek körét, vagy szűkítjük az elégedetlenekét. DINPI abban a szerencsés helyzetben van, hogy jellemzően az elégedettek számát vagy az elégedettség szintjét célszerű növelni. Nincs szükség egy akut probléma azonnali elhárítására, sokkal inkább a hosszú távú, a kutatás által kimutatott erősségek további erősítésére az ügyfelek elégedettségének megtartása, esetenként növelése érdekében. A helyzetet éppen azért az akciók kifejezés jobban leírja, mint az „intézkedés”. A felmérés megállapításaihoz a következő akciók kapcsolhatók:

- Kommunikáció

„A látogatókra sokkal nagyobb mértékben jellemző, hogy mások és a saját korábbi élményeik alapján látogatnak el a park természeti területeire, minthogy más felsorolt információs forrást használnának”

Egyértelmű tehát a „szájreklám” útján terjedő információk és meggyőző üzenetek pozitív hatása a látogatottságra. Az eredmények alapján mindenképp érdemes a promócióban a szájreklám erejére hagyatkozni. Ehhez jó alap DINPI dinamikusan növekvő látogatói köre, amely multiplikálni tudja ezt a hatást, így érdemes azon gondolkodni, hogyan „foghatók hadra” szervezeten DINPI céljainak elérésére: akció, amely mozgósító erővel bír, alkalmas lehet arra, hogy támogassa NP népszerűsítését. Ötlet: Nemzeti Parki – „Csak egynek add tovább!” játék (alapja a Milton-elv, mely szerint 6 emberen keresztül bárkihez el lehet jutni a világon).

„A túrákat első helyre sorolók mindössze 36%-a ismeri DINPI éves programajánló füzetét, és 32 %-uk vesz részt garantált túrákon”.



Az emberek nagy része első helyen emelte ki a túrázást, mint aktivitást, ezért van egy tömegbázis, amire építeni lehet, és a fenti adatokból látszik, hogy a „másik oldalon” a lehetőségeket illetően van tartalék.

A hajdani „Tájak, korok, múzeumok” kezdeményezés mintájára, ki lehet alakítani egy olyan rendszert, amely nyilvántartja a garantált túrákon való részvételt, és bizonyos teljesítések után honorál.

- **Érdeklődés**

„A döntő többség a túrázás és természetfilmek által kapcsolódik a természethez.”

Egyrészt lásd „A tájak, korok, múzeumok” résznél az akciójavaslatot.

Másrészt a természetfilmek iránti érdeklődést szintén igyekszünk NP javára fordítani. Mérlegeljük annak lehetőségét, hogy filmvetítéssel egybekötött élő szakértői kommentárral, egy ismert tudóstól, természetkutatótól hogyan adhatunk hozzáadott értéket a közönségnek. Innen további népszerűsítő lehetőségek vannak (Jókai kora, DINPI –Klub), az ismert szakértő tart szakvezetést a szabadban, vagy télen beltéri beszélgetéseket.

„Az érdeklődési kör témák szerinti rangsora: madárvilág, erdők, kőzetek, növényvilág, állatvilág.”

- **Ismertség**

- *„A válaszadók szinte mindegyike megjelölt minimum egy, majdnem fele legalább négy, 13 %-uk pedig több mint nyolc látogatóhelyet, ahol már járt.”*

Az „Aki természetjáró, az nagyon” mottó is kerülhetne a fenti megállapítás élére.

Ők tehát az a bázis, akikre DINPI támaszkodhat, akkor amikor mozgósítani célszerű, illetve akkor is, amikor ezt a kört, újabb és újabb alkalommal és módokon szeretné viszontlátni bemutatóhelyein. Akció megfogalmazása aktuálisan nem indokolt, csak a folyamatos fenntartás.

- **Elégedettség**

„Elmondható, hogy a nemzeti parkkal kapcsolatos általános elégedettség is magas, ez fokozottan igaz a programokhoz kapcsolódó elégedettségre ... azon belül pedig az emberi tényezőre még inkább”

Megítélésünk szerint a helyzet prompt beavatkozást nem igényel, csak folyamatos szinten tartást.

Ezen megoldások alapfeltétele, hogy az illetékesek és Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály együtt dolgozik az akciókkal kapcsolatos lépések kidolgozásán, források biztosításán. Ez jelenleg is zajlik.

Lásd még a javasolt akciókat az Ügyfélkarta 6.3. pontjában.

5.6 A fejlesztések nyomon követése

A fejlesztések nyomon követését a látogatókkal való párbeszéd jegyében feljűk DINP átláthatóvá teszi.

6 Ügyfélkarta

6.1 Az ügyfélkarta célja

Az ügyfélkarta célja a DINPI-re vonatkozó minőségi sztenderdek meghatározása, melyek közvetlen hatással vannak a szervezet működési színvonalára, annak javítására. Ennek keretében DINPI minőségi szolgáltatás nyújtására kötelezi magát, törekedve ezzel az ügyfelek megelégedettségi szintjének növelésére és ezzel a szervezet ügyfelekkel való kapcsolatának fejlesztésére.

6.2 Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság Ügyfélkarta elvek

A Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság Ügyfélkarta a DINPI és mindenkor ügyfelei által megkötött íratlan szerződés, a DINPI által a szolgáltatás elvart minőségére, a kétirányú kommunikációra tett kölcsönös ígélet.

Az Ügyfélkartában foglaltak a következő keretek között működnek:

- Ügyfélközpontú sztenderdek
- Folyamatos figyelem kétoldalú kommunikációra, párbeszédre DINPI és ügyfelei között
- Mindkét fél elköteleződése a Karta működtetése mellett



▪ Alapelvek

- Nyilvánosság, számon kérhetőség

Az ügyfélkarta tartalma a nyilvánosság számára elérhető, számon kérhető, ennek érdekében DINPI azt természeti területein, látogatóhelyein kifüggeszti, honlapján elérhetővé teszi.

- Információ

DINPI a célokról, tevékenységről és a szolgáltatásokról mindenki által könnyen elérhető információkat fogalmaz meg és frissít, ha az indokolt.

- Diszkriminációmentesség

DINPI szolgáltatásait mindenki számára elérhetően egyenlő feltételek mellett nyújtja

- Panaszjog és szolgáltatások javításának kezdeményezése

DINPI ügyfeleinek joga és lehetősége, hogy DINPI felé panasszal és a szolgáltatások színvonalának javítására tett kezdeményezésekkel éljenek.

DINP-nek kötelessége

- ezeket egy visszajelzés-kezelési rendszerben rögzíteni
- kivizsgálni, dönteni a javítási kezdeményezések sorsáról
- intézkedéseket tenni a panaszok kezelésére, illetve
- a panaszok és javítási kezdeményezés jellegétől függően ezek sorsáról egyéni vagy nyilvánosság előtt történő (pl. közérdek) visszajelzéssel azokat lezárni.

- Kompenzáció és jutalmazás, jogorvoslat

Ügyfelek panaszai esetén DINPI bocsánatkérő levelet küld, és az ügy súlyosságától és a panasz jogosságától függően kompenzációt nyújt, illetve a szolgáltatási színvonal emelésének érdekében javasolt kiemelten ötletes, hasznos újítások elfogadása, és működésbe történő beépítése esetén jutalmat ad.

A DINPI tevékenysége közszolgálati szempontból teljesen egyedi a többi közszolgálati tevékenységhez képest. Az ügyfélkarta keretein belül vállalt eredménytényezők ügyfél-elégedettségi szempontból kulcstényezők közé tartoznak, így ezeknek a vállalásoktól való esetleges elmaradása, jellemzően nem eredményez panaszt, sőt jellemzően még az elégedetlenség növekedéséhez sem vezet. Ezek alapján jogorvoslati módok definiálása nem indokolt.

- Garancia a sikeres működésre

„A karta lényege az, hogy az általa együttműködők azt hasznosnak élik meg és működtetik.”

Ennek alapjai

- Valós igények
DINPI folyamatosan figyeli, hogy mik az ügyfelei valós igényei
- A vállalatok rendszeres felülvizsgálata
Az igényekhez kapcsolódóan a Karta vállalatát rendszeresen (évente) felülvizsgálják
- A szervezet belső motivációja
DINPI gondoskodik arról, hogy munkatársai lelkesedéssel, megfelelő hozzáállással szolgálják ki az ügyfeleiket
- Teljesíthető célok
DINPI olyan célokat tűz ki, vállal fel az ügyfelei felé, amelyek számára teljesíthetőek, nem jelentenek elviselhetetlen emberi erőforrásbeli és anyagi terheket

- Bevezetés

Amennyiben DINPI betartja Karta előírásait és az ügyfelek is élnek rögzített jogaikkal, akkor a Karta működő és eredményes lehet.

- Karta kezelése
DINPI-n belül az Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály (elérhetőségei: dinpi@dinpi.hu) felel a Karta létrehozásáért, működtetéséért és a nyilvánosság felé történő kommunikációért
- Szervezeti egységek önkéntes csatlakozása
DINPI szervezeti egységei önállóan döntenek el, hogy csatlakoznak-e a Kartához, amennyiben igen, akkor megfogalmazzák saját, vállalható szolgáltatási sztenderdjeiket

6.3 A DINP Ügyfélkarta: aktuálisan kitűzött szolgáltatási célok és azok eredményparaméterei

DINPI szervezet egészének vállalásai az Ügyfélkarta szellemében

- A DINPI szervezet vállalja, hogy folyamatosan újabb és újabb szervezeti egységei fognak az Ügyfélkarta szellemében működni:

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (=az elérendő cél rögzítése hosszabb távon)
eddig nem volt ilyen kezdeményezés	2015-től évente egy-egy újabb szervezeti egység csatlakozik	folyamatos

Ökoturisztikai és Környezeti Nevelési Osztály vállalásai:

- A DINP által kezdeményezett, a látogatók körében végzett felmérés szerint a legtöbben a családtagok, barátok, ismerősök véleménye, tapasztalatai, ajánlása alapján jöttek el először a nemzeti parkba. Annak érdekében, hogy az ilyen típusú népszerűsítést támogassa, DINPI játékos akciót indít:

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (=az elérendő cél rögzítése hosszabb távon)
nem volt ilyen kezdeményezés	évente egy újabb akciót indít	folyamatos

- A látogatók körében végzett kutatás alapján kiemelt érdeklődési körök, népszerű témák fogalmazódtak meg. Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság vállalja, hogy ezek alapján következő éves programtervezetét felülvizsgálja:

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (=az elérendő cél rögzítése hosszabb távon)
nem volt ilyen kezdeményezés	évente	évi rendszerességgel

- A kutatásban jelzett adatok alapján Duna-Ipoly Nemzeti Park éves programajánlójának népszerűsítése érdekében garantált programjain „trófeagyűjtő” akciót indít, és a kiemelten aktív túrázókat jutalomban részesíti:

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (= a hosszabb távon az elérendő cél rögzítése)
nem volt ilyen kezdeményezés	évente	évente újabbat



- A kutatásban ugyancsak jelzett adatok alapján 2014-től a tanösvényeken játékos családi versenyeket ír ki, melyek feladatainak megoldásához a tanösvényfüzetekben található információk nyújthatnak segítséget. A legjobban teljesítő csapatok között havonta jutalmat sorsol ki.

36

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (= a hosszabb távon az elérendő cél rögzítése)
nem volt ilyen kezdeményezés	évente	évente megújítja a versenyt, játékot

- Tekintettel a visszatérő ügyfelek véleményére DINP ügyfélelégedettségi felmérése alapján magasnak ítélt elégedettség (4-es skálán 3,48) mellett is tovább kívánja növelni kiszolgáló helyiségeinek, minőségét, tisztaságát.

Minimál sztenderd (korábbi vagy jelenlegi minimálcél)	Átlagos sztenderd (jelenlegi cél)	Legjobb eredmény sztenderd (=az elérendő cél rögzítése hosszabb távon)
eddig 25 %-ában volt napi szintű takarítás	2014-ben 30%-ban	2015-től 35 %-ban



7 Mellékletek

Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság – látogatói kérdőív

Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság – látogatói kérdőív

Kedves látogatónk!

Megkérjük, hogy válaszoljon kérdéseinkre, így támogatva munkánkat, hogy többet, magasabb színvonalon szolgáltatthassunk Önnek! A válaszokat minőségbiztosítási céljaink eléréséhez használjuk fel, a kitöltés önkéntes, segítségét apró ajándékkal köszönjük meg!

1. Honnan értesült, mi alapján döntött arról, hogy ellátogat a Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság (DINPI)területére?

- korábbi saját élmény (ha már járt itt)
- család, barátok élményei
- honlapon talált információk: www.
- közösségi média (Facebook stb.)
- elektronikus hírlevélre iratkoztam fel, és onnan
- nyomtatott hírlevélből értesültem valamiről, ami érdekel (köszönjük, ha megnevezi!)
.....
- rendezvények, kiállítások (UTAZÁS / FEHOVA...)
- tourinform iroda
- egyéb turisztikai szolgáltatók
- kiadványok plakátok
- civilszervezet kezdeményezése
- munkahelyem / iskolám szervezése.....

2. Milyen témák érdeklik a természettel kapcsolatban? (pl. madárvilág, kőzetek, erdők...)

1.2.3.

3. Jellemzően milyen módokon van kapcsolatban a természettel? (több válasz is adható!)

- természetvédelmi előadások
- túrák
- természetfilmek (neten, tévében, moziban)
- akciók az állatok, növények megfigyelésére, megmentésére
- természetvédelmi klubba járok
- egyéb, éspedig.....



4. a) Ismeri-e DINPI éves programajánló-füzetét?

- igen
- nem (ha nem, ugorjon a 5. kérdésre!)

b) Emlékszik, milyen forrásból jutott hozzá?

5. Részt vett-e már garantált (az előre meghirdetett – programajánló füzetben, honlapon megtalálható) programokon?

- igen
- nem

a) Vásárolt-e már tanösvényfüzetet?

- igen
- nem (ha nem, ugorjon a 6. kérdésre!)

b) Ha igen, melyeket és milyen célból?

6. A DINPI mely bemutatóhelyein járt már? (Jelölje ezeket!)

- Sas-hegyi Látogatóközpont/tanösvény
- Királyréti Erdei Iskola és Látogatóközpont
- Kökőrcsin Erdei iskola
- Pálfája Oktatóközpont
- Pál-völgyi-barlang
- Szemlő-hegyi-barlang
- Mátyás-hegyi barlang
- Jókai-kert
- Alcsúti Arborétum
- Ócsai tájház
- Dinnyési-Fertő
- Selyem-réti tanösvény
- Tanösvény a Turjánban
- Strázsa-hegyi tanösvény
- Földtani tanösvény
- Madárdal tanösvény
- Jági tanösvény
- Haraszt-hegyi tanösvény
- Apródok útja tanösvény
- Páskom legelő tanösvény
- Fóti-Somlyó tanösvény
- Nagy-Szénás tanösvény
- Sisakvirág tanösvény
- Királyréti Látogatóközpont és tanösvény
- Pálfája tanösvény
- Pilis Len Látogatóközpont
- Ipoly-völgy (Dejtár)
- Hajta túra Farnos/Tápiószentmárton

7. Látogatóként mi a véleménye az alábbiakról? (jelölje x-szel a véleményével egyező jellemzőt!) (Ha valamiről nincs tapasztalata, az adott válasz betűjelét a sor elején húzza át!)

	teljesen elégedetlen voltam	inkább elégedetlen voltam	inkább elégedett voltam	teljesen elégedett voltam
általános benyomások				
a) alapvető tájékoztatás, útbaigazítás (táblák, személyes információadás stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) személyzet látogatókhoz való viszonyulása	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) kiszolgáló helyiségekről összbenyomása (igényes kialakítás; tisztaság)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



d) a szabadban kialakított pihenőhelyeknek a látogatók igényeihez illeszkedése	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
programokról szerzett tapasztalatok				
e) a program tartalma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) a program szervezettsége	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) a programot vezető szakértelme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) a programot vezető hozzáállása, kommunikációja, stílusa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ha valamivel **teljesen ELÉGEDETLEN**, köszönjük, ha megosztja velünk az okát:

válasz betűjele	ok rövid leírása

8. Kér-e további információt a DINPI-ről és programjairól?

- igen, hírlevelet a kérdőív végén található e-mail címemre
- köszönöm, nem

9. Feldolgozást segítő adatok (kérjük, jelölje a megfelelőt!)

Kérjük, adja meg a kitöltés **helyszínét!**

.....

Hányadik alkalommal jár a DINPI-hez tartozó területen?

- először
- másodszor vagy többször

Kivel érkezett?

- egyedül
- családdal
- barátokkal
- szervezett csoporttal (kinek)..... a szervezésében

Milyen korosztály tagja?

- 14-18 év
- 18-30 év
- 31-50 év
- 51-

Melyik régióból érkezett?

- Nyugat-Dunántúl
- Közép-Dunántúl
- Dél- Dunántúl
- Észak-Magyarország
- Közép-Magyarország
- Észak-Alföld
- Dél-Alföld

Milyen közlekedési eszközzel érkezett?

- autóval
- vonattal
- busszal
- kerékpárral
- gyalog
- egyéb módon

Köszönjük válaszait, és amennyiben érdeklí felmérésünk eredménye, megosztjuk Önnel!

- Igen érdekel, kérem küldjék el alábbi e-mail címemre:

A Nemzeti Park Igazgatósággal történő kapcsolattartáshoz a következő **e-mail címet** adom meg:.....@..... (köszönjük, ha nyomtatott betűvel tölti ki!)





8 Rövidítések

DINP	- Duna-Ipoly Nemzeti Park
DINPI	- Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság
NP	- Nemzeti Park

40

Budapest, 2014. június 2.

.....
Duna-Ipoly Nemzeti Park
Igazgatóság

.....
Vanin Vezetési Tanácsadó Kft.

.....
Responsum Kft.