

MISKOLCI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

SZAKDOLGOZATI FELADATKIÍRÁS

HALLGATÓ NEVE: BERNÁTH BETTINA

NEPTUNKÓD: DMT5YI

KÉPZÉS MEGNEVEZÉSE: NAPPALI BA

SZAK MEGNEVEZÉSE: KERESKEDELEM-MARKETING

SZAKIRÁNY MEGNEVEZÉSE: MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ

ILLETÉKES INTÉZET / TANSZÉK: MARKETING ÉS TURIZMUS INTÉZET

SZAKDOLGOZAT CÍME: HARSÁNY KÖZSÉG TELEPÜLÉSMARKETING SZEMPONTÚ ELEMZÉSE ÉS
LAKOSSÁGI ELÉGEDETTSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

JELÖLT ÁLTAL KIDOLGOZANDÓ FELADATOK:

1. KÉSZÍTSE EL HARSÁNY TELEPÜLÉSMARKETING SZEMPONTÚ ELEMZÉSÉT!
2. VÉGEZZEN ELÉGEDETTSÉGI VIZSGÁLATOT A LAKOSSÁG KÖRÉBEN!

BÁZISSZERVEZET NEVE: -

KÜLSŐ KONZULENS NEVE, BEOSZTÁSA: -

BELSŐ KONZULENS NEVE, BEOSZTÁSA: DR. MARIEN ANITA, EGYETEMI DOCENS

A SZAKDOLGOZATI FELADATKIÍRÁS KIADÁSÁNAK IDŐPONTJA: 2023.09.22.

Miskolc, 2023.11.02.

.....
Intézetigazgató aláírása

MISKOLCI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

KONZULTÁCIÓS LAP

HALLGATÓ NEVE: BERNÁTH ZETTINA

NEPTUNKÓD: DMT051

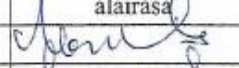
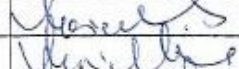
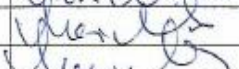
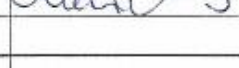
SAKDOILOZOZAT CÍME: Hazánk községtelepülésmarketing stratégiai elemzése előtakarozó megbeszélésének

BÁZISSZERVEZET NEVE, CÍME: vizsgálata

BELSŐ KONZULENS NEVE, BEOSZTÁSA: Dr. Horváth Anita, egyetemi docens

KÜLSŐ KONZULENS NEVE, BEOSZTÁSA: _____

A konzultációk időpontja:

Belső konzultáció időpontja	Belső konzulens aláírása	Külső konzultáció időpontja	Külső konzulens aláírása
2023. 04. 11.			
2023. 05. 22.			
2023. 08. 31.			
2023. 09. 20.			
2023. 10. 19.			

A szakdolgozat beadható:

Dátum 2023. 10. 24.



Belső konzulens aláírása

Dátum _____

Külső konzulens aláírása

EREDETISÉGI NYILATKOZAT

NÉV: BERNÁTH BEATTA _____

NEPTUNKÓD: DM15YI _____

SZAKDOLGOZAT CÍME: HARSÁNY KÖZSÉG TELEPÜLÉSMARKETING SZEMPONTÚ FLEMLÉSE ÉS LAKOSSÁGI ELÉGEDETTSÉGÉNEK VIZSGÁLATA _____

Fent nevezet büntetőjogi és fegyelmi felelősségem tudatában kijelentem, hogy szakdolgozatomban minden szövegrész, ábra és táblázat – a megfelelően hivatkozott részek kivételével – a saját munkám eredménye, a dolgozat más dokumentumra – beleértve korábbi szakdolgozatom/diplomamunkám szakmai részeit is – nem támaszkodik.

Tudomásul veszem, hogy szakdolgozat esetén plágiumnak számít:

- szószerinti idézet közlése idézőjel és hivatkozás megjelölése nélkül;
- tartalmi idézet hivatkozás megjelölése nélkül;
- más publikált gondolatainak saját gondolatként való feltüntetése.

Alulírott kijelentem, hogy a plágium fogalmát megismertem, és tudomásul veszem, hogy plágium esetén szakdolgozatom visszautasításra kerül, és fegyelmi eljárás megindítását vonhatja maga után.

Kijelentem továbbá, hogy szakdolgozatom nyomtatott és elektronikus (CD-n benyújtott, az Egyetem honlapjára feltöltött) példányai formailag, szerkezetileg és tartalmilag megegyeznek.

Kelt: Miskolc, 2023. 10.24.


Hallgató aláírása

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Marketing és Turizmus Intézet

**Harsány község településmarketing szempontú elemzése
és lakossági elégedettségének vizsgálata**

Bernáth Bettina

2023

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	1
1. RÉGIÓ ÉS TELEPÜLÉSMARKETING	2
1.1. A régió fogalma	2
1.2. Társadalmi marketing definiálása	2
1.3. A régió és településmarketing fogalma	4
1.4. A település, mint termék	5
1.5. Az RTM stratégiai elemzésének folyamata	6
2. HARSÁNY KÖZSÉG BEMUTATÁSA ÉS ELEMZÉSE	7
2.1. A település bemutatása	7
2.2. Értékaudit	8
2.2.1. Történelmi háttér	8
2.2.2. Demográfiai adatok	9
2.2.3. Foglalkoztatottság	11
2.2.4. Oktatási intézmények	12
2.2.5. Egészségügyi intézmények	13
2.2.6. Gazdasági teljesítmény	14
2.2.7. Természeti adottságok, turizmus, rendezvények	16
2.2.8. Infrastruktúra	17
2.3. Célcsoportaudit	17
2.3.2. További kiemelt célcsoportok	22
2.4. Tevékenységaudit	23
2.4.1. Kínálati fejlesztés	23
2.4.2. Kommunikációs kompetencia	25
2.5. Versenytársaudit	27
2.6. Imázsaudit	29
2.6.2. Telephelyimázs	31
2.6.3. Kooperációs imázs	31
2.6.4. Kulturális imázs	32
2.6.5. Ökológiai imázs	32
2.6.6. Társadalmi imázs	33
3. A TELEPÜLÉS SWOT ANALÍZISE	35
3.1. Erősségek	35

3.2.	<i>Gyengeségek</i>	36
3.3.	<i>Lehetőségek</i>	37
3.4.	<i>Veszélyek</i>	37
4.	<i>PROBLÉMAFA, CÉLFA</i>	39
4.1.	<i>Problémafa</i>	39
4.2.	<i>Célfa</i>	40
5.	<i>KERESLETI TRENDEK</i>	42
6.	<i>JAVASLATOK</i>	44
7.	<i>ÖSSZEGZÉS</i>	46
8.	<i>SUMMARY</i>	47
9.	<i>IRODALOMJEGYZÉK</i>	48
10.	<i>MELLÉKLETEK</i>	2
11.	<i>MELLÉKLETEK</i>	3

BEVEZETÉS

Szakdolgozatom témájaként a régió és településmarketing témáját választottam. Manapság még számos településen ismeretlen fogalom a helymarketing, egy adott terület marketing szempontú fejlesztése. Azonban, ezáltal lehet megismerni igazán a lakosság igényeit, szükségleteit, így lehet megfelelően felmérni és megismerni a település pozícióját, és a benne rejlő lehetőségeket.

Azt gondolom, hogy a lakóhely kardinális szerepet tölt be életünkben, minden ember számára fontos. Mindenki vágya, hogy egy megfelelő életszínvonalú településen élhessen, ahol igazán otthon érezheti magát, és minden szükségletét kielégíti a lakóhelye. Elemzendő településnek Harsány községére esett a választásom, ugyanis születésem óta itt élek, és vágyam, hogy egy minél élhetőbb településsé váljon a jövőben, illetve számos kihasználatlan potenciál lakozik benne, amiket fontos lenne felismerni, ehhez szeretném feltérképezni a település adottságait.

Fő célom, hogy minél jobban megismerjem a lakóközösség igényeit, hogy megvizsgáljam milyen tényezőkre lenne még szükségük, hogy mindennapjaikat a megfelelő életszínvonalon, kényelmesebben, elégedettebben élhessék. Ezenfelül a településről kialakított véleményükről szeretnék minél több információt gyűjteni. Az alábbi hipotéziseket állítottam fel, melyekre keresem a választ:

- 1. A lakosok szeretik Harsányt, és szeretnek ott élni.*
- 2. A lakóközösség szeretné, ha jobban fejlődne a település*
- 3. A közösséget nem elégítik ki Harsány szolgáltatásai*

Dolgozatom elején be szeretném mutatni a régió és településmarketinghez tartozó alapfogalmakat, elméleti hátterüket, és a helymarketing fő elemeit, összetevőit, stratégiáját.

Majd rátérek a közvetlen helyzetelemzésre, melynek keretein belül értékauditot, célsoportauditot, tevékenységauditot, versenytársauditot, továbbá imázsauditot végzek az átfogó vizsgálat érdekében.

Ezt követően SWOT elemzést készítek Harsányról, melyben felmérem az erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit. Szeretném meghatározni a település pozícióját, illetve a fennálló problémáit egy problémafa segítségével, majd ezek megoldására teszek javaslatokat, melyhez készítek egy célfát. Primer kutatás keretein belül tervezem felmérni a lakosok igényeit. Készítek egy lakossági online kérdőívet, melyben leginkább az elégedettségre térek ki. Az utolsó fejezetben pedig összegzem az eredményeket, illetve javaslatokat fogalmazok meg, a település fejlesztési lehetőségeivel kapcsolatban és a felállított hipotéziseimre is választ adok.

Bízom benne, hogy szakdolgozatommal erősíteni tudom Harsány pozícióját, és hogy hozzájárulhatok a település fellendítéséhez, és előmozdítom a közösség jólétének növekedését is.

1. RÉGIÓ ÉS TELEPÜLÉSMARKETING

1.1. *A régió fogalma*

A régió fogalmának számos megfogalmazásával találkozhatunk, általában közös jellemzőkkel rendelkező, és földrajzilag elhatárolható területi egységként értelmezzük. Kiterjedtebb megfogalmazás szerint a régiók a társadalmi térszerveződés szintjeit jelentik.

A *világgazdasági* elemzések alapján a régiókat kontinensekként említik, avagy hasonló tulajdonságokkal rendelkező ország-csoportokként. A mai területfejlesztés szóhasználatában néhány településből keletkező kistérségekre értelmezzük a régió szót. Magyarországon az EU NUTS II. szintű területi egységbe sorolandó.

Fontos kiemelni, hogy a különböző tudományterületek között nagyok a megfogalmazásbeli különbségek, melyeket be szeretnék mutatni.

A *természetföldrajzban* a régió fogalmához, a táj fogalma áll a legközelebb, melynek jelentése a tájalkotó tényezők együttese, mely hosszú és rövid, azonban intenzív társadalmi-gazdasági fejlődés eredménye.

A *szociológia és az antropológia* megfogalmazása a hangsúlyt az etnikai-kulturális, szellemi-tudati összetartozásra fekteti. A régió fogalmát az identitással vonják össze, és szociológiai-szociálpszichológiai-antropológiai jelenségként értelmezik.

A *jogtudomány és az igazgatástudomány* megközelítésében fontos az irányítási funkció. A régió fogalmára az Európa Tanács Helyi és Regionális Önkormányzati Állandó Konferenciája az alábbi definíciót fogalmazta meg, a régió egy közigazgatási egység, amely közvetlenül a központi igazgatás szintje alatt foglal helyet, önálló politikai felelősséggel bír, a politikai testület, vagy annak hiánya a régió szintjén, az önkormányzati szinten lévő testület gyakorolja.

A régió nem egy állandó, statikus kategória, hanem egy dinamikus, állandóan mozgó, átalakuló folyamat. Ennek következtében a regionális felosztás is folyamatosan változik, melyet a régió intézményesülésének nevezünk. (szallodamenedzsment.hu, 2012)

1.2. *Társadalmi marketing definiálása*

A társadalmi marketing fogalmát először Kotler és Zaltman határozta meg, akik szerint a szociális, társadalmi megoldások elfogadtatására irányuló programok tervezése, illetve realizálása. Ezt követően számos szerző definiálta, mélyítette a tartalmát, de a lényegi része máig az iránymutató. Napjainkban a szervezetek, intézmények marketingstratégiájának- és aktivitásának a tervezése, szervezése, megvalósítása továbbá kontrollingja, amelyek közvetlenül vagy közvetetten a társadalmi problémák, feladatok megoldására irányulnak.

Azonban még a mai napig megoldatlan feladatok vannak, többek között még élnek a fenntartások a nem profitorientált marketing-megközelítésekkel szemben, megoszlanak a vélemények a társadalmi marketing kiterjedtségéről.

A marketing kiszélesedését a nem üzleti szféra irányába nagyszámú szemlélet törekedett összeszedni továbbá találkozhatunk a szektorális megközelítésével is, mely három szektorra bontja le.

- I. szektor: *üzleti szféra*, ide a profitorientált tevékenységet végző vállalkozások sorolandók
- II. szektor: *közszektor*, mely a közigazgatásban működő szervezeteket foglalja magában
- III. szektor: *civil szféra*, a társadalom önszerveződése által jön létre, alapvetően nem költségvetésből finanszírozott szervezetek.

A társadalmi marketing egyik alapvető elemei a nonbusiness szolgáltatások, melyek nem a nyereségre törekszenek, hanem fontos társadalmi célokat próbálnak elérni, többek között az állatok védelme, éhezés csökkentése, megszüntetése, kultúra terjesztése által. A magyarországi szabályozások szerint a nem nyereségcélú szervezetek közé tartoznak a költségvetési szervek, alapítványok, közalapítványok, nonprofit társaságok. Manapság gondot okoz, hogy a szervezetek céljai és jellege nem kerülnek egyértelmű elválasztásra. Nehéz elkülöníteni a nonbusiness marketing, public marketing, közszolgáltatási marketing tevékenységeit, ugyanis sok a közös jellemvonás, és magatartás köztük. (Piskóti, et al., 2012)

Két alapvető irányzatával találkozhatunk, az intézményorientált, és a problémamegoldó perspektívával.

- *Az intézményorientált* perspektíva a szervezeti sajátosságokból indul ki, mint például a közszolgáltató intézmények, politikai szervezetek, állami, államilag ellenőrzött szervezetek, kulturális és vallási intézmények, alapítványok.
- *Problémaorientált* irányzata a megoldandó feladatokhoz rendelt tevékenység marketingjét foglalja magában. Ilyenek tehát a városok, területi marketing, jólét fejlesztése; környezetvédelem, munka humanizálása, szabadidő kérdése, bűnözések mérséklése, oktatás fejlesztése, kultúra védelme. (Piskóti, 2012)

Mit is kell tennie azonban a társadalmi marketingnek?

Viselkedési és magatartási módokat kell megváltoztatnia a „jó” érdekében, ami pozitív változást hoz a társadalom életszínvonalában. Továbbá a célcsoportok számára világossá kell tennie, hogy az új magatartás haszna nagyobb, mint a magatartásváltoztatás elérése. Például törődjenek az emberek a szemetelés problémájával, és ne szemeteljenek; a várandós nők ne dohányozzanak; fordítsanak kellő figyelmet a katasztrófák megelőzésére.

Ahhoz, hogy a célcsoportokat ösztönözni tudják a változásra, az új magatartásmódnak nagyobb értékkel kell bírnia. Számos esetben adókkal növelik a nemkívánatos viselkedési mód költségeit. Jó néhány értelmezésben számos félreértés él, a társadalmi marketing nem egyenlő a társadalmi célú reklámokkal, csak egy eszköze. Nem a manipuláció és értékesítés-ösztönzés eszköze. Nem egyenlő a közösségi médiával, a támogatásokkal továbbá bizonyos javak kedvezményes vagy ingyenes biztosításával. (Piskóti, et al., 2012)

1.3. A régió és településmarketing fogalma

A települések marketingje az 1980-as években indult Európában, az Egyesült Államok tapasztalataira épülve. A régió és településmarketing, röviden RTM, nem más, mint földrajzi területek marketingje, első megközelítésben a piacorientáció sajátos megjelenése a települések működésében. Mely szerint a települések úgy alakítják ki a terméket, hogy a lakosság, a „felhasználók” igényeinek megfeleljen. A belső marketing révén közvetíti a lakosság elvárásait, mely kulcsfontosságú a várostermék kialakításához. Nem kizárólag a funkciók jobb ellátása történik meg, hanem a sajátos felhasználók igényeinek feltérképezése, illetve kielégítése. (Piskóti, 2012)

A településmarketing definíciójával, valamint számos megfogalmazásával és különböző szintjeivel találkozhatunk. Közepontjában egy összetett, sok szereplős, különböző jellemzőkkel rendelkező település termék áll. Cégek, oktatási, kulturális, gazdasági, egészségügyi intézmények. A lakosság adja a kommunikációs közeget, továbbá a viselkedésük is kialakít, közvetít egy képet a fogyasztói felé. (Mészáros, 1998)

Piskóti István megfogalmazása szerint a településmarketing nem más, mint:

„a település versenyképességének, komparatív előnyeinek, vonzerejének feltárása, kialakításának, realizálásának segítése, kommunikálása, azaz egy alapos elemzési, érdekegyeztetési, szintetizáló munkára épülő stratégia-alkotás és az azt realizáló eszközrendszer folyamatos működtetése a helyi lakosság gazdasági, közösségi, kulturális és ökológiai értelemben vett jóléte növelése érdekében.” (Piskóti, 2012)

Célja a helyi lakosság jólétének növelése, a település versenyképességének növelése által. Elsődleges célcsoportja a lakosok, a település saját polgárai. (Tózsá, 2014)

Kulcsfontosságú a lakóhely iránti kötődés elérése, fontos a lakossági identitástudat fókuszába állítása. Manapság már figyelembe kell venni a társadalmi szempontokat is. Felváltotta a sikeres város fogalma a közösségi várost. A helymarketing középpontjában a település lakóinak igényeinek kell állnia, a kapcsolatok kerültek a fókuszba, meg kell próbálni a lakosok szükségleteit felmérni, egy otthont kell nyújtani nekik, és közösségként kell kezelni a populációt, különösképpen a szájtárlás miatt is, ugyanis a lakosok ösztönösen formálnak véleményt a lakóhelyükről, és befolyásolhatják a letelepedni vágyók döntését. Intenzíven kommunikálnak „marketingaktivista” szerepben. A település hangulatát, illetve erejét is az ott élő emberek befolyásolhatják. A lakott terület akkor válik helyé, ha ott társadalmi csoportok, emberek, dolgozók, kapcsolatokat építők élnek és élnek mindennapjaikat. A lakosság tudattalanul is részt vesz a településtermék formálásában, és a megrendelő szerepét is betölti. (Marien, 2014)

Ma a verseny a régiók, települések között a befektetők kegyeiért folyik. A marketing egyik fő célja, hogy a lakók és a település érdekeiben dolgozó, intézmények, cégek, egyének igényeit kielégítse. Ehhez szükséges egy egységes arcúlat, imázs megformálása, ami megfelelően pozicionálja, megjeleníti, kommunikálja a régiót, és egy márkává formálja.

- *Elsődleges célcsoport* a lakosság, a „vevők”, akik szabadon választhatják meg lakóhelyüket, azonban fontos kiemelni, hogy nem csak az új lakosok betelepítése a cél, hanem a már ott élők megtartása is.

- *A másodlagos célcsoport* nem más, mint azok az emberek, akik ideiglenesen, üdülés, munkavégzés, tanulás, pihenés céljából választják az adott területet.
- *A következő célcsoport* azok a szervezetek, gazdálkodók, vállalkozók, nonprofit tevékenységet végző intézmények, amelyek valamilyen terméket vagy szolgáltatást hoznak létre, értéket teremtenek, telephelyként döntenek a térség mellett.
- *Célcsoportnak* számítanak még mindazon személyek, akik befolyásolják a terület működését döntéseikkel, az infrastruktúra fejlesztésével, a kormány támogatásával.

Amikor egy személy új helyre szeretne költözni, akkor hosszasan, megfontoltan dönt, előtte információkat gyűjt, tájékozódik a településről, így a vevő a döntése meghozatalakor a benne kialakult imázs, és az arra épülő bizalom alapján fogja meghozni döntését.

A helyi önkormányzatoknak törekedniük kell a településen működő vállalkozások támogatására, segíteniük kell a tovább fejlődést, a kisvállalkozások elindulását, és új vállalkozás indulását. Biztosítaniuk kell a turisták szükségleteinek kielégítését. Olyan lakossági csoportokat kell vonzaniuk, melyek letelepülése előnyös a település számára, és növeli az elégedettséget. Következésképp a településmarketing lényege a lakosok életszínvonalának emelése, és egy olyan környezet megteremtése, ahol otthon érzik magukat. (Piskóti, 2012)

A településmarketing megfelelő működéséhez általában két dolog szükséges, mely nem más, mint a cserefolyamatok és a versenyszituáció. Ha nincs csere, a szereplők nem gazdálkodnak termékeikkel. (Boros, 2004)

1.4. *A település, mint termék*

A régió és településmarketing terméke maga a település, azaz amit kínál, értékek, produktumok, szolgáltatások, mindaz, ami a lakosok igényeit kielégíti. A régió termékeinek két típusa van.

- *közjavak*, melynek a tulajdonosai a lakosok, a közösség. Közjóságnak számít a közút, az utak, telkek, természeti adottságok, folyók, iskolák, hegyek.
- *magánjavak*, ami a településen működő szervezetek, vállalkozások, személyek által kínált szolgáltatásokat foglalja magában, például szállodák, éttermek, edzőtermek, strandok.

A terület termékének nincs egy konkrét tulajdonosa, gazdája az ott élő lakosság, akik lakhelyül választottak a területet. Legfőbb feladata a település eredményes működtetése és minél magasabb életszínvonal nyújtása a lakosság számára, hogy minél elégedettebbek legyenek. A területtermék kettős jellegű, kínál egy komplex szolgáltatás csomagot, illetve a termékről kialakult imázst, melyet a település célcsoportjai alakítanak, és formálnak, továbbá mely alapján majd megítélik a települést a termelők, vállalkozások. Kiemelendő, hogy mindenki közös célja és feladata a területimázs formálása. Ezen termék nehezen fejleszthető, formálása igen költséges, és erőfeszítés-igényes, éppen ezért kell megfelelő mennyiségű időt tölteni azzal, hogy felmérjék a településen a lakosság igényeit, ugyanis ők fogják kialakítani a területről kialakult imázst, véleményt. Minden új ötlet, fejlesztés megszületésekor elsősorban a lakosok véleményét kell feltérképezni, ugyanis őket érinti a

leginkább mindenfajta változás. Azonban, ha mégsem veszik figyelembe egészen könnyedén kialakulhat egy negatív imázs, és rossz híre lehet a területnek. Végző esetben az ott élők el is hagyhatják a települést. Tehát nem szabad a turisztika fellendítését előrébb helyezni a lakosság érdekeinél.

Mindazon túl, hogy a lakosság az elsődleges célcsoport, és nekik kell elsősorban mindenben megfelelni, és az igényeiket figyelembe venni, a településterméket úgy kell kialakítani, hogy a lakosoknak az megfeleljen, és növelje a jólétüket. Akár egy rendezvény megszervezésekor, vagy egy pályázat benyújtásakor is prioritást kell élveznie a helyieknek. Egy turisztikai vonzerő kialakítása előtt fel kell mérni, hogy hogyan hatna a lakosok életére, növelné-e az életszínvonalukat. Hiába lenne jövedelmező az attrakció, ha hosszútávon a lakosok felháborodását váltaná ki, akkor ezáltal csökkenne az elégedettségük, ebben az esetben nem szabad kialakítani a turisztikai látványosságot, mert a település legfőképpen a lakosok életterének van kialakítva, és e szerint is kell működnie. Tehát minden megmozdulás, cselekedet a lakosokért kell, hogy történjen, mindig fel kell mérni, hogy mit szeretnének, hogyan éreznék magukat jobban a lakóhelyen.

Fontos megemlíteni a desztinációmenedzsmentet, illetve a desztinációkat, a terület látnivalóit melyet általában a turisták kiválasztanak, hogy meglátogassák azt. Kínálati szereplőként jelenik meg, azonban eladóként is értelmezhető. Célja, hogy eladja a termékét, és sikeres legyen. A *desztinációmenedzsment* egy adott földrajzi helyen található vonzerők terméké alakítását, versenyképességének megteremtését foglalja magában. Magatartásának alapja az „együttműködve versenyezni”. Központi eleme a márkaépítés, a turisztikai célpont építése. Nem csupán pénzt kell költenie a desztináció fejlesztésére, reklámozására, hanem pénzt is kell keresnie. (Piskóti, 2012)

1.5. Az RTM stratégiai elemzésének folyamata

Az RTM stratégiai folyamata egy komplex, átfogó vizsgálat. Elengedhetetlen tisztázni, hogy a településen működő marketing tevékenység kialakítása, nem csupán az önkormányzat feladata. Ahhoz, hogy megfelelően végezzük el a településmarketing elemzést meg kell ismerni a jelenlegi trendeket, és a külső környezeti hatásokat. A trendek megismerése után következik a közvetlen piac elemzése, amin belül kitérünk az értékauditra, célcsoportauditra, imázsauditra, tevékenységauditra, valamint a versenytársauditra. Az auditok során különböző szempontok szerint vizsgálhatjuk meg a települést, és annak tényezőit. A harmadik lépés a stratégiai pozíció meghatározása, melyben megállapítjuk, hogy jelenleg milyen pozícióba sorolhatjuk a települést. Ezek után következik a célok képzése melyben olyan dolgokat tűzünk ki, amiket a jövőben el szeretnénk érni, majd közvetlenül követi a stratégiaalkotás, amikor a kitűzött célok stratégiai megoldását dolgozzuk ki, és megállapítjuk, hogy a kínálatban, és a kommunikációban min lehet javítani, és ezzel együtt kidolgozzuk a marketingprogramokat és eszközöket is. Hatodik lépésként a célok megvalósításának módját határozzuk meg, majd végül értékeljük az elvégzett munkát. (Piskóti, 2012)

2. HARSÁNY KÖZSÉG BEMUTATÁSA ÉS ELEMZÉSE

2.1. A település bemutatása

Harsány községe Európa Közép-Keleti részén helyezkedik el, Magyarország Észak-Keleti területén. A település Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye déli szakaszán fekszik.

A Bükk-hegység déli lábához illeszkedik. Harsány felszíne erősen dombos, illetve lankás. Egy katlanszerű völgyben helyezkedik el, melyet a településen található Csincse-patak alakított ki évezredek alatt. Harsány környékén található Kisgyőr, Bükkaranyos, Emőd, Vatta továbbá Borsodgeszt. 18 km-re található Miskolc vármegyeszékhely, illetve a község a Miskolci járáshoz tartozik.

A település 36,53 km²-en terül el, jelenlegi polgármestere pedig Bihari Lajosné. Harsány községének van egy címere is, mely színeiben sárga, illetve kék, található rajta egy kar, ami egy szőlőfürtöt tart, melynek oka, hogy a 16. században jelentős szőlőtermelőhelynek számított.



1. ábra Harsány község címere

forrás:(harsany.hu, 2010)

Megközelíteni személygépkocsival lehetséges az M3-as autópályán, Miskolcra, vagy esetleg az emödi leágazástól. Továbbá a település elérhető a Borsod Volán autóbusszokkal is azonban vonatközléssel nem érhető el Harsány.

A településen számos nevezetesség megtalálható, mint például a halastó, avagy a gazdátárlat, ahol számos programot szerveznek évközben gyermekeknek és felnőtteknek egyaránt. A településen működik néhány étterem, fagylatozó, élelmiszerboltok. Az elemzési rész során bővebben kifejtésre fognak kerülni a Harsányban működő szervezetek, intézmények, vállalkozások. Működnek a községben civil szervezetek is, melyekre szintén ki fogok térni a későbbiekben. (harsany.hu, 2010)

2.2. Értékaudit

Az értékaudit során bemutatom Harsány községének történelmi hátterét, majd a demográfiai összetételét. A természeti adottságokra, természeti értékekre, munkaerőellátottságra, foglalkoztatottságra, valamint a helyben működő különböző intézményekre is ki fogok térni, és részletesen bemutatom őket.

2.2.1. Történelmi háttér

Harsány történelmi múltja egészen a bronz korig nyúlik vissza, már akkor lakott településnek számított. Először 1261-ben említették meg írásos formában, ekkor alakult ki a község neve is, mely a „hárs, hársfa” főnévből alakulhatott ki, kicsinyítő képzővel.

A településen felfedeztek avar kori temetőket, földbeomlásokat, üreges járatokat, így Harsány és környéke nem volt vonzó a letelepedni vágyók számára. A középkortól a település szőlő-, gyümölcs-, és gabonatermelő volt, továbbá legeltető állattartást folytattak. A falu az egri püspökség területét képezte egészen a 14. századig, amikor már a király is birtokolta a települést. 1493-ból találtak további írásos említést. Harsány ekkor is az egri püspökség birtokában volt. Bakócz Tamás egri püspök iratai alapján már a 15. század végén nagyméretű halastavak voltak a falu határában. A 16. században jelentős mezővárosnak számított, illetve kimagasló szőlőtermelőhelyként tartották számon. Az 1500-as években hosszas vitát folytattak a település portális összeírásáról, majd ezt 1546-ban a borbíró megtiltotta. 1596-ban Harsány is megadta magát a török uralomnak, a falut feldúlták, majd elnéptelenedett. A település egészen 1641-ig fizetett adót a törököknek. A birtokviszonyokon a lakosok hosszas évtizedeken keresztül civakodtak, egészen a 17. századig. A század végére a Döry és a Puky család rendelkezett a legjelentősebb javakkal. A püspök és a Döryek hosszasan pereskedtek szintén a birtokviszonyok miatt, ugyanis a püspök szerette volna megszerezni a Döry család területét. Az egyház és a család vitája 1755-ben rendeződött. Mindeközben 1735-ben felépült a Római Katolikus templom, 1801-ben pedig a Református. 1805-től a kassai püspökség tulajdona lett a falu, ebben a században végig, egyedüli birtokosként a kassaiak tekinthetők. Az 1800-as években Harsányt számos természeti csapás nyújtotta, mint például árvíz, földrengés, nagy jégverések, iszaposodás, aszály. Súlyos marhavész és sertéspestis is pusztított a faluban, emiatt nagy volt az éhínség. Később kolerajárvány is tombolt, amiben 58 lakos halálozott el. Az 1848-49-es forradalom és szabadságharc sem kerülte el Harsány területét, Rózsa Sándor és betyárjai küzdöttek. Az első világháborúban 1914-ben a településen mozgósították a gazda kocsiját, a lovakat elvitték, az iskolát pedig hadikórházként üzemeltették. 1917-ben leszerelték a református templom harangját, csak a katolikus templom harangját hagyták meg. Harsányból összesen 382 katonát hívtak be, ami komoly munkaerőhiányt okozott. A hősök tiszteletére egy bronz turulmadarat állítottak. A második világháború 1944-ben érte el a falut. A harcok következtében számos lakóhely megsemmisült. Az ostrom alatt a lakosok a borospincékben bújtak meg. A falu 31 zsidó lakosát elvitték. A közigazgatás 1945-ben tudott újra indulni, és ezzel egyidejűleg megalakult a falu Nemzeti Bizottsága. Megkezdődött az iskolák államosítása, majd 1951-ben megalakult a Tsz, amely valamennyi lakosnak munkát tudott biztosítani. 1960-ban mozit nyitottak. A községben 1962-ben vezették be az elektromos

áramot, 1995-ben a gázt, a telefonhálózatot pedig 1996-ban. Az iskolát 1985-ben építették meg.

A település életében ma is fontos szerepet játszik a hagyományőrzés, illetve a történelmi múltra való visszaemlékezés. (Takács & Kovács, 1998)

2.2.2. Demográfiai adatok

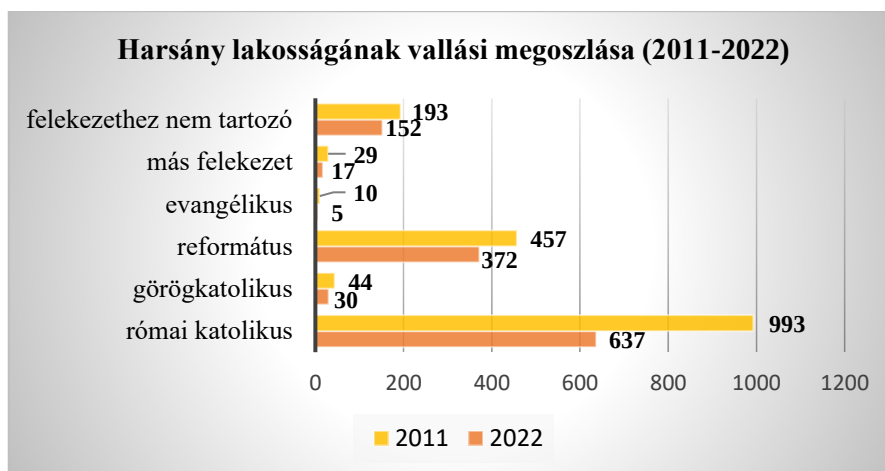
Harsány községének jelenlegi népességszáma 2023-ban 2015 főre tehető, melyből 1008 személy férfi, és 1007 fő nő, tehát kijelenthető, hogy a lakosság nemi eloszlása fele-fele arányú. Az elmúlt 5 évben a lakosság száma 2000 fő körül alakult. 2018-ban 2024 lélekszámot rögzítettek, mely csökkenő tendenciát mutatott 2022-ig.



2. ábra Harsány lakosságának alakulása

forrás: saját szerkesztés (ksh.hu, 2022)

A 2022-es népszámlálás adatai alapján készítettem egy diagramot a községen belüli vallási megoszlásról a 2011-es és 2022-es éveket összevetve. Az ábrán jól látható, hogy 2022-re lecsökkent a felekezetekhez tartozók száma, ezzel együtt azonban felekezethez nem tartozók száma is lecsökkent, ami azt jelenti, hogy több lett a hívő ember. Evangélikus vallásúból van a legkevesebb, római katolikusból pedig a legtöbb a faluban.



3. ábra Harsány lakosságának vallási megoszlása (2011-2022)

forrás: saját szerkesztés (ksh.hu, 2022)

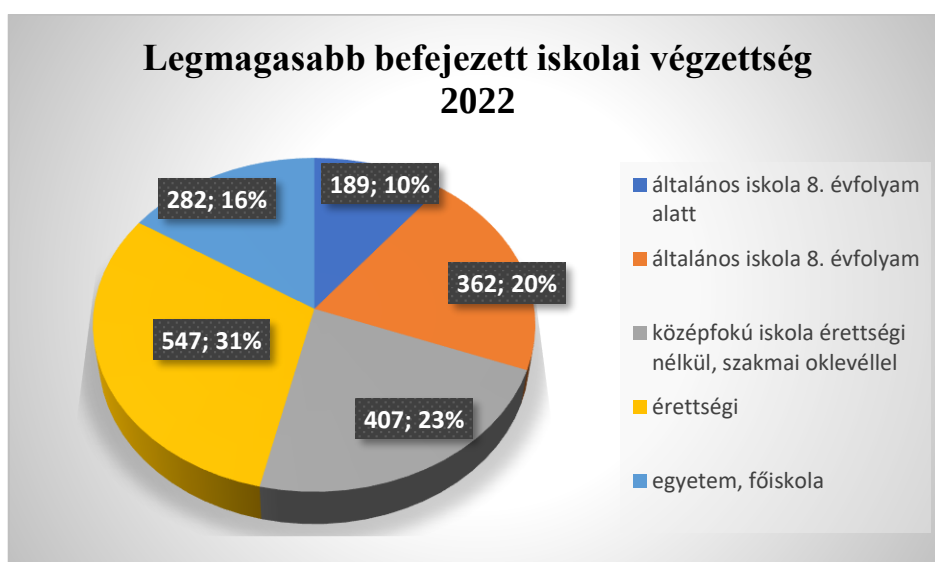
A település nemzetiségi kötődését tekintve 2022-ben a településen a magyar nemzetiségűek éltek a legnagyobb mennyiségben 93%-ban, majd a romák 4%-kal, továbbá németek, illetve egyéb nemzetiségűek. Az ábrán jól látható az arányok egymáshoz viszonyított megoszlása, melyet egy kördiagrammal szemléltetnek.



4. ábra Harsány nemzetiségi kötődése 2022-ben

forrás: saját szerkesztés (ksh.hu, 2022)

Harsány iskolázottsági adatai a 2022-ben végzett népszámlálások alapján a többi településhez viszonyítva Borsod-Abaúj-Zemplén vármegyében az eredmények jók, átlagosnak mondhatóak. A lakosságból 189 fő nem végezte el az általános iskolát, a főiskolát, egyetemet végzők száma pedig 282 lakosra tehető. A községben a legtöbb személy középfokú iskolai érettségi nélkül, szakmai oklevéllel fejezte be az oktatást. A kördiagramon jól láthatóak az iskolázottsági szintek különbségei.

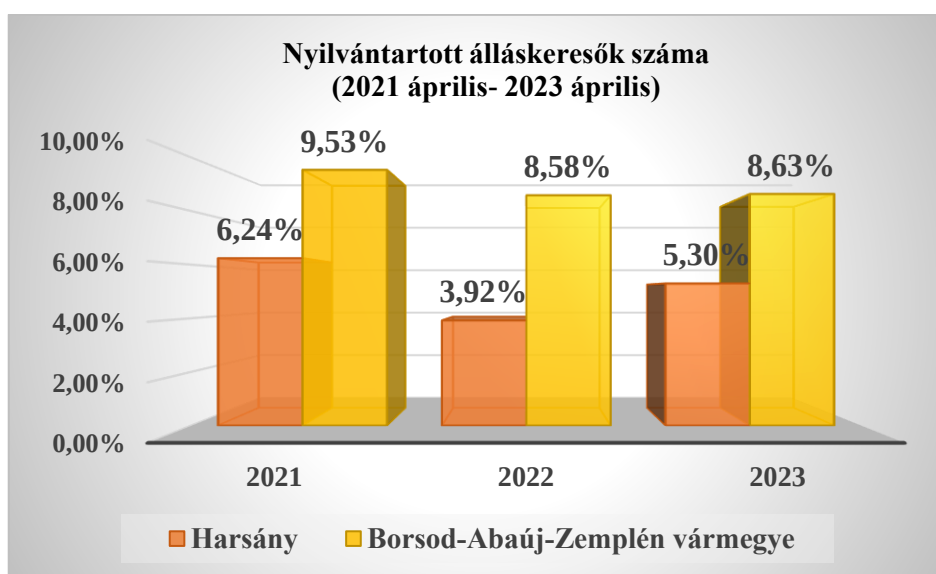


5. ábra Legmagasabb befejezett iskolai végzettség 2022

forrás: saját szerkesztés (ksh.hu, 2022)

2.2.3. Foglalkoztatottság

Harsány álláskeresőinek számát egy oszlopdiagrammal szemléltetem a 2021 április-2023 április időszak közötti adatok alapján. A Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye összesített adataival hasonlítottam össze a nyilvántartott álláskeresők számát százalékos formában. Az ábrán jól látható, hogy 2022-ben volt a legalacsonyabb a munkát keresők száma, és ez Borsod vármegyéről is elmondható. A legmagasabb adatot 2021-ben rögzítették mindkét területen. 2023-ra Harsányban, és Borsod vármegyében is nőtt az álláskeresők száma. Harsányban jelenleg 2023. áprilisában 68 személy van munkakeresői pozícióban, a településen lévő munkavállalói körül 1282 főből. A községben lehetőség van 2011 óta közmunkát vállalni, melynek keretében Harsány közterületeit, és intézményeinek karbantartását és tisztán tartását végzik, aminek köszönhetően még több személy tud munkát szerezni, és saját jövedelemhez jutni.



6. ábra A nyilvántartott álláskeresők száma 2021-2023

forrás: saját szerkesztés (nfsz.munka.hu, 2023)

A településen a legjellemzőbb tendencia, hogy a 20 km távolságra lévő vármegye székhelyen, Miskolcon vállalnak munkát a lakosok, továbbá a környező településeken, mint például Kisgyőrben. A községben jelenleg nem túl kielégítő a munkalehetőségek száma. A diákoknak, leginkább a nyári időszakban az önkormányzat biztosít diákmunkát, melynek keretében a fiatalok táborokban, hivatali levelek kézbesítésében segíthetnek. Továbbá szezonális munka keretein belül a harsányi Menta Fagylaltozó rendszeresen ad munkát középiskolai tanulóknak. Ezen kívül a település intézményeiben lehet munkát vállalni, illetve az élelmiszerboltokban. Azonban ezek nem túl sok lakosnak nyújtanak lehetőséget

2.2.4. Oktatási intézmények

A település humán infrastruktúrája kielégítő. Bölcsődétől-általános iskoláig a községben tanulhatnak a gyermekek a köznevelési intézményekben. 2022 márciusában került átadásra a település első bölcsődéje, melyet a foglalkoztatás és életminőség javításának céljából kapott támogatásból hoztak létre, továbbá az óvodában kialakítottak egy tornaszobát.

A Harsányi Hársfavilág Bölcsőde 12, három év alatti kisgyermek befogadására alkalmas, az épületet pedig napelemekkel szerelték fel a költséghatékonyság javítása érdekében. Szükségessé vált az intézmény létrehozása, ugyanis a születendő gyermekek száma indokolttá tette. Céljuk a népességmegtartás, illetve a fiatal munkaerő helyben tartása volt a beruházással. (harsany.hu, 2023)

A településen üzemel a Harsányi Hársfavirág Napközi Otthonos Óvoda is, mely kiscsoporttól nagycsoportig fogadja a gyermekeket. Jelenleg 4 csoport működik az intézményben, amely közel 100 fő befogadására alkalmas.

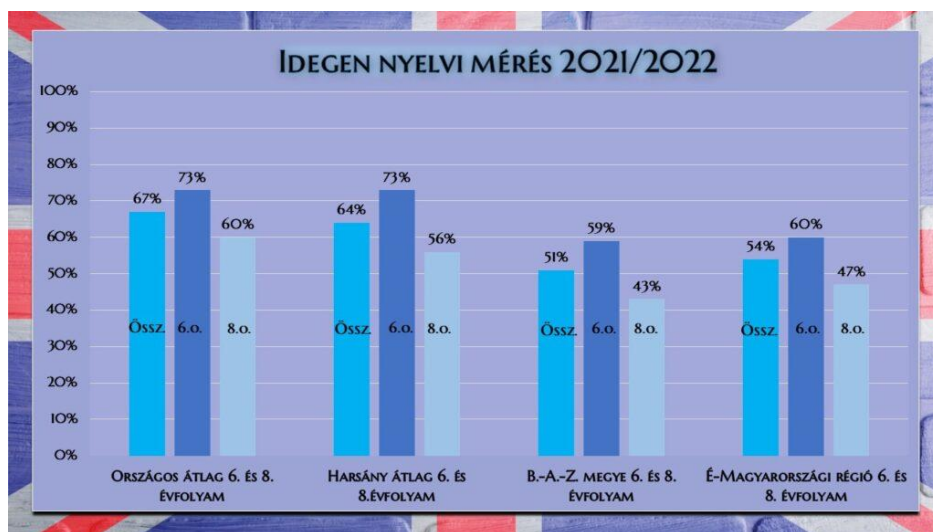
Közvetlenül az óvoda mellett található a Harsányi Hunyadi Mátyás Általános Iskola, mely elnyerte az Örökös Ökoiskola címet, amely előtérbe helyezi a természet, sport, hagyományok megismertetését, illetve az egészséges életmódra nevelést. Az intézmény lehetőséget biztosít a tanulási nehézséggel küzdő diákok felzárkóztatására, továbbá számos szabadidős programot biztosít a diákoknak, mint például a Lóra Zeneiskola által nyújtott zeneoktatás, továbbá lovaglás, különböző sportolási lehetőségek. A tanulók 40%-a halmozottan hátrányos helyzetű, akik számára külön képességkibontakoztató foglalkozásokat nyújtanak. Országos szinten Borsod vármegyében a legtöbb a halmozottan hátrányos gyermek. A tanulók közül számos diák felvételt nyer 4, vagy akár 6 évfolyamos gimnáziumokba, ami igazolja, hogy az iskola megfelelő oktatási színvonalat nyújt, és felveszi a versenyt a városi iskolákkal.

Beiskolázási adatok					
TANÉV	TOVÁBBTANULÓK	GIMNÁZIUM	TECHNIKUM	SZAKKÉPZŐ	1. HELY
2018/2019.	14+3	4+3	6	4	86%
2019/2020.	22+2	7+2	9	6	91%
2020/2021.	18+1	5+1	9	4	67%
2021/2022.	25	4	16	5	68%

7. ábra Harsányi általános iskola beiskolázási adatai

forrás: (new.iskolaharsany.hu, 2022)

Az ábra jól szemlélteti, hogy a tanulók milyen típusú középiskolai intézményekbe jelentkeztek. Továbbá a százalékos eredmények jól szemléltetik, hogy a felvételizők hány százaléka nyert felvételt az általa megjelölt első helyre. A legjobb eredményt a 2019-2020-as tanévben érték el e tekintetben 91%-kal.



8. ábra Harsányi iskola idegen nyelvi mérésének eredményei

forrás: (new.iskolaharsany.hu, 2022)

A következő oszlopdiagramok az idegen nyelvi felmérés eredményeit szemléltetik, amin jól látható, hogy az országos átlaghoz képest nem sokkal van elmaradva, vagy éppen megegyeznek a harsányi iskola eredményei angol nyelvből. A Borsod vármegyei, illetve az Észak-Magyarországi régió eredményeit pedig jóval meghaladja az iskola. A diákok számára rendkívül fontos az idegen nyelvek elsajátítása, ugyanis a munkaerőpiacon számos előnnyel járhat. Fontosnak tartom még megemlíteni, hogy számos gyermek Kisgyőrből a közeli településről, illetve a Miskolc előtt található Pingyomról utazik a harsányi iskolába tanulni. (new.iskolaharsany.hu, 2022)

2.2.5. Egészségügyi intézmények

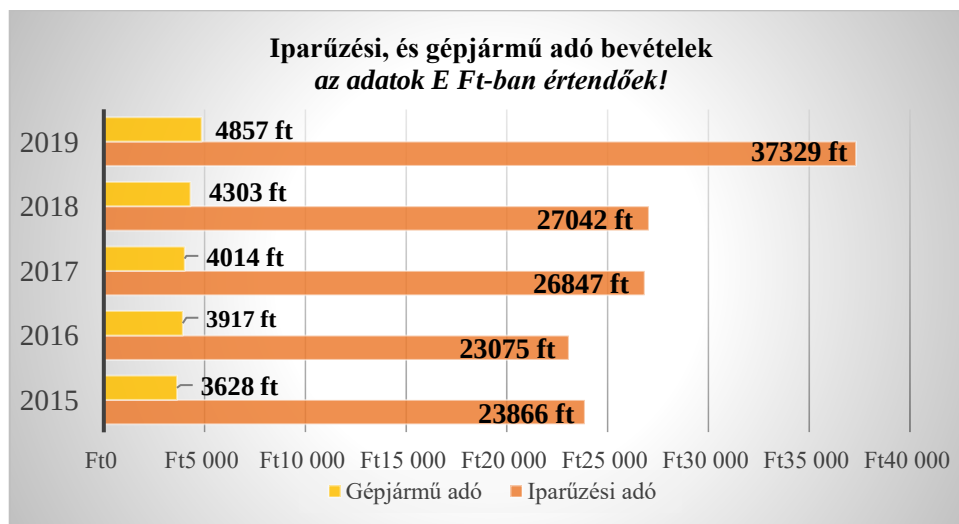
Az egészségügyi ellátás megfelelő a községben. Üzemel egy Egészségügyi Centrum, melyet 2014-ben újítottak fel teljeskörűen, és bővítettek ki. Az alapterülete 30 m²-el növekedett meg, továbbá akadálymentesítették a mozgássérültek számára. A centrumban található a háziorvosi rendelő, mely hétfőtől-péntekig igénybe vehető, hétvégén pedig a miskolci orvosi ügyelethez lehet fordulni probléma esetén. Rendelkezésre áll fogorvosi ellátás is, hétfőtől-csütörtökig. Az Egészségügyi Centrum mellett üzemel a harsányi Fehér Holló fiókgyógyszertár, mely csupán heti 3 napot tart nyitva, pár óra erejéig. A gyógyszertár kínálata nem éppen a legmegfelelőbb, ugyanis rengeteg gyógyszer nem érhető el, ezáltal a helyiek kénytelenek Miskolcra utazni az orvosságok kiváltása érdekében. Védőnői szolgálat is rendelkezésre áll a lakosság számára, melynek keretében a várandós nőknek nyújtanak segítséget, illetve csecsemő-és kisgyermek tanácsadást, továbbá az iskolákban tartanak fogadóórát a diákok számára.

Harsányban elérhető a Családsegítő Szolgálat is, melynek keretében segítséget adnak a szociális és mentális problémákkal küzdő családoknak. A családgondozó heti három nap elérhető, illetve mindenki számára ingyenes. Szociális ellátás igénybevételére is van lehetőség 2009 óta, az ongai Szociális Szolgáltató Központon keresztül. Segítenek a betegek gondozásában, ápolásában, odafigyelnek az ellátott személy higiéniai körülményeire, és támogatják mindenben. (harsany.hu, 2023) Számos borsodi településen nem áll rendelkezésre ilyen sokszínű egészségügyi ellátás, mint Harsányban.

2.2.6. Gazdasági teljesítmény

Egy település gazdasági teljesítménye, versenyképessége egyetlen mérőszámmal nem kifejezhető, többéle statisztikai mutatót kell figyelembe vennünk. Ehhez felhasználhatjuk a GDP mutatókat, a vállalkozások jellemzőit, a beruházásokat, az infrastrukturális tényezőket és még számos mutatót.

Az önkormányzat pénzügyi helyzete kiegyensúlyozottnak mondható. A covid 19 járvány következtében számos bevételi forrástól elestek. Tartaléka nincs a községnek. A község bevételeit leginkább a pályázatok, állami támogatások adják, melyek egy elkülönített számlán találhatóak, és csakis az adott programra fordíthatják a kapott pénzösszeget. A kiadások szintén a pályázatokhoz köthetőek. A helyi önkormányzat iparüzési adót, és gépjárműadót szed. Az elmúlt 8 évben folyamatosan nőttek az adóbevételek, azonban mivel átlépett egy határt, az állami támogatásoknál elvonása képződött.



9. ábra Harsány iparüzési, és gépjármű adó bevételei

forrás: saját szerkesztés (harsany.hu, 2010)

2015 és 2019 között számos pályázatot megnyert a település, melyek jelentős része nem volt nagy hatással a községre. Néhány sikeres pályázatot fel is sorolnánk:

- Harsány főterén álló I. világháborús emlékmű: a projekt összege 1.100.000 Ft, melyre megítélt támogatási összegként 1.000.000 Ft-ot kapott
- Óvodai-iskolai fűtés korszerűsítés: projekt összege: 9.722.576 Ft, a kapott összeg pedig 9.236.447 Ft

- Önkormányzati étkeztetés fejlesztés melynek keretében a konyhai szellőzőrendszert alakították ki, a megítélt támogatás összege 7.293.387 Ft
- Útépítésre és felújításra megítélt támogatás 100.000.000 Ft

Kilenc év alatt Harsányi Község Önkormányzatának vagyona szinte a duplájára nőtt 2019-re a beruházásoknak köszönhetően. Az év záróegyenlege 2.442.572 ezer Ft volt. (harsany.hu, 2010)

A településen számos civil szervezet működik, elsőik között a Harsányi Polgárőr Egyesület, mely 2001-ben alapult, melyhez 35 lakos csatlakozott. Akkoriban a közbiztonság helyzete rossz volt, és elszaporodtak a bűncselekmények. A szervezetnek 2 fő támogatója van. Fő tevékenysége közé tartozik a közrend, közbiztonság megtartása, valamint a bűnmegelőzés. A közösségi programokon rendszeresen ellátják szolgálatukat, amit önként vállalnak ellenszolgáltatás nélkül. 2014-ben új polgárőr bázist adtak át körülbelül 1.000.000 Ft-ból.

Létrejött még a Kéknefelejcs Harsányi Hagyományörző Népdalkör Egyesület is, mely 15 főből áll. Minden évben részt vesznek a település rendezvényein, az ország dalos találkozóin. Céljuk, az elfeledett dalok minél szélesebb körben való megismertetése, illetve Harsány hírnevének fenntartása, öregbítése. A szervezet pályázatokból tartja fenn magát.

A Harsányi Sport Egyesület célja a sport fejlesztése a labdarúgásban. A tagok részére folyamatos edzéseket tartanak, és versenyeket szerveznek.

További szervezet a Harsányi Hunyadi Mátyás Általános Iskoláért Oktatási Alapítvány, a diákok iskolai éveinek színesítése érdekében szerveződött. Illetve a hátrányos helyzetű gyerekeket segíti. (harsany.hu, 2023)

A községben helyi vállalkozások is működnek, mint például a Harsány Posta, mely a postai szolgáltatásokat látja el. Jelen van egy Unió Coop üzlet, mely a település legfőbb kereskedelemi szolgáltatása. Üzemel kettő pékség, mely kiszolgálja a lakókat, illetve a területen áthaladó forgalmat a hét minden napján. Elérhető továbbá egy zöldség-gyümölcs kereskedés, még kettő élelmiszerüzlet, kettő dohánytermékeket értékesítő bolt, fagyraltozó, és még számos egyéb egyéni vállalkozás, illetve éttermek és szálláshelyek.

A településen jelentős a mezőgazdaság, és az ipar, továbbá az anyagi termelés.

2011-ben 246 darab regisztrált vállalkozás volt bejegyezve a településen, melyek kis része egyéni vállalkozás, és betéti társaság, a legnagyobb részét pedig a korlátolt felelősségű vállalkozások teszik ki.

Jelentős helyi, és betelepült gazdasági társaságok, melyek ellátják a települést élelmiszerrel, és egyéb szolgáltatásokkal.

- Unió Coop Zrt.
- Zöld ABC
- Harsányi Posta
- Nemzeti Dohánybolt
- Ocsó-Pékség Kft.
- MEMAJ Pékség & Pizzéria 2
- Magnólia Vegyeskereskedés

2.2.7. Természeti adottságok, turizmus, rendezvények

Harsány környezete sok látogatót magával ragad. A település völgyes, dombos részokről áll, így a dombokról csodálatos kilátás tárulkozik szemünk elé. A település földfelszíne igen kedvező a mezőgazdaság számára, a termőtalaj jó, és mivel a terület 45%-a lejtős, így a talajt könnyen meg lehet művelni. A szántóföldek kiteszik a terület 8%-át, a rétek és a legelők az 5%-át, míg a gyümölcsösök csupán az 1%-át. Az erdők mennyisége jelentős, Harsány 17%-át borítja. A településen csörgedezik a Csincse-patak. (harsany.hu, 2018)

A község a Bükk lábánál helyezkedik el, amely kiváló lehetőségeket nyújt a kirándulni, túrázni vágyó emberek számára. Szintén a Bükk déli lábánál található a Harsányi horgásztó, ahol rendszeresen sporthorgászatot rendeznek, továbbá található egy étterem a tó vizén, melyre a későbbiek folyamán fogok kitérni. Számos borospince is megtalálható, amely színes történelmi múltra nyúlik vissza, ide bújtak el a lakosok a háború ideje alatt.

Korábbi években vonzerőnek számított a község Miskolc felőli oldalán található kalandpark, ahol a természet közelsége, lovaglás, akadálypályák, állatok várták a látogatókat, azonban a kalandpart bezárt, csakúgy, mint a híres harsányi sópince is, amely rengeteg gyógyulni vágyót, és látogatót vonzott. 40 tonnányi parajdi sót építettek be, azonban a só beolvadt 3 évvel ezelőtt, így már zárva tart. A látogatók mai napig keresik a létesítményt, ugyanis a plakátokon még mindig elérhetőnek tüntetik fel, és nem tájékoztatták a lakosokat, turistákat a megszűnéséről. A községben volt Mackó Mama Kuckója is, amely Guinness rekord mennyiségű plüssmackót mutatott be, azonban a kiállítás átkötözött Miskolcra, a Szinvapark emeletére.

A Harsányba utazók vendéglátóegységek közül is választhatnak. Üzemel egy pizzázó Pizza Afrika néven, mely igen közkedvelt a településen és környezetében. A Harsona Fogadó és Étterem sok turistát vonz, továbbá rendezvények, lagzik lebonyolítását is vállalják. Napjainkban a legnépszerűbb a már korábban említett Harcsafészek falatozó, egy vízen fekvő filagóriában, csendes, nyugodt környezetben lehet elfogyasztani az ételünket. Jelenleg ez az egyik hely, amely a legtöbb turistát vonzza, nyugdíjas csoportokat, gyermekeket egyaránt. Jelenleg bővítik az éttermet, hogy még több fő befogadására legyen képes.

A Menta Fagylaltozó is számos környező település lakosát vonzza, ugyanis széles kínálattal rendelkezik, ezentúl glutén-, cukor-, és laktózmentes fagylaltokat értékesít, amely még más fagylaltozóban nem elérhető, pedig a kereslet igen nagy rá.

Szálláshelyek tekintetében négy vendégház található meg, melyek összesen 84 fő elszállásolására alkalmasak. Ezek közül egy a főúton, a többi pedig a halastó utcájában helyezkedik el, ahol nyugalom, szép kilátás és csend van.

2017-ben kezdték el újra beindítani a lovasturizmust, illetve létrehozták a Harsányi Lovasközpontot, melyhez egy negyven hektáros legelő is tartozik, lehetőség van bértartásra, és tereplovaglása. Ötéves kor felett lovagolhatnak a gyerekek, időnként lovastáborokat is szerveznek, amely sok gyereket és családját vonzza a településre. (minap.hu, 2021)

Rendezvények és programok tekintetében Harsány igen sokszínű. A legismertebb, először 2013-ban megrendezésre kerülő I. Harsányi Szürkemarha Fesztivál volt, melynek célja a hagyományörzés megtartása, fiatalokkal való megismertetése. A rendezvényen évről évre

több százezren vettek részt, nagy sikernek örvendett. Összesen hét alkalommal került megrendezésre. Ezt felváltotta a Harsányi Aratónap, mely a Harsányi Gazdatárlatban került megrendezésre, ahol meg lehet tekinteni a korhűen berendezett szobákat, a régi kor emlékeit. Az aratónapon bemutatták, hogyan kell kézzel aratni, lehetőség volt traktorozni, illetve kenyeret sütni is. A gazdatárlatban azóta is folyamatosan tartanak kézműves foglalkozásokat gyerekeknek, és különböző hagyományörző programokat. Hagyományörzés céljából egy fényképészeti kiállítás is látogatható, a Fényírda Kiállító- és Fényképészeti Alkotóterem. Meg lehet tekinteni a hagyományos fotó készítést, illetve portréfotókat melyeket Esztári Szécsi Zoltán készített. Éves rendszerességgel rendeznek családi és sport napokat, ahol a közösség összegyűlhet és jól érezheti magát.

2.2.8. *Infrastruktúra*

Közlekedés szempontjából az utakat teljeskörűen felújították, az utakat szilárd burkolattal látták el, illetve járdát alakítottak ki, valamint a csapadék és vízelvezető rendszereket korszerűsítették, mindezt az Európai Unió finanszírozása által, százmillió forintból.

2021-ben bicikliutat alakítottak ki a főúton, olyan kerékpárutat építettek, amely becsatlakozik a Miskolc-Eger közötti biciklis útra, ez a kezdeményezés az országban egyedülálló, összeköt két megyét. Az út hossza 43,4 kilométer hosszú. A balesetveszély csökkentése érdekében próbálták az utat a szántóföldek, erők mentén kialakítani. (bringazas.hu, 2021)

A településen Volán Busz szolgáltatás érhető el, mely által a helyiek könnyedén elutazhatnak Miskolcra, illetve a környező településekre is. Egy nap folyamán hétköznap tizenkilenc járat indul helyből, hétvégezte ez a szám tizenhat járatra redukálódik. A járatok sűrűsége jó, azonban vannak olyan időintervallumok a nap folyamán, mikor indulhatna plusz járat is. Sok alkalommal problémát jelent, hogy a buszjárat Miskolc előtt betér Bükkaranyosra is, így több időt vesz igénybe az utazás, illetve a jármű telítve van, és számos utasnak állnia kell. Személygépkocsival megközelíteni csak közúton lehet, a 2515-ös úton. A településen kívül, a kisgyőri elágazásnál rengeteg baleset történt nap, mint nap. Ennek hatására az útszakaszt teljesen felújították, és sebességkorlátozást vezettek be, ezáltal nagyban lecsökkent a balesetek száma.

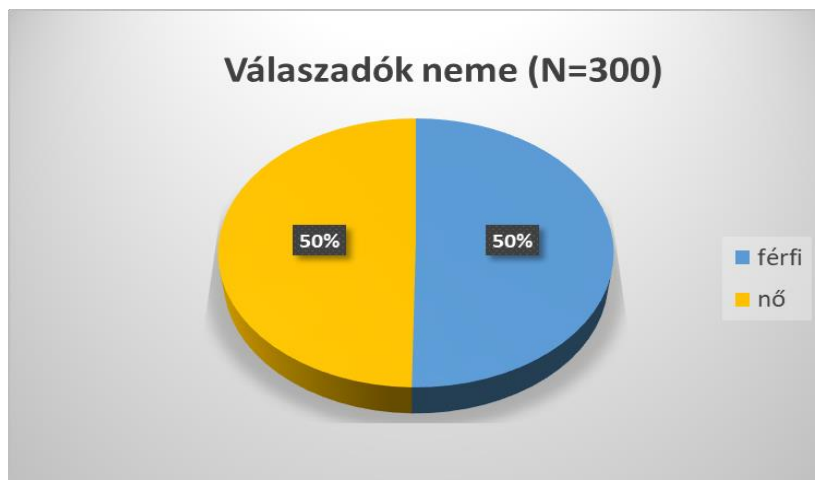
2.3. *Célcsoportaudit*

A településeknek is vannak célcsoportjai melyet négy, kibővített esetben pedig öt csoportra tudunk bontani. Ahhoz, hogy a vizsgálat mindenre kiterjedő legyen öt csoportot kell megfigyelni. Az elsődleges és legfontosabb célcsoport a helyi lakosság, a másodlagos a potenciális turisták, idetelepülők. A harmadik szegmensbe a helyi vállalkozások tartoznak, a negyedikbe a potenciális befektetők, a településen kívül működő cégek, az ötödikbe pedig a politikai szervezetek, intézmények befolyásolói tartoznak. (Piskóti, 2012)

2.3.1. A minta összetétele

A primer kutatásom során a kérdőíves online felmérést választottam a lakosság elégedettségének megismeréséhez, melynek összetétele a mellékletben található. A település 2015 főből áll, ezért a mintanagyságnak 300 főt határoztam meg. A kérdezés 2023. 09. 20.-án indult, és 2023. 10. 03-án érkezett be a 300. kitöltés. A kérdések között volt önálló válasz, valamint feleltválasztós opció is skálázás segítségével, illetve a válaszadás anonim módon zajlott le. Az alábbi grafikonokon fogom bemutatni a célcsoport demográfiai összetételét, és a válaszok arányát.

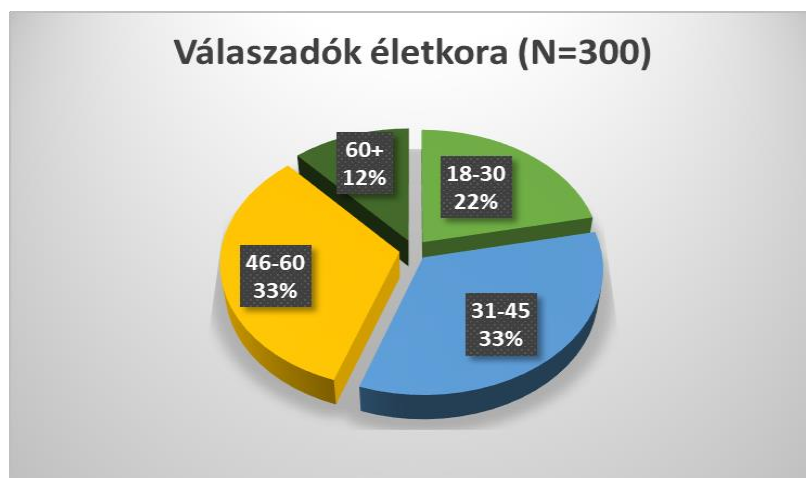
Az elsődleges célcsoport a lakosság, ami férfiakból és nőkből tevődik össze, egyenlő arányban, ugyanis 1008 férfi és 1007 fő nő él Harsányban.



10. ábra Harsányi válaszadók nemi megoszlása (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

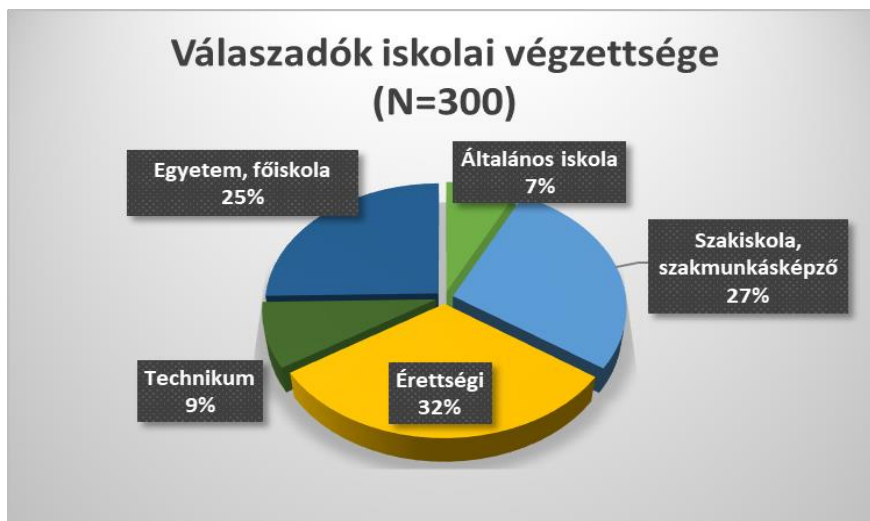
Életkori összetételüket tekintve a primer kutatás alapján a válaszadók 12%-a 60 év feletti, 33% 46-60 év közötti, szintén 33%-uk 31-45 év közötti, valamint a kitöltők 22%-a 18-30 év között mozog.



11. ábra Válaszadók életkor szerinti megoszlása (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

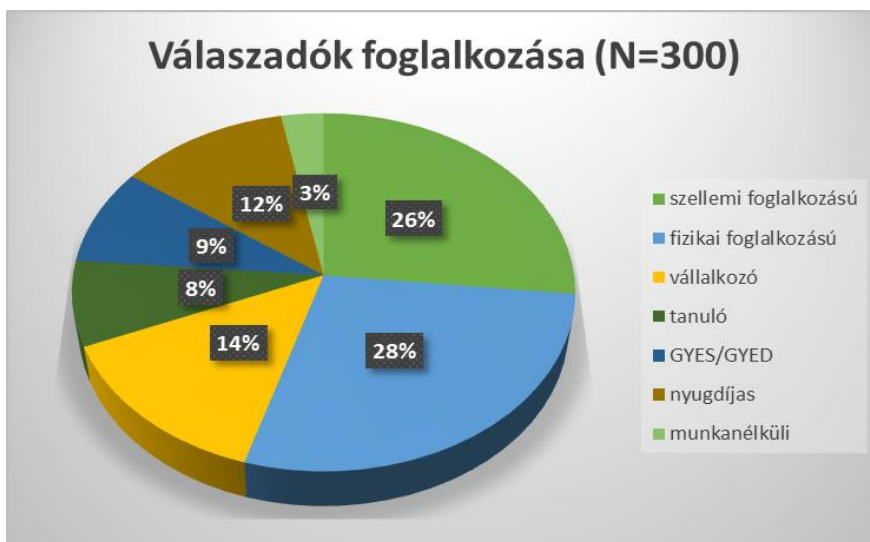
Iskolázottság szempontjából megoszlóak a válaszok. A harsányi népesség 7%-a csupán általános iskolai végzettséggel rendelkezik, 27%-ának szakiskolai, valamint szakmunkásképzői bizonyítványa van, technikumi pedig 9%-nak. Érettségivel 32%-a rendelkezik a lakosoknak, egyetemi, főiskolai végzettséggel pedig 25%-a.



12. ábra Válaszadók iskola végzettség szerinti megoszlása (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

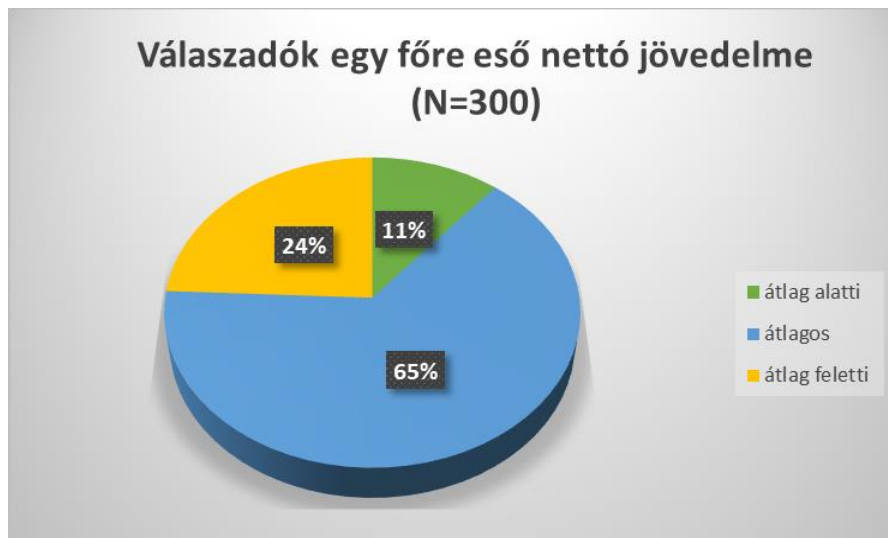
Foglalkozásukat tekintve is igen sokszínű válaszok érkeztek, pozitívumnak mondható, hogy csupán a válaszadók 3%-a munkanélküli. Szellemi foglalkozású 26%, fizikai foglalkozású pedig 28%. Vállalkozóként dolgozik 14%, még tanul 8%, GYES/GYED-en van jelenleg 9%, továbbá nyugdíjasként éli napjait 12%-uk.



13. ábra Válaszadók foglalkozás szerinti megoszlása (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

Az egy főre eső nettó jövedelem szerint a 65% átlagosan él, 11% átlag alatti jövedelemmel rendelkezik, 24%-uk pedig átlag feletti.



14. ábra Válaszadók egy főre eső nettó jövedelme (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

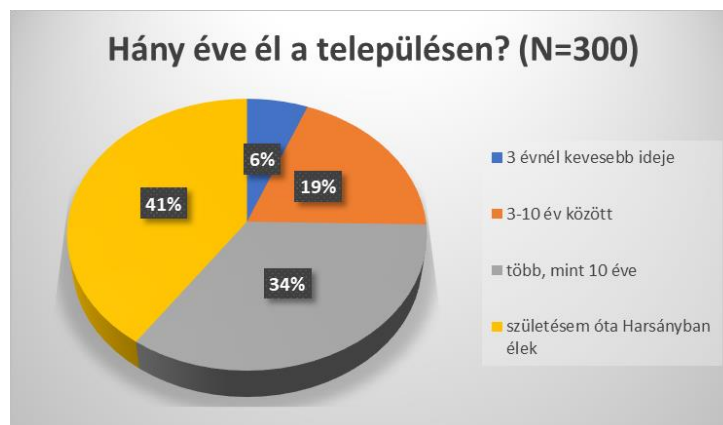
Családi állapot szerint 48% él házastartós párkapcsolatban gyerekekkel, 23% válaszolt a házastartós párkapcsolatot gyerek nélkül opcióra, 11% egyedülállóan él gyerekekkel, 18% pedig egyedülálló gyerek nélkül.



15. ábra Válaszadók családi állapota (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

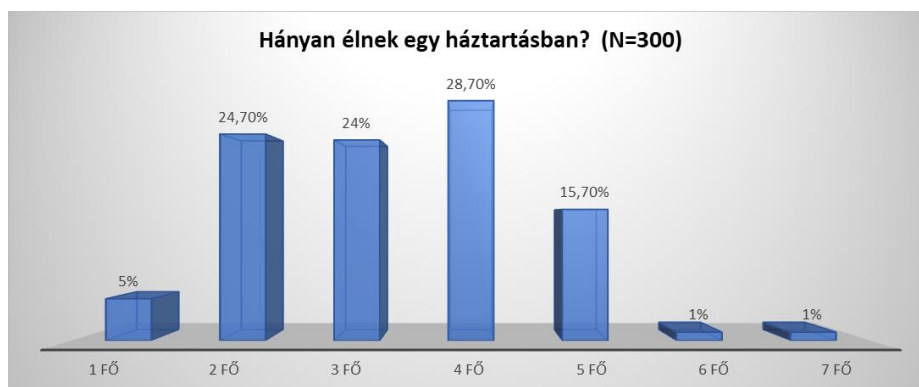
A településen a lakosság 41%-a él születése óta, több, mint 10 éve él Harsányban a válaszadók 34%-a. 19% él 3-10 év között a településen, 6%-uk pedig 3 évnél kevesebb ideje.



16. ábra A válaszadók hány éve élnek a településen (N=300)

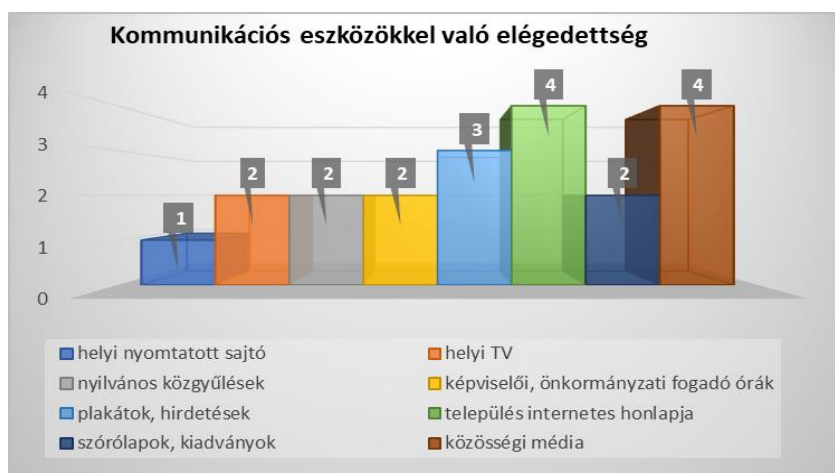
forrás: saját kutatás alapján

A harsányi háztartások 5%-ban 1 fő él, 24,7%-ban 2 fő, 24%-ban 3 fő, 28,7%-ban 4 fő, 15,7%-ban 5 fő, 1%-ban 6, valamint ugyancsak 1%-ban 7 fő éli mindennapjait.



17. ábra Hányan élnek egy háztartásban (N=300)

forrás: saját kutatás alapján



18. ábra Kommunikációs eszközök értékelése (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

Az ábrán a lakosok elégedettségét láthatjuk a településen működő kommunikációs eszközök tekintetében. A válaszadás egy hatfokú skála segítségével történt meg, ahol az 1-es az egyáltalán nem elégedett, a 6-os pedig a teljes mértékben elégedettséget jelöli. A lakosok 1 eszközzel egyáltalán nincsenek megelégedve, 4 tényezővel inkább nem elégedettek, 1-el inkább elégedettek, 2-vel pedig elégedettek.

A felmérés során olyan dolgokat is említettek a lakosok amelyekkel kifejezetten elégedettek. A legtöbb válaszban a természeti adottságokra tértek ki, mint pozitívum, ugyanis mindenhol nézve gyönyörű kilátás tárul szemünk elé, illetve nagyon sok zöld övezettel, erdővel rendelkezik a település, amely békét és nyugalmat áraszt. Nagy pozitívumnak tartják még, a helyben működő vendéglátóhelyeket, amik nagyon jó kínálattal rendelkeznek, ezek közül is a legtöbben a halas taverne működő falatozót kedvelik. A szolgáltatások meglétével is elégedettek, hogy van posta, több élelmiszer bolt, kettő pékség, valamint szépségápolási szolgáltatások is. A szülők nagyon örülnek a bölcsőde létrehozásának, ugyanis így nem kell messzire vinniük gyermekeiket, és szinte minden oktatási intézmény helyben elérhető. Szintén a szülők elégedettek a szervezett gyerekprogramokkal. Heti vagy kétheti rendszerességgel a település egyik nyugdíjas pedagógusa kézműves foglalkozást tart a kicsiknek, akik kiélhetik kreativitásukat. Pozitívan vélekednek még a település fekvéséről is, és kedvezőnek tartják Miskolc közelségét. Elégedettek az elérhető egészségügyi intézményekkel, valamint a már felújított útszakaszokkal is.

2.3.2. További kiemelt célcsoportok

A másodlagos csoportba a turisták, valamint a betelepülni vágyók tartoznak. Mivel Harsányban a vendéglátóhelyek nagyon jónak bizonyulnak, továbbá a szálláshelyek gyönyörű helyeken találhatóak, jó véleményt alkotnak a településről a hagyományörző programokon pedig nagy számban vesznek részt, ráadásul a lakosok rendkívül barátságosak, és vendégszeretőek. A betelepülni vágyók számára kedvezőek az ingatlanárak. Látogatóból is minden korosztály érkezik Harsányba, ugyanis mindenki talál magának érdekességet. Azonban vannak, akik negatív véleménnyel vélekednek, hiszen néhány látnivaló már megszűnt, azonban a plakátokon még mindig hirdetik őket, ezzel megtévesztve a községbe látogatókat. Nagy hiba a település részéről, hogy nem tájékoztatják az embereket a turisztikai attrakciók nyitvatartási idejéről, valamint meglétéről, így ugyanis a lelkes turisták csalódottan távozhatnak, majd negatív véleményt formálhatnak. A negatív imázs pedig nagyban befolyásolhatja az emberek Harsányról kialakult képét, és hosszú távon gondokat okozhat a település életében.

A harmadik szegmensbe a vállalkozások tartoznak, melyekből jónéhány van a településen. Több száz vállalkozás van bejegyezve Harsányba, azonban ezek nagyrésze csak székhelyként funkcionál, nem a településen működik. Néhány évvel ezelőtt sokkal több vállalkozás üzemelt, volt például állateledel bolt, virág-és ajándékbolt, 100Ft-os bolt, presszók. Ezek azonban nem minősültek túl nyereségesnek, és alkalmazottakat sem nagyon tudtak foglalkoztatni, így be kellett zárniuk. Jelenleg működik lengyel bolt, zöld ABC, kettő pékség, egy zöldség-gyümölcsös, valamint egy pizzázó, fagyaltozó, egy fogadó, illetve egy nemrégiben nyílt falatozó a halastónál. Ezek a szolgáltatások nagyon jövedelmezőek, és nagyrészüket már évtizedek óta folyamatosan üzemel Harsányban, azonban a

vendéglátóhelyek nem igazán a lakosságból élnek meg, hanem a településen átutazó emberekből. Új vállalkozások számára nem igazán alkalmas a község, kereskedelmi egységekből mér telítettnak mondható, azonban számos üzleti lehetőség még kihasználatlan a településen.

A potenciális befektetők a negyedik célcsoport tagjai, akik a település fejlődését segítve, illetve a lakosok életszínvonalát növelve fektethetnek Harsányba. Az eddigiekben nem túl sok befektetés történt. A lakosoknak azonban van néhány ötletük, hogy mi hozhatna jövedelmező üzletet Harsányban. Lenne kereslet egy utánfutóbérlő helyre, ami nagy könnyedséget jelentene számukra, és nem kellene emiatt más településre utazni, hogy futót bérelhessenek. Ugyancsak sokan szeretnék autóboltot, valamint egy kisebb kézi autómosót. Ezentúl már nem több élelmiszerboltra, hanem inkább autós, alkatrész, kiegészítőket forgalmazó boltra lenne szükségük leginkább a férfi lakosság számára.

Az ötödik, egyben legmeghatározóbb szegmens a kormányzat, döntéshozók. Az állam beavatkozásával tud a legtöbbet fejlődni egy település. Harsány önkormányzatának is rengeteg támogatást nyújt, hogy tudja növelni a település a lakosság életszínvonalát. Fontos, hogy az önkormányzat, milyen pályázatokat nyújt be, és hogy miben akar fejlődni.

2.4. *Tevékenységaudit*

A következő fejezetben a tevékenységaudit keretein belül, bemutatom a településen végzett korábbi fejlesztéseket, pályázatokat, terveket, illetve feltárom a jövőbeli célokat, beruházásokat. Kitérek a gazdasági, oktatási, kulturális és turisztikai, valamint a sportérettel kapcsolatos fejlesztésekre is. Harsányban a legtöbb változás 2018-ban következett be, akkor kerültek átadásra a fejlesztett tényezők, illetve akkor sikerült elnyerni több pályázatot is.

2.4.1. *Kínálati fejlesztés*

A településen 2020-ban valósult meg az egyik legnagyobb beruházás, ami közel hetvenmillió forintos, melynek célja a helyi termékek piacra jutását segítő támogatás volt Dél-Borsod vármegyékben. Öt környező településsel konzorciumban valósult meg, Mezőkövesddel, Bogáccsal, Mezőcsáttal, valamint Ónoddal. Harsányban egy hűtőházat hoztak létre, hogy a helyben megtermelt alapanyagokat lefagyasszák, és a közétkeztetést elősegítsék. Ez hozzájárul a helyi termelők, és vállalkozók jövedelmezőségéhez, valamint munkahelyeket teremt a lakosok számára. Az öt településen összesen 22 munkahely létrehozása volt a terv. Harsányban 2020 októberében került átadásra az épület, azonban máig ismeretlen okokból kifolyólag nem üzemel, így sajnálatos módon egy helyi lakosnak sem adott új munkalehetőséget.

A település szebbé tételéért, 2022-ben Harsány község önkormányzata a Magyar Falu program keretében kétmillió-nyolcszázezer forint vissza nem térítendő támogatás keretein belül beszerzett egy fűnyíró kistraktort, mellyel hatékonyabban tudják a közterületeken,

illetve a foci pályákon a fűvet lenyírni, az eszköz jelentősen megkönnyíti az önkormányzat karbantartási feladatainak ellátását.

A lakosok, illetve az áthaladó forgalom közlekedésének megkönnyítéséért Harsány több útját is felújították, és új kiegyenlítő kopóréteggel vonták be azt, továbbá több száz méternyi járdát is kialakítottak, felújítottak. Fontos még megemlíteni, hogy kerékpárutat is építettek ki, hogy a két keréken közlekedő lakosok biztonságosabban közlekedhessenek. Szintén a Magyar Falu program keretein belül nyílt ezekre lehetőség, a pályázatok jelentős része vissza nem térítendő támogatás.

A harsányi gyermekek részére kialakításra került 2021-ben egy új játszótér, így a gyerekek intézményi kereteken kívül is tudnak játszani társaikkal. A Magyar Falu program által nyílt erre lehetőség, vissza nem térítendő támogatás formájában, kétfélmillió-kétszázezer forintért.

Az intézményekre is nagy hangsúlyt fektettek, az óvoda udvarát teljes mértékben felújították, új játékok kerültek elhelyezésre, mértékben akadálymentesítették, valamint kapacitásbővítés is történt, ugyanis az óvoda kibővült két új csoportszobával, így még több gyermek számára lett férőhely. Az iskola és az óvoda fűtési rendszerét is korszerűsítették.

Legfrissebb projektként a település kétfélszázötven millió forintos európai uniós támogatásra tett szert, melynek fő célja a szakemberhiány, illetve a hátrányos helyzetű emberek munkaerő-piacon való megjelenítése.

Az elmúlt években történt néhány turisztikai és kulturális fejlesztés a településen, mint például, felújították a főtéren álló turul szobrot, mely sokat jelentett a lakosságnak, illetve az I. világháborús emlékművet is felújították, a hagyományörzés, emlékezés jegyében. Harsány elnyert egy harmincnyolcmillió forintos pályázatot, melynek célja a helyi identitás, és a kohézió erősítése. A község ezzel szeretné elérni, hogy a lakosok fejlődjenek az egymás iránti felelősségtudatban, illetve, hogy aktívabbak legyenek. Ez által felfrissülne a helyi identitás, illetve a Harsányhoz való kötődés, célja még a rejtett erőforrások felszabadulása.

Turisztikai fejlesztés keretein belül került kialakításra egy kerékpárút mely Miskolc és Bogács között terül el, 33 kilométer hosszan. Harsányban 2600 méteren halad végig. A kerékpárút végig vezeti a biciklistákat a helyi látnivalók mentén, vízpartok, erdők mellett, árnyékos helyeken, így sportolás közben megtekinthetik a települések legszebb helyeit.

Harsány történelmi múltjában is megjelenő, uradalmi dézsmapince került felújításra, új tetőt kapott, így kialakítottak benne egy helytörténeti gyűjteményt, ahol helyet kaptak a település történetei, szokásai, szőlőművelés, borászat hagyományai is. Egy megfelelő hely a turisták és a lakosok számára is egyaránt, hogy megismerjék a községet, és a történelmét.

A helyi könyvtárat felújították, korszerűsítették. Kibővítették informatikai eszközökkel, valamint egy integrált könyvtári szoftverrendszerrel, így beszerzésre került hat darab számítógép, egy hordozható notebook, illetve egy projektor.

2022-ben került átadásra egy újonnan megépült bölcsőde, melynek célja a családalapítások támogatása, illetve a fiatal párok településre vonzása.

A település elnyert egy támogatást, mely az egész életen át tartó tanuláshoz való hozzáférést biztosítja Harsányban. Szeretnék, hogy új típusú tanulási formákat alakítsanak ki, illetve az élethosszig tartó tanulás feltételeit megteremtsék. Célcsoportja a lakosság, különösen azok,

akik nem vesznek részt a köznevelésben, illetve a halmozottan hátrányos helyzetű emberek. A projekt keretein belül lehetőség nyílik szakkörökön való részvételre, ismeretterjesztő előadások megtekintésére, különböző foglalkozások megtartására. Leginkább kézműveskedés, hagyományörzés, olvasóköri van a terítéken.

„Az egészség az igazi jólét” szlogennel 2020-ban indult el egy projekt, mely célja Harsány és a környező települések lakosságának alapellátásának javítása. Ez által megjelennek a háziorvosi ellátáson túl, olyan szolgáltatások, melyek által rejtett alapbetegségeket is tudnak vizsgálni. Fő célja a betegségek korai szakaszban lévő felismerése, így csökkenteni tud a rájuk fordított egészségügyi szolgáltatás költségei.

Összességében kijelenthetjük, hogy az elmúlt években számos változás, fejlődés történt a községben. Néhány fejlesztést nem tudtak végrehajtani a pandémia bekövetkezése miatt, mint például a közösségi ház javítása, ami sajnos beázik és ennek költségeit át kellett a veszélyhelyzet miatt csoportosítani.

A jövőre nézve az alábbi közbeszerzési eljárásokat fogja elindítani az önkormányzat: Harsány csapadékvíz rendezése, a településen lévő ingatlanok gazdaságélénkítő fejlesztés, építése, a belterületen lévő utak fejlesztése, valamint az egészségház fejlesztése. Ezek a jövőbeli célok.

2.4.2. Kommunikációs kompetencia

Minden település életében elengedhetetlenül fontos a megfelelő kommunikáció kialakítása, ugyanis minden eszközzel és cselekedettel üzenetet fogalmazunk meg, elegendő csupán annyi is, ha nincsenek megfelelően gondozva a közterületek, esetleg nagy a gaz és máris negatív lehet az üzenet. A településeknek rendkívül fontos erre odafigyelni, hiszen csak úgy tudnak fejlődni, ha minél több a lakos, a potenciális lakosoknak pedig egy megfelelő üzenetet kell közvetíteni. Sajnálatos módon a mai napig nem fordítanak erre kellő figyelmet a települések.

Harsány községe már próbálkozik egy egységes arculat kialakításával, illetve alkalmaz is néhány kommunikációs eszközt, azonban ezek mind kezdetlegesnek mondhatók. A település ugyancsak, mint sok másik, rendelkezik zászlóval és címerrel is, utóbbiról korábban a település bemutatása fejezetnél írtam. A zászló a sárga és a kék színekből áll, ez a két szín vált Harsány jellemzőjévé, és főként ezek dominálnak mindenhol.

A településen végig haladva találkozhatunk egységes megjelenésű üdvözlőtáblákkal, illetve utcajelző táblákkal, melyek fafaragással kerültek kialakításra, a lakosság nagy része is ezekhez passzoló házszám táblákat készített, ezzel is növelve az egységet megjelenést. A fa tehát az egész településen végig haladva feldolgozott módon jelenik meg, a buszmegállók is fából készültek el. A fa ilyen módon való megjelenítésével a természet közelségét próbálják üzenni.

Kommunikációs eszközöket már annál inkább használnak. A településen, valamint a környező településeken kihelyezésre került néhány turisztikai célú plakát a főutcák mentén, melyekre a Harsányban lévő látnivalók kerültek. Azonban ezek a plakátok már eléggé

elavultak, és a már megszűnt attrakciók szerepelnek rajta, amik sok turistának csalódást okozhatnak a településre látogatáskor.

A plakátok mellett a leggyakrabban szórólapokat készítenek, amiken a soron következő rendezvényeket, programokat népszerűsítik, illetve a legfrissebb tájékoztatásokat írják rá. Ezeket a szórólapokat minden lakosnak kiküldik, valamint a település két pontján található faliújságra helyezik el, továbbá a buszmegállókat plakátolják ki vele.

Nyomtatott sajtó egy ideje már nem készül Harsányban. Korábban évtizedek óta folyamatosan elkészítették a Harsányi Tükör című újságot, amelyben a legfrissebb híreket jelentették meg, illetve a korábbi rendezvényekről szúrtak be képeket. A lap évente néhány alkalommal jelent meg amely csupán kettő oldalból állt, és fekete-fehéren került kinyomtatásra. Manapság már egyáltalán nem készítik el, azonban a korábbi számokat meg lehet tekinteni a település honlapján, az archív dokumentumok között.

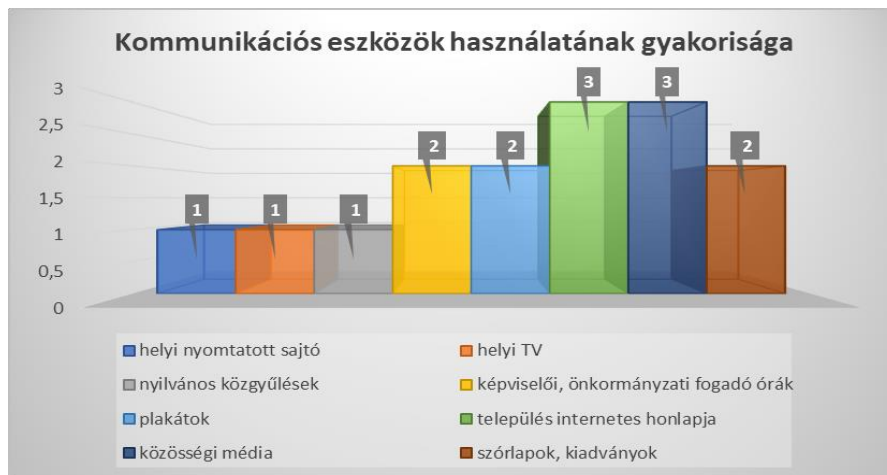
Sok más településsel azonos módon, Harsányban is sugároznak helyi adást a TV-ben, a Harsányi TV-t. A csatornán képeket láthatunk melyek a rendezvényeken készültek, illetve fontos információkat, valamint az intézmények nyitvatartási idejét. Manapság már nem sok ember követi figyelemmel a lakosok közül. Nagyon ritkán a település is feltűnik különböző csatornákon, leginkább a megrendezett események kapcsán.

A digitális, online világ térnyerése óta nagyobb hangsúlyt kell fektetniük a településeknek is az online kommunikációra. Ezért Harsány község önkormányzata a 2010 óta működő honlapját idén teljes mértékben átalakította. Mivel még nagyon friss az új oldal, ezért számos fül alatt semmilyen tartalmat nem találhatunk. Azonban, ha minden menüpont feltöltésre kerül, akkor számos információt megtalálhatunk Harsánnyal kapcsolatban. Legyen szó álláslehetőségekről, a benyújtott pályázatokról, vagy az elnyert pályázatok részleteiről. Továbbá informálódhatunk a településen elérhető szolgáltatásokról, hírekről.

A honlap mellett, hivatalos facebook oldalt is működtet a település. Az oldalon a legfontosabb híreket osztják meg, illetve felhívásokat, fotókat tesznek közzé. Itt kommunikálnak a legaktívabban a többi eszköz közül. A lakosok az oldal mellett létrehoztak egy zárt csoportot is, ahol napi szinten több posztot tesznek közzé, leginkább adás-vételre és információkérésre használják. A csoportnak jelenleg több, mint 2000 tagja van, azonban nem minden tag harsányi lakos. A tagok között vannak olyanok, akik harsányi ismerőseik miatt léptek be, vannak, akik korábban a településen éltek, mára azonban elköltöztek, illetve a környező településekről is csatlakoztak emberek, ugyanakkor számos vállalkozás is belépett, a szolgáltatásait, termékeit népszerűsíteni.

A kommunikációs eszközöknél észrevehető, hogy leginkább már csak online formában használják őket, ezért a településnek fel kell ismernie, hogy digitálisan jobban tud üzeneteket továbbítani a lakosság és a potenciális lakosok felé.

A primer kutatásom a kommunikációs eszközök használatára is kitért, a diagramokon jól látható, hogy milyen sűrűn használják őket. A válaszadás egy ötfokú skála segítségével valósult meg, melyben az 1-es a nem használja, a 2-es a ritkábban, mint havonta, a 3-as a havonta, a 4-es a hetente, az 5-ös pedig a naponta gyakoriságot jelenti.



19. ábra Kommunikációs eszközök használatának gyakorisága (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

A felmérés segítségével a település számára is jól látható, hogy mire kellene nagyobb hangsúlyt fektetni, illetve, hogy a lakosság melyik eszközzel mennyire elégedett.

2.5. Versenytársaudit

A versenytársaudit során azokat a településeket célszerű meghatározni, amelyek hasonló kínálati mixel rendelkeznek, illetve azokat, melyekkel fel tudjuk venni a versenyt. Elsősorban azokat a versenytárs-településeket kell kiválasztani, melyeknek a leghasonlóbbak a célcsoportjai. A településeknél meg kell állapítani, hogy melyik gyengébb, illetve, hogy melyik erősebb a mi községünknel. Miután felmértük az erőviszonyokat, a hozzánk legközelebb álló települést kell figyelemmel követni rövid távon, hosszú távon viszont a tőlünk jobb helyzetben levő területet kell felvenni a versenyt. Ezután reális célokat tudunk meghatározni a jövőre nézve, és fejlődhet a település. (Piskóti, 2012)

Harsánynak is vannak versenytársai, mint minden településnek. A riválisok közé sorolható Bükkaranyos, Emőd, továbbá Kisgyőr is. Távolról szemlélve a helységeket, egyformának tűnhetnek, azonban, ha közelebről megvizsgáljuk őket, észrevehetünk számos különbséget közöttük, mely által rangsort is tudunk felállítani közöttük. Bükkaranyos, valamint Kisgyőr közvetlenül helyezkedik el Harsány mellett, Emőd pedig Bükkaranyos mellett található.

Bükkaranyoson jelenleg 1590 fő él, ami kevesebb Harsány lakosságánál, területe pedig 26,2 km², Miskolchoz pedig körülbelül 17 km-re található. Intézményekben csakugyan bővelkedik, mint Harsány. Üzemel a településen egy új bölcsőde, óvoda, valamint általános iskola is, továbbá létrehoztak a gyerekek számára egy tornacsarnokot is. Szolgáltatásokból azonban kevésbé jeleskedik, kereskedelmi egységekből csupán három található a településen, egy Coop bolt, egy kisebb élelmiszer bolt, valamint egy zöldséges. Érdekeség, hogy Bükkaranyoson van egy pékség mintabolt is, ahová az egyik harsányi pékség szállítja a finomságokat. A pályázatokat tekintve legutóbb egy támogatás által épült fel a 12 férőhelyes Bükkaranyos Kincsei nevezetű bölcsőde, valamint folyamatosan csinálják az útburkolatok felújítását, ezenfelül pedig létrehoztak egy sportparkot is, ahol kedvükre

mozoghatnak a lakosok. Jelenleg folyamatban van egy pályázat, melynek keretében építenek a gyerekeknek egy védett állatokat bemutató játékparkot, hogy játék közben is tanulhassanak az őket körülvevő környezetről, valamint az állatokról. 2026-ban fog befejeződni egy beruházás, ahol a kiépítenek egy csapadékvíz elvezető rendszert. A bölcsőde átadásával három munkahelyet hoztak létre helyi nők számára, azonban más munkalehetőség itt sincsen. A harsányi bölcsődéhez képest fejlettebbnek mondható, ugyanis angol kurzus is tartanak a kisgyermekek számára, így már egészen kicsi koruktól megismerkedhetnek az angol nyelvvel, és a későbbiekben könnyebb lesz számukra a nyelvtanulás, és előnnyel indulhatnak. Szálláshely nem található a településen, ebből a szempontból is gyengébbnek mondható ezáltal Harsánynál. Ugyanakkor pozitívum, és sokkal kiemelkedőbb tényező a többi településhez képest, hogy a honlapjuk rendkívül modern, letisztult és stílusos, és még telefonra is optimalizálták, ami egy nagy plusz, továbbá könnyedén el lehet igazodni az oldalon. A közlekedés olykor nehézkes Bükkaranyos, mert az utcák rendkívül keskenyek, ezáltal számos balesetveszélyes helyzet van egy nap folyamán, a buszközlekedés azonban igencsak gyakorinak mondható. Összegezve, Bükkaranyos van, amiben jobban teljesít Harsánynál, de az összes tényezőt tekintve Harsány egyelőre erősebbnek mondható. (bukkaranyos.hu, 2019)

A következő versenytárs település Kisgyőr, ahol 1660 fő lakik 71,13 km²-en. Miskolctól 22 km-re fekszik. A faluban nincsen bölcsőde, van azonban óvoda, valamint általános iskola. Szálláshelyből nagyon kevés van, csupán a Pál Család Vendégházban, illetve a Postakocsi Fogadóban tudnak szállóvendégeket fogadni. Kereskedelmi tényezőkből is van néhány, üzemel egy gazdabolt, egy Coop bolt, valamint kettő élelmiszer bolt és kettő vegyes bolt. Továbbá kettő presszó, söröző, illetve egy fagylaltozó is. A pályázatok a népi kultúra, és a kohézió erősítése érdekében jönnek létre, illetve elnyertek egyet a vízelvezetés rendbetételére is. Kisgyőrben leginkább a kultúrára a népiességre és a hagyományörzésre helyezik a hangsúlyt. A település Művelődési házában évtizedek óta tartanak mese- és versmondó versenyeket. Kommunikációban sem túl erősek, a honlapjuk rendkívül elavult, és még a tavalyi karácsonyi köszöntő van a főoldalon, ami annyit jelent, hogy nem is frissítik az oldalt. Látnivalókból leginkább Kisgyőr tűnik ki, éppen ezért el is nevezték a települést faragott falunak. Néhány évvel ezelőtt ugyanis gyönyörű szép fafaragott szobrok lepték el, leginkább vallásos témában. Készítettek a centrumba egy faragott betlehemet mely 14 szoborból áll, illetve négy templomtornyot, mellyel a történelmi magyar egyházakat jelképezik. A szobrok mellett egy kilátót is építettek a Szent Korona alakjában 16 méter magasan. A kilátóban egy kiállítást is meg lehet tekinteni. Éppen ezért rengeteg turistát vonzz, és imázs növelően hatott. Még zárandokutakat is szerveznek Kisgyőrbe. A település leginkább a látnivalóival emelkedik ki a többi közül, azonban a kínálati mixe nem erősebb Harsánynál. (kisgyor.hu, 2012)

A harmadik rivális Emőd, amely korábban falu volt, azonban olyan gyors ütemben tudott fejlődni, hogy kisvárossá nőtte ki magát. Jelenleg 5032 fő lakik a településen, területe pedig 49,37 km². Bükkaranyoson túl helyezkedik el, Miskolctól 19 km-re található. A kisvárosban számos intézmény van, mint például bölcsőde, óvoda, általános iskola, valamint zeneiskola is. Néhány szálláshely is van a településen. Szolgáltatásokból is bőven akad, van Coop bolt, lenyel bolt, három vegyes kibolt, zöldséges, kettő ruhabolt, mezőgazdasági bolt, állateledel, gumiszervíz, valamint ajándékbolt. Található fagylaltozó, kávézó, presszó, valamint éttermek is, melyek közül a legismertebb az Oázis étterem. Az egészségügyi ellátás is teljes körű, a lakosok igénybe vehetnek háziorvosi, gyermekorvosi, fogászati, valamint védőnői

ellátást is, továbbá gyógyszerár is. Több pályázat is folyamatban van, 2025-ben fog zárulni a zöldinfrastruktúra fejlesztése, mely során a zöldállományt próbálják növelni a területen. A belterületi vízelvezetés második üteme már lezárult, illetve nemrégiben adták át a felújított közétkeztetési konyhát. Emődön sok látnivaló van, mely sok turistát vonz. A városban lehet megtekinteni a Rhédey-kastélyt, a tájházat, székelykaput, Balázs-kutat, valamint több híres szobrot is. A település erőssége az is, hogy van munkalehetőség, a legutóbbi friss álláshirdetés kéményseprői pozíciót hirdet, valamint lehet jelentkezni a helyi konyhára is. Kommunikációjuk azonban nem túl erős, nincsen facebook oldaluk, csupán csak egy weboldaluk, amely a Bükkaranyoshoz hasonlóan eléggé fejlett, és korszerű, és minden információt megtalálhatunk a városról, ugyanis naprakész és nyilvános minden adat a település gazdálkodásáról is. A közlekedés sokszínű a településen, nem csupán busszal lehet megközelíteni, hanem vonattal is. Emőd nagyon nagy fejlődésen ment keresztül az elmúlt években, és növelni tudta a lakosság életszínvonalát. A versenytársak közül az egyetlen, amely több szempontból is lekörözi Harsányt, hosszú távon tudna csak vele versenybe szállni. (emod.hu, 2020)

A versenytársakat összevetve, meghatározhatjuk, hogy Bükkaranyos kínálati mixe, célcsoportjai és tényezői állnak a legközelebb Harsányhoz, mindemelett jelenleg gyengébbnek mondható nála. Amennyiben Bükkaranyos ilyen ütemben fejlődik tovább, akkor könnyedén lekörözheti majd a településünket, ennek következtében lényeges, hogy folyamatosan nyomon kövessük pozícióját és fejlesztéseit. Kisgyőr kínálati tényezői is gyengébbek Harsánynál, habár látnivalókban kiemelkedőbb, illetve több turisztikai attrakcióval rendelkezik, melyben erősebb. Ugyanakkor, ha összegezzük, kizárólag a látnivalók mennyiségében emelkedik ki, pályázatokból is elenyésző található, valamint kevés vállalkozás működik a településen, ezáltal szintén elmaradottabbnak tekinthető Harsánynál, de szintén fontos a folyamatos nyomon követése. A harmadik rivális Emőd volt, amely erősebb településnek minősül Harsánynál. Olyan szinten, és olyan ütemben fejlődött az elmúlt évtizedekben, hogy már a kisváros minősítést is elnyerte, számtalan szolgáltatással, mi több látnivalókkal rendelkezik. Egy nagyszerű példa, arra, hogy a falvak is megtudják növelni életszínvonalukat, és hosszú távon érdemes hasonló célokat kitűzni Harsánynak is, mint Emőd.

2.6. Imázsaudit

Az ember minden kapott információból tanul, melyeket feldolgoz, majd kialakul benne egy vélemény, egy gondolat, ezt nevezzük imáznak, mely fontosabb egy település fizikai adottságainál is. Az imázsaudit során a településről kialakult képet és a létre jövő attitűdöt szükségszerű megismerni, illetve megvizsgálni. A korábbiakban csak a külső arcultra vonatkozó elemeket kutatták, csupán néhány éve kezdtek el foglalkozni az átfogóbb, véleményeket is megismerő elemzésekkel, mellyel segítik a települések fejlődését, valamint segítik a lakosságot közelebb hozni a vezetőséghez. Ezáltal az imázsvizsgálat hatással van a vásárlói döntésekre, melyből később tapasztalatokat szerez, majd véleményt formál, ami később meg is lehet változtatni. A vizsgálat során ügyelni kell arra is, hogy a vélemények torzák lehetnek ezáltal elengedhetetlen, hogy a torzítás okát is megismerjük.

Elégedett lakossággal tud fejlődni a település, és a megfelelő életszínvonal nyújtásával akár több lakosra is szert tehetnek. Különösen hangsúlyos odafigyelni rájuk, mert az ő véleményükre ad mindenki, ugyanis ők tudnak reális képet nyújtani a beköltözni vágyóknak a településről, és számos ember kedvét el is vehetik Harsánytól. A lakosság általánosságban ugyan meg van elégedve a településsel, azonban számos tényezőt változtatna, ha tehetné, álláspontjukat pedig ahol lehetőségük van rá, nyíltan és őszintén kinyilvánítják. A település számára negatívum, hogy a lakosság nagy része egyáltalán nem aktív, és nagyon nehéz aktivitásra bírni őket, legyen szó a rendezvényeken való részvételről, vagy a társadalmi munkákról. A lakosság pedig legnagyobb problémaként a kutatás során a vezetőséget bírálta, akik nem veszik figyelembe kéréseiket és szükségleteiket, ezáltal meggondolatlan döntéseket hoznak. Bírálták még a programok hiányát, amelyek más falvakban jobban jelen vannak. Problémának érzik továbbá, hogy semmilyen munkalehetőség nincs a településen, azonfelül szeretnék, ha a hűtőházat üzembe helyeznék, mellyel munkát adhatnának helyben a lakosságnak. Összegezve tehát elégedettek Harsánnyal, döntően a fekvése, valamint természeti adottságai miatt, azonban sok tényezőt változtatnának.

Harsány hátrányból indult, ugyanis nevének jelentése nem hordoz túl sok pozitív jegyet és első hallásra negatív benyomást kelthet bennünk, éppen ezért különösen fontos odafigyelni az imázs kialakítására. A településről az utóbbi években igencsak pozitív imázs alakult ki és kizárólag jó hírek jelentek meg. Köszönhetően a tíz évvel ezelőtt megrendezésre kerülő szürkemarha fesztiválnak, amin több százezer látogató jelent meg, és nagy hírnevet szerzett a községnek. Ekkor nagyon sokan megismerték Harsányt, és a fesztivál sikeressége miatt jó véleménnyel voltak róla. Azóta is folyamatosan a legújabb beruházásokról, sikeres pályázatokról, valamint a hagyomány őrző programokról lehet olvasni, ami mind-mind pozitívum. A település kommunikációja azonban nem tudatos, nincs rá kialakított stratégia, ami nagy hiányosság, ugyanis a folyamatos átgondolt kommunikációval lehet az imázst alakítani a legjobban. Az arculati elemek ugyancsak nincsenek alaposan kialakítva, eléggé kezdetlegesnek mondhatóak.

2.6.1. Gazdasági imázs

A gazdasági imázst a vállalkozói döntések negatív és pozitív tényezői határozzák meg. Három fő területe van. Az első szegmensében azt vizsgáljuk meg, hogy megfelelő feltételek mellett történhet-e termelés a településen. A másodikban azt, hogy a térségben, régióban, van-e lehetőség jó együttműködések létrehozatalára, és megfelelően működik-e a beszállítókkal való kooperáció. A harmadikban pedig az értékesítésre tér ki, hogy a településen lehet-e jó feltételekkel eladni máshol legyártott termékeket. (Piskóti, 2012) Harsányban leginkább az állattartással foglalkoznak, a termőföld alapvetően megfelelő lenne az ipari mennyiségű termelésre. A település a szürkemarhákról lett híres, azonban őket már eladták. A meglévő tsz-ben jó néhány tehenet tartanak, és a tejüket értékesítik. Valamint több gazdálkodó is tart haszonállatokat, melyeket a későbbiekben tovább értékesítenek. Tehát történhet termelés, azonban nem ipari mennyiségben, és leginkább csak állatokból, ezért nem igazán sorolhatjuk az „ahol termelni érdemes” kategóriába. Harsányban létrejöhetnek jó beszállítói kapcsolatok, ugyanis könnyedén megközelíthető akár három irányból is, valamint nincsen messze az autópályától és az útburkolatok állapota is megfelelőnek mondható. Már számos meglévő beszállító jár a településre. Ebből adódóan értékesíteni is kedvezően lehet máshol legyártott árucikkeket Harsányban. Van kereslet külföldi termékekre, valamint a termelőktől gyártott termékekre is, azonban a kereslet nem olyan nagy, ezért inkább szezonálisan vagy

megadott időközönként érdemes árulni ilyesfajta termékeket. A három kategóriából be lehet sorolni a települést az, „ahol eladni érdemes”, valamint az, „ahol venni érdemes” területekhez is, bár egyik kategóriában sem emelkedik ki. Kijelenthetjük, hogy gazdasági imázsa jó, de nem túl kedvező.

2.6.2. Telephelyimázs

A vállalkozásoknak és a beruházásoknak rendkívül fontos a megfelelő telephely kiválasztása. A vállalkozó a hely kiválasztásakor dönthet racionális érvek mentén, vagy tudatos gazdasági tényezők alapján, illetve határozhat szubjektív érzelmei alapján is. A telephelyválasztás egy hosszú távú gazdasági továbbá ökológiai döntésnek bizonyul. Folyamatának első lépése a telephely keresése, majd annak értékelése, és végül a döntés meghozatala. A döntés alapja az úgynevezett „térsgégi közelítés módszerével” történik, ahol elsősorban a nemzetközi régiót választjuk ki, ezután az országot határozzuk meg, majd pedig a régiót és a települést. A vállalat letelepedését is számos tényező befolyásolja, mint például a cég mérete, gazdasági terület, ágazat, a szervezet struktúrája, továbbá a vállalati, stratégiai célok. Továbbá meghatározza még az is, hogy milyen gazdasági tevékenység szeretne letelepülni, a beruházás céljai rövid vagy hosszú távra szólnak, illetve, hogy kik a döntés meghatározói. Figyelembe kell venni a kiválasztott településen lévő szállítói költségeket, a munkaerőköltségeket, valamint az agglomerációs, a település méretéből eredő megtakarítási költségeket is. A döntés meghozatalának is van számos befolyásoló döntése. Ezek közé tartozik a reptér közelsége, vízi szállítás közelsége, hulladékfeldolgozás költségei, az alacsony bérszínvonal, a település természeti adottságai, sportolási lehetőségei, szabadidő eltöltésének opciói, a lakosság pozitív hozzáállása, a beruházás állami támogatásai és még sok más tényező befolyásolhatja ezt a fontos kérdést.

Harsányban kettő telephely található, melyeken helyi építkezési vállalkozások vannak. Azonban rajtuk kívül nincs más. A befolyásoló tényezők közül a reptér, illetve a vízi szállítás közelsége nem kedvező. A többi tényező pozitív lehet, attól függ milyen céljai vannak az adott vállalkozásnak. A település nem rendelkezik túl jó telephelyimázssal.

2.6.3. Kooperációs imázs

A kooperációs imázs a potenciális, valamint a ténylegesen együttműködő, a térségen kívüli vállalkozások elvárásait vizsgálja a beszállító partnereivel szemben, valamint azt kutatja, hogy létezik-e területi, regionális, megyei beszállítói kultúra, és az hogyan befolyásolható a régió- és településmarketing segítségével. Az alábbi elvárásokkal rendelkezik a vállalkozás: a magas minőség, kedvező ár, amelyek versenykritériumoknak minősülnek. Továbbá a rugalmasság, pénzügyi stabilitás, jó hírnév, just in time szállítás, régi kapcsolatok, és még számos más tényezőt vizsgálnak.

2.6.4. Kulturális imázs

A kulturális imázs része a település szellemi, művészeti, valamint sporttevékenységéről kialakított képe. Hozzá tartozik az intézmények értéke, a rendezvények értéke, az értékrendbeli változások, valamint a küldő fogadó szerep, ami a nemzetközi kultúrában betöltött részt hordozza magában. A kulturális rendezvényekkel, illetve kiváló sportteljesítményekkel a település imázsa nő.

Harsány is rendelkezik értékekkel, hagyományokkal. A megrendezésre kerülő rendezvények mindig kulturális céllal jönnek létre, valamint a hagyományőrzéssel kapcsolatban. Minden eseményen a falusi szokások, mezőgazdasági eszközök, földművelés kerül bemutatásra. Mindemellett a településen található egy civil szervezet, a Gazdatárlatért Alapítvány, akik létrehoztak egy múzeumot melyben egy régi falusi ház került kialakításra és berendezésre, régies öltözeteket, valamint eszközöket is bemutatva. Sokan érdeklődnek iránta, ugyanis mindenki számára nagyon érdekes. A múzeum mellett néhány évvel ezelőtt létrehoztak egy Fényírda nevezetű kiállítást is, ahol Esztári Szécsi Zoltán fotóit lehet megtekinteni, aki szintén régies stílusú képeket készített, valamint portréfotókat a faluban élő emberekről. A közösségi házban szintén megtekinthető egy fotó-, kép-, valamint -szoborkiállítás is, ahol Nagy Róbert szobrász, valamint a néhai Vecsei festőművész festményei láthatóak. A kiállítások folyamatosan a turisták rendelkezésére állnak. Kiemelkedő sporttevékenységből is akad, a judo terén számos elismerést hoztak el a judos gyerekek.

2.6.5. Ökológiai imázs

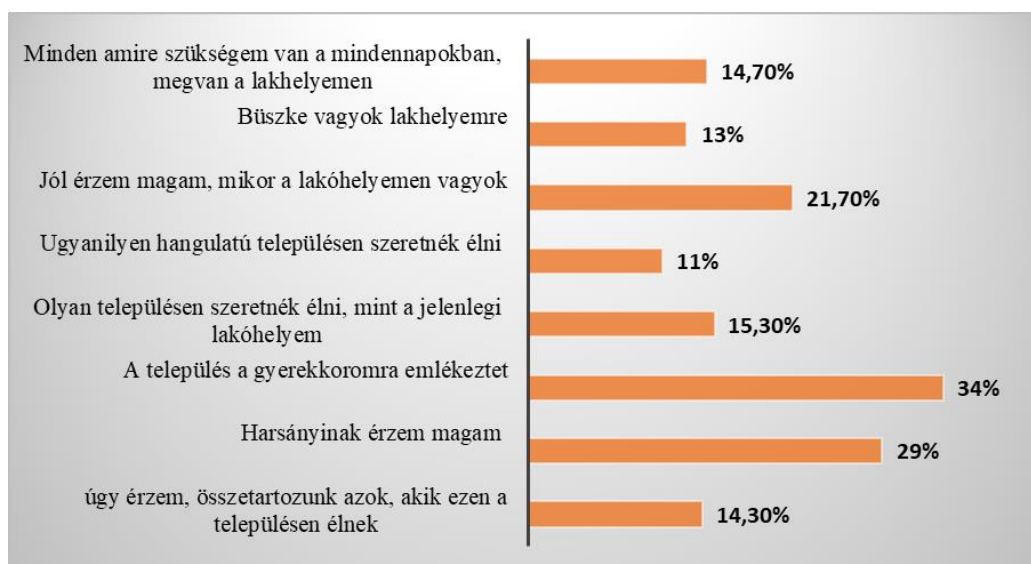
A településről kialakult képet továbbá megítélését jelenti az ökológiai imázs. Összetevői közé tartoznak a környezeti feltételek, melyhez társul a környezetvédelem és az egészségügy, a gazdasági tevékenység környezeti feltételei, a kibocsátott és befogadott környezetterhelés, illetve a környezettudatosság szerepel. Ezt az imázst, nem csak a helyben meglévő tényezők tudják befolyásolni, hanem a környező települések is, például, ha a vizet szennyezik, az nem csak az ő környezetükre fog kihatni. A környezettudatosság fontossága nagyon felértékelődött és magasabb szintűvé vált.

Harsányban nem üzemel semmilyen olyan tevékenység, mely káros anyagokat bocsátana a levegőbe, valamint a sok zöld terület által a levegő jó minőségűnek mondható, a kutatás során sok lakos pozitív tényezőnek jelölte a levegőt a településen. Egészségügy terén is megfelelő a falu, mindenféle ellátás megtalálható, valamint sportolási lehetőségek is elérhetőek nagy számban. Hosszú túrákat lehet tenni a Bükkben, valamint a tó körül. Harsányban is működik a szelektív hulladékgyűjtés, ezenfelül pedig sok háztartásnál található komposztáló. Az iskola ökoiskola elnevezést is megkapta, tehát a gyerekeket folyamatosan próbálják nevelni a környezettudatos szemléletre.

2.6.6. Társadalmi imázs

A gazdasági imázs megléte mellett a társadalmi imázs is fontossá vált. A lakosság társadalmi viszonyát, valamint a kialakult képet jelenti. Azonban ezt minden célcsoport másképpen alakítja ki. A lakosság a település élhetőségét, valamint annak feltételeit értékeli. A vállalatok munkaerőként tekintenek a településre, a turisták pedig természetesen érdekességeket, látnivalókat ezenfelül pedig a biztonságot keresik. A politika pedig potenciális szavazóként tekint a helyi lakosokra, és e szerint értékeli a települést. Az értékelésnek is különböző tényezői, szempontjai vannak: az első az a célcsoportelvárások, majd a sztereotípiák, társadalmi cselekvések, intézményrendszer, valamint a társadalmi identitástudat, kohézió. A lakosság elvárásai a legnagyobbak, nekik vannak a legnagyobb szükségleteik és véleményük Harsánnyal kapcsolatban, hiszen ott töltik mindennapjaikat, az ő imázsukat nehéz alakítani.

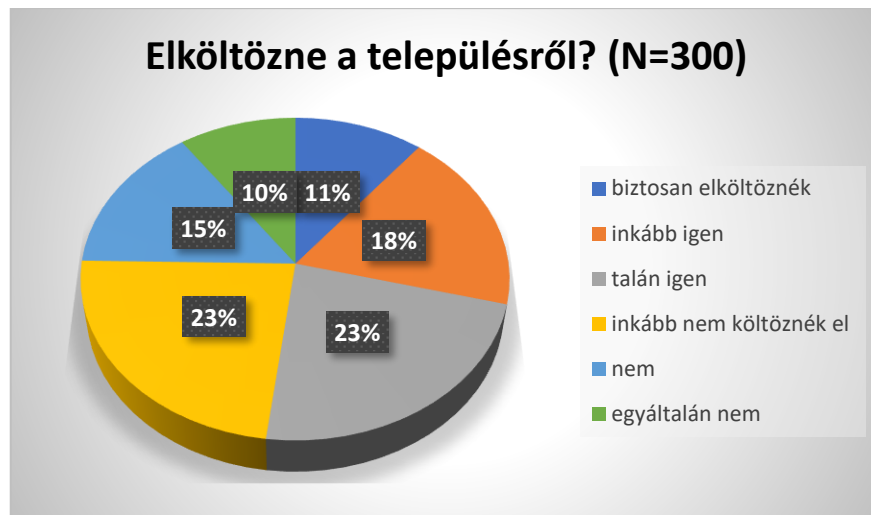
A primer kutatásom során belső imázs vizsgálatot is végeztem a lakosság elégedettségével kapcsolatban. A beérkezett válaszokat az alábbi diagramokon szemléltettem.



20. ábra A válaszadók identitástudata (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

Jól látható, hogy a legtöbb lakost a gyermekkorára emlékezteti Harsány. Valamint a második legtöbb jelölést a „harsányinak érzem magam” válasz kapta. Megfelelően szemlélteti a lakosok Harsányhoz fűződő érzelmeit.



21. ábra Válaszadók költözési szándéka (N=300)

forrás: saját kutatás alapján

Ha módjukban állna egyenlő százalékban talán elköltöznének, illetve inkább nem költöznének el. A válaszadók 10%-a pedig egyáltalán nem költözne el, erős az identitástudata.

3. A TELEPÜLÉS SWOT ANALÍZISE

A SWOT analízis segítségével reális képet kapunk a település pozíciójáról. Feltudjuk mérni a község erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit, valamint veszélyeit, így ezzel együtt kitűzhetünk jövőbeli terveket, célokat a településre nézve.

3.1. *Erősségek*

Harsány legnagyobb erősségének az elhelyezkedése tekinthető, ugyanis egy völgyben található és a Bükk lábánál terül el, ezáltal gyönyörű kilátás, festői dombok tárulnak szemeink elé a település minden pontjáról. A természeti adottságok azonban nem merülnek ki a táj szépségében, található ugyanis a községben egy halastó, amely körül kellemes sétákat tehetnek a lakosok. Ugyanakkor rendkívül sok horgászt is vonzz a tó, számos verseny is megrendezésre szokott kerülni. Továbbá Harsány nagyon tiszta és rendezett településképpel rendelkezik, illetve folyamatosan parkosítják a közterületeket, hogy minél szebb legyen az összkép. A gyönyörű környezet mellett, fekvése is igen kedvező Harsáynak, ugyanis alig húsz kilométerre terül el vármegyeszékhelyünkötől, Miskolctól, ahol számos szolgáltatás megtalálható, így ami nem érhető el a községben, ott megtalálható ugyanakkor kellőképpen messze van a város zajától.

Erősségnek számít a nemrégiben átadott bölcsőde, mely által számos kisgyermekes családnak helyben megoldott a gyermek elhelyezése, azonban ez nem minden településen elérhető, ebből a szempontból Harsány szerencsés választásnak mondható. A bölcsőde, valamint az óvoda mellett, az általános iskolai oktatás színvonala kiemelkedő a környező települések közül. Sok gyermek jár a községbe tanulni Kisgyőrből, a Pingyomról, valamint Miskolcra is. Az intézményeket folyamatosan korszerűsítik, és fejlesztik, így jó választás lehet a gyerekek számára.

A lakosok számára rendkívül sok sportolási lehetőség akad, ami úgyszintén egy erős tényezőnek számít. Lehetőség van futballozásra, kézilabdázásra, röplabdázásra, judózásra, táncra, zumbázásra, horgászatra mindemellett lovaglásra is, továbbá kialakításra került egy kondipark, ahol a lakosok kedvükre mozoghatnak. A településen található még egy bitumenes pálya, egy műfüves focipálya, illetve bicikli út is, így szinte mindenki megtalálhatja a számára optimális sportolási formát.

Az egészségügyi ellátásban is jeleskedik a község, ami sajnálatos módon nem mindenhol elérhető. Harsányban van állandó, folyamatos háziorvosi rendelés, ami kincsnek számít manapság, ezenfelül fogorvosi rendelés igénybevételére is van lehetőség heti több napon át. Gyógyszertár is üzemel az egészségügyi centrumban, ami egy korszerű, felújított épület.

Erősségnek tekinthető még a közbiztonság is, ugyanis szinte egyáltalán nem történik sem betörés, sem pedig másféle bűncselekmény, továbbá a lakosok biztonságáról a helyi polgárőrség gondoskodik, akik időnként gyalogosan körbejárják a települést esténként, illetve a rendezvényeken aktívan gondoskodnak a biztonság fenntartásáról.

Harsányban rendkívül színes a szolgáltatások palettája, rendelkezésre áll kozmetika, konditerem, posta, többféle bolt is, mint például lengyel bolt, Coop, Zöld ABC, zöldséges,

továbbá kétféle pékség is, tehát a kereskedelmi ellátottság igencsak széleskörű, és csaknem minden szükséges szolgáltatás elérhető a településen. A boltok mellett vendéglátóhelyek is vannak, mint a Pizza Afrika, Harcsafészek Falatozó, Fogadó, Menta Fagylaltozó melyek rendkívül sok turistát vonzanak, és nagy hírnévnek örvendenek. Kilehet jelenteni, hogy a település erősségének számítanak a szolgáltatások és a vendéglátóhelyek.

A kiváló éttermek és boltok mellett erős tényezőnek számítanak még az évente akár több alkalommal is megrendezésre kerülő hagyomány őrző programok, valamint a gyerekeknek rendezett kézműves foglalkozások. A hagyományörzés rendkívül fontos, és sok látogatót vonzz. Lehetőség van megismerkedni modern mezőgazdasági gépekkel, illetve korhű földművelő eszközökkel.

3.2. Gyengeségek

A település egyik legnagyobb gyengeségének számít az, hogy szinte semmilyen munkalehetőség nincs Harsányban a közmunkaprogramon kívül, így a lakosság nagy része kénytelen munkát vállalni Miskolcon, vagy pedig a környező településeken.

Az internet szolgáltatók listája nagyon szűk körű, és nem túl nagy hálózati sebességet bír el, valamint kisebb szellőzésekkor is elmegy, ami nagy negatívum, leginkább azoknak, akik távmunkában dolgoznak, és szükségük van a folyamatos internetkapcsolatra. Ugyanez a helyzet az áramszolgáltatással, ami már kisebb esőzésekkor elmegy, és van, hogy órákig vissza sem jön, ami a mai világban nagy bosszankodást tud okozni és igencsak hátráltató tényezőként hat. A vízszolgáltatással is gyakorta történnek problémák, kezdve a vízelvezetéssel, ami sok utcában még nincs megoldva, és kialakítva, valamint gyakori a csőtörés is, melynek következtében az ivóvíz minősége rossz lesz, és el színeződik, ami egészségtelen a lakosok számára.

Hiányosságot jelent még az is, hogy a településen nincsen ATM kihelyezve, ezért a lakosságnak el kell utaznia Miskolcra, hogy el tudják intézni pénzügyeiket.

Harsányban már jó néhány út burkolatát felújították, azonban még mindig vannak utcák, amiket csupán zúzott kő fed, illetve nagyon rossz minőségű aszfalt. Ugyancsak kifogásolható minőségűek a járdák, mert például a babakocsit sem tudják tolni rajta, valamint van, ahol egyáltalán nincs kialakítva járda szakasz.

Korábban rengeteg turistát vonzott a sópince, valamint a Mackó-Mama kuckója, azonban ezek a látnivalók már megszűntek, és nem került kialakításra helyettük semmi. Így jelenleg a vendéglátóhelyeken kívül, nincs semmilyen attrakció, ami az embereket a településre csalogatná.

Az egészségügyi ellátás ugyan erős, azonban a gyógyszerár készletei igencsak hiányosnak mondhatóak, Miskolcra kell beutazni a szükséges orvosságokért, illetve a nyitvatartási ideje nagyon rövid, már csak heti két nap áll rendelkezésre egy pár óra erejéig.

Sok lakos veszi igénybe a tömegközlekedést, és negatívum, hogy a környező településekkel közös a buszjárat, így nagyon zsúfolt, és jócskán több időt vesz igénybe az utazással töltött idő, valamint nem túl sűrűn indulnak a járatok.

A település gyengeségének számít a marketing hiánya, valamint a kommunikáció ugyanis a honlapon nem frissítik túl gyakran a híreket, valamint nem tájékoztatják a lakosságot időben a soron következő képviselői gyűlésekről, ahol elmondhatnák véleményüket a lakosok.

A római katolikus templomot elhanyagolták, a falak omladoznak, illetve penész keletkezett rajtuk. Továbbá a temetők is karbantartásra szorulnának, ugyanis nagyon gazos és ápolatlan.

3.3. *Lehetőségek*

Az utóbbi időben trenddé vált a kisebb településekbe, falvakba költözés, ugyanis az emberek egyre inkább vágnak a természet közelségére, a békére, nyugalomra. Harsány számára ez egy szuper lehetőség, hiszen rengeteg természeti adottsága van, sok zöld területtel, így a beköltözni vágyók számára egy tökéletes választás lehet. Éppen ezért a községnek ki lehetne használnia, hogy a lecsendesülni vágyó emberek pontosan egy ilyen településre vágnak.

Szintén a természethez köthető a környezettudatosság, melynek növelésére nagyszerű lehetőség van. Az ökoiskolában már a gyermekektől elkezdve, oktathatják a környezettudatos életmód elsajátítását, ami nagy erényévé válhat a településnek.

Harsányt körbe veszi az erdő, melyben kettő halomvár is található. Nagyszerű lehetőség lehet kihasználni a Bükk közelségét, és túraútvonalak kialakítását, mellyel a lakosság egészségügyi állapota is javulhat, és mentális egészségükre is kedvező hatással lehet.

Az egészségtudatosság is előtérbe került, a település jó levegőjével, valamint sporteszközeinek meglétével a lakosság egészségtudatossága és állapota is pozitív irányba változhatna.

A kalandpark, sópince, valamint a Mackó-mama kuckója látnivalók már bezártak, pedig rengeteg turistát vonzottak, és sokan messze levő településekről is Harsányba látogattak miattuk. Nagyszerű lehetőség lenne, ha újra nyithatnák ezeket az attrakciókat, ugyanis a turizmus fellendülhetne általa, és Harsány pozíciója, valamint imázsa is növekedhetne pozitív irányba.

Kiváló ötlet a slow turizmus beindítása, mely egy új trend, aminek jelentése, hogy a turisták nem csak a híres látnivalókat tekintik meg, és végig szaladnak rajtuk, hanem fontosabbá vált az adott terület megismerése, a környezeti tényezők értékelése sokkal inkább a spirituálisabb, lassabb, részletesebb felfedezés melynek következtében akár több napot is eltöltenek az adott helyen. Harsáynak egy nagyszerű lehetőség ezt kihasználni, ugyanis pont ilyen kínálati mixel rendelkező településeket keresnek, ahol van szálláshely, több vendéglátóhely, gyönyörű környezet, erdő, valamint turisztikai attrakciók is.

3.4. *Veszélyek*

Harsány lakossága előregedő társadalom, ami veszélyt jelent a települést jövőjére nézve, szükség lenne egy olyan stratégia kialakítására, ami sok fiatal lakost vonzz a településre.

A munkalehetőségek hiánya miatt, Miskolcon vállalnak a legtöbbet munkát, ami gondot okozhat a település tekintetében, ugyanis hosszú távon a lakosok el is hagyhatják a községet, ugyanis nem lesz mi oda kösse őket.

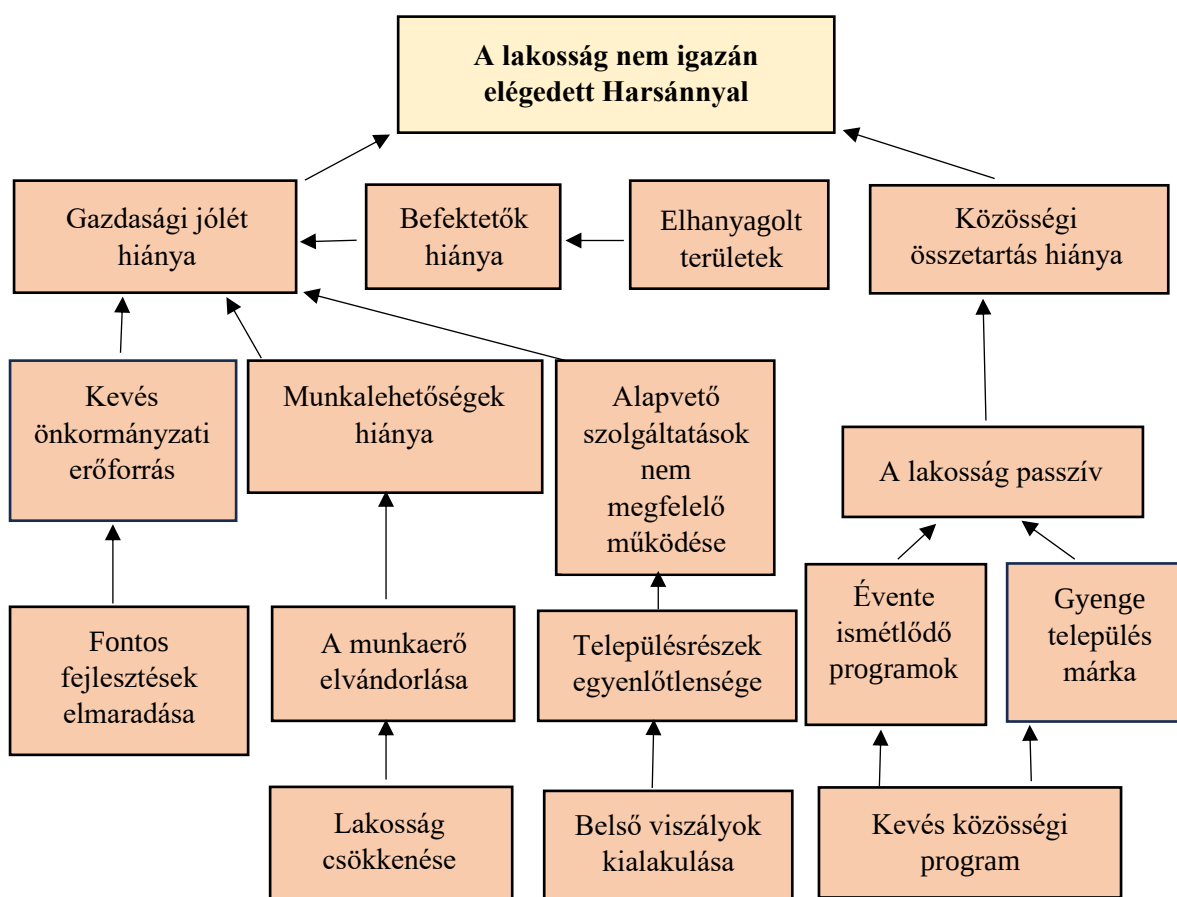
Az utóbbi években drasztikusan lecsökkent a közmunkások száma, közel száz foglalkoztatottból csupán hat fő maradt a település alkalmazásában, ami negatív, ugyanis a közmunkások nélkül a település karbantartását nincs kivel elvégeztetni, így elhanyagoltnak tűnhet, és az imázsára is negatív hatással lehet.

A település fejlesztésére az eddigiekben külső forrásokból sikerült megvalósítani, ami veszélyt jelent a jövőre nézve. Ugyanis, ha elapadnak ezek a források, akkor a község fejlődése is stagnálni fog, és előbb-utóbb le marad.

4. PROBLÉMAFA, CÉLFA

A problémafa segítségével a település problémáit röviden, struktúrába foglalva, átlátható módon össze lehet foglalni, segít rávilágítani a legnagyobb gondokra. Az ábrának van egy párja is, egy célfa, amely a problémafán felvázolt tényezőkre ad megoldást, hogy hogyan lehetne azokat orvosolni, megoldani.

4.1. Problémafa



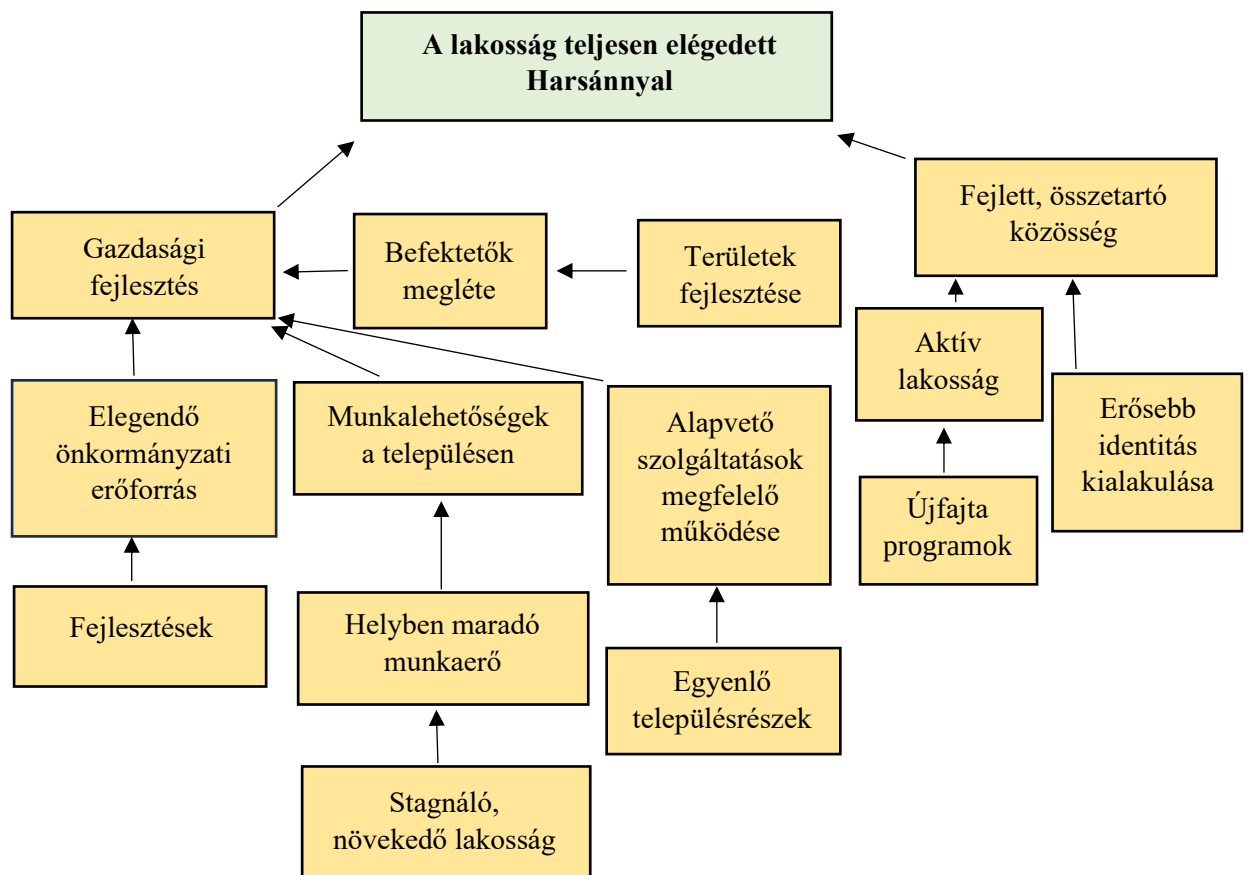
22. ábra Problémafa

forrás: saját kutatás alapján

A problémafát a primer kutatás alapján alakítottam ki, ezeket a tényezőket jelölték meg negatívként a lakosok. Harsány problémafájának csúcsán a lakosság településsel nem teljesen elégedett vélekedése helyezkedik el, ez minősül a legnagyobb nehézségnek ugyanis ezt a legnehezebb megváltoztatni. A fő problémából indul ki két nagy tényező, melyek szerte ágaznak és még több részre bonthatóak. A gazdasági jólét hiányán belül elsőként a kevés önkormányzati erőforrást jelöltem meg. Az önkormányzat nem rendelkezik jelentős forrással, szinte mindent állami támogatásokból hoz létre, és azokon kívül nem is tud semmit kialakítani, vagy szervezni önállóan. Ezáltal fontos fejlesztéseket sem tudnak eszközölni. Szinte semmilyen munkalehetőség nincsen a településen, ebből kifolyólag a munkaerő más

településre megy munkát keresni, melynek végső következménye az elvándorlás is lehet. Harsányban nincs semmilyen befektető, korábban üzemelt kalandpark, és lovarda is, melyek magánkézben voltak, és sok turistát vonzottak, azonban ezen létesítmények bezártak. Súlyos gond még az alapvető víz-, és áramszolgáltatások nem megfelelő működése, a település számos utcájában rengeteg problémát a folytonos csőtörés, mely után a víz minősége rendkívül rossz, illetve a vízelvezetés sem került megoldásra. Az áramszolgáltatás pedig elég gyakran szünetel, mindezek sok bosszankodást okoznak a lakosságnak, és mivel nem az egész települést érintik ezek a problémák, a lakosok között belső viszályok alakulhatnak ki. Másik legnagyobb ág, a közösségi programok hiánya, valamint minden évben ugyanazokat a program sorozatokat szervezik meg, ezért már a lakosság unalmasnak találja ezeket, és nagyrésztük meg sem látogatja a rendezvényeket, így nem tud kialakulni semmilyen közösségi összetartó erő.

4.2. Célfa



23. ábra Célfa

forrás: saját kutatás alapján

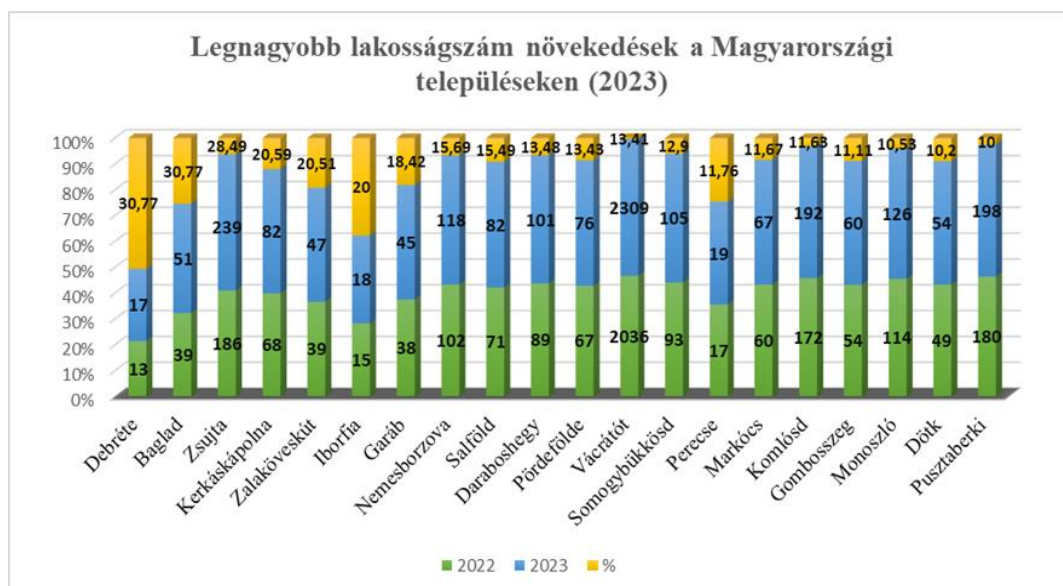
A célfa a problémafa összetevőinek megoldásait írja le. A gazdasági jólét kialakulásához, elegendő önkormányzati erőforrásra van szükség, melyet a költségek gazdaságosabb beosztásával is elérhetnek, és a továbbiakban még több fejlesztést létrehozhatnak. A befektetők megjelenésével a kalandparkot és a lovardát is újra nyithatnák, mellyel sok

turistát bevonzhatnának a településre. A hűtőház beindításával jónéhány lakosnak munkalehetőséget nyújthatnának, így a munkaerő is helyben maradhatna, és nem költözne a munkalehetőségek hiánya miatt. Az áram és vízszolgáltatások megfelelő rendbetételével sok lakos kényelmét növelhetnék, és megkönnyíthetnék mindennapjaikat, ezenfelül pedig a területek is kiegyenlítődnének, és Harsány egész területén azonos minőségű szolgáltatást nyújthatnának. Ahhoz, hogy a harsányi lakosok közössége összetartóvá váljon, és minden rendezvényen aktívan részt vegyen, újabb fajta programokat kellene kitalálniuk, nem pedig mindig a hagyományőrzést kellene előtérbe helyezni, hanem például a lakosság összekovácsoló játékokat lenne előnyös szervezni. Amennyiben színvonalas, és megújul program sorozatok kínálnának, a település imázsa, és márkája is erősebbé válna.

Harsány jelenlegi pozíciója véleményem szerint közepes szinten van, ugyanis a lakosság aránylag elégedett a településsel, de számos tényezőben még mindig talál kivetnivalót és problémát. Egy igazán jó adottságokkal rendelkező község, amelyet megfelelő fejlesztésekkel, valamint a lakosság szükségleteinek odafigyelőbb meghallgatásával egy erősebb pozíciójú településsé varázsolhatnák.

5. KERESLETI TRENDEK

Napjainkban egyre inkább megfigyelhetővé vált Magyarországon, hogy a városok helyett inkább a kisebb településeken telepednek le az emberek, ezt a folyamatot dezurbanizációnak nevezzük. Ez részben köszönhető annak is, hogy vidéken, a falvakban az ingatlanokat jócskán kedvezőbb áron kínálják, mint a városokban, sőt, jóval költséghatékonyabban lehet építkezésbe fogni. Másrészt a rohanó hétköznapok mellett egyre inkább szükség van a nyugalomra és a csendre is, amit egy kisebb községben hamarabb megkap az ember. Tendenciává vált a városok elhagyása, mindinkább már csak a munkavégzés idejére veszik igénybe a várost, a falvakat pedig a pihenésre, kikapcsolódásra. Azonfelül az sem fékezi meg az embereket, hogy ennek hatására a közlekedéssel, utazással töltött idő nagyban megnövekszik, illetve a pandémia óta számottevően sok munkahelyen lehetőség van a távmunkára, az otthonról történő munkavégzésre, ezért nem is kell igénybe venni közlekedési eszközöket, és bátrabban választanak falvakat lakhelyükként.



24. ábra Magyarország legnagyobb lakosságszám változású települései

forrás: saját szerkesztés (penzcentrum.hu, 2023)

Különböző statisztikákon is jól megfigyelhető, hogy leginkább a törpefalvak népességszámai indultak növekedésnek, valamint leginkább a Pest vármegyei agglomerációban figyelhető meg nagyobb vándorlás.

Az állam is egyre inkább arra ösztönzi az embereket, hogy költözzenek vidéki településekre, támogatást is nyújt hozzá, leginkább a fiatal házaspároknak. Igénybe vehető a falusi családi otthonteremtő kedvezmény, illetve a Magyar Falu program keretein belül a településeknek is támogatásokat nyújtanak, hogy ezáltal élhetőbbé és vonzóbbá tegyék a falvakat a lakosok számára. Egyelőre sikeresnek tekinthető a kampány, ugyanis több ezer család költözött ezáltal vidéki településekre.

Tulajdonképpen trenddé vált a vidéki élet, a kertes házba költözés. A bérházak, albérletek már nem igazán elégítik ki a lakosok igényeit, egy család számára szűkös a hely, valamint a bérleti költségek igen magasra nőttek, leginkább Budapesten, és a vármegyeszékhelyeken.

Ennek hatására úgy döntenek, hogy inkább azt az összeget egy munkahelyhez közeli kisebb településen lévő családi kertes házra költik. A sok digitális eszköz mellett, ami rengeteg időt elvesz, és mentális, valamint egészségügyi problémákat is okozhat, előtérbe került a környezet közelsége, a nyugalom, a csend és a mozgalmas munkanapok kipihenése. Egyre inkább van arra igény, hogy az idejüket a kertben töltsék el, ami rendkívül jól tesz. Fontosnak tartom még megemlíteni, hogy rengeteg faluban jóval nagyobb a közbiztonság, mint bármelyik városban, ami jelentős pozitívum, főleg a kisgyermekes családok számára.

A falvaknak egy rendkívüli lehetőség arra, hogy kihasználják az ebben rejlő potenciált, ennek eredményeképpen a települések fejlődni tudnak, és felértékelődik majd a szerepük. Úgy gondolom, ha kellő mennyiségű munkalehetőséget tudnak kínálni, valamint megfelelő színvonalú oktatást, akkor a továbbiakban a gyermekeiket is a lakhelyen fellelhető intézményekben fogják taníttatni, és ha kellőképpen kitudják elégíteni szükségleteiket, akkor nem fognak elköltözni a későbbiekben, helyben maradnak. Éppen ezért a településeknek egy jól kidolgozott lakosságvonzó, és lakosságmegtartó stratégiát kell kidolgozniuk, hogy egy minél élhetőbb, fejlett települést kapjanak.

A városok szempontjából is találkozhatunk néhány pozitívummal, a lakosok falvakra való vándorlásával a városokban csökken a megtermelt hulladékok mennyisége, csökken a vízfogyasztás, ezzel együtt pedig a szennyvíz mértéke is. Nem utolsósorban pedig redukálódik a forgalom, és kevesebb lesz a torlódás. (greendex.hu, 2023)

Harsány igencsak előnyös helyzetben van ugyanis rendkívül jó helyen fekszik, közel van Miskolchoz, ahol rengeteg a munkalehetőség, és alig húsz kilométerre található, autóval körülbelül harminc perc az út, ennek következtében az elmúlt pár évben sok ember telepedett le, leginkább fiatal házaspárok, akik igénybe vették az állami támogatásokat. A településen megnövekedett az eladó házak száma, melyek eddig nem kerültek meghirdetésre, ugyanis nem volt rá kereslet. Az önkormányzat a lakosságszám növekedésének hatására állami támogatások által létrehozott egy bölcsődét, ami nemcsak óriási segítség a kisgyermeket nevelő családoknak, hanem néhány munkahelyet is teremtett, valamint előnyt jelent a lakóhely kiválasztásánál. Harsáynak most még inkább fontos feladatává vált a lakosság megtartása, és minél több ember településre csábítása, amihez egy megfelelő program kidolgozásra szükséges.

6. JAVASLATOK

Harsány községe egy közepesen fejlett településnek titulálható, mely rendelkezik sok intézménnyel, szolgáltatással, illetve színvonalas vendéglátóhelyekkel. Azonban van jó néhány tényező, melyen, ha változtatnának, egy élhetőbb, még fejlettebb települést kaphatnánk, és a lakosok életszínvonala is növekedhetne. A településmarketing tevékenysége bemutatását követően a település jövőjét helyeztem előtérbe és ehhez megfogalmaztam néhány javaslatot, melyeket ebben a fejezetben fogok bemutatni.

A község népszerűsítéséhez először is elengedhetetlen egy marketing stratégia kialakítása, ami által eladhatóbbá válhatna a településtermék. Nagyon jó ötlet lenne egy rövid, 2 perces imázsfilm készítése Harsányról, amiben bemutatásra kerülhetnének a falu főbb látnivalói, adottságai, ezeket közzé lehetne tenni a honlapon, valamint a social media platformokon is. Célszerű lenne egy szlogen, üzenet megfogalmazása az emberek számára, mellyel kifejezhetné a település, hogy mit üzen a lakosok, továbbá a betelepülni vágyók részére. Úgy gondolom, megfelelő szlogen lehetne: „Harsány, ahol a természet és a nyugalom vár” mondat, amely átadja, hogy Harsány egy gyönyörű helyen található, erdők, tó, és zöld területek között, illetve nyugodt légkört biztosít minden lakosa számára, valamint a településen elvonulhat, és békére lelhet a fárasztó munkanapok befejeztével. A szlogent a plakátokon kellene megjeleníteni, melyeket városokban, valamint a környező településeken lenne tanácsos kihelyezni, ezáltal az ott élő lakosok fejében is helyet kapna Harsány, vagy akár a községbe is költözhetnének. A plakátokon nem csupán a szlogen jelenne meg, hanem a helyi látnivalók, szolgáltatások is, így még több turistát vonzhatna a település. Az online marketingkommunikáció eszközeinek fejlesztéséhez hozzájárulna, ha Harsány honlapját véglegesítenék, és feltöltenék a hiányzó tartalmakat, mellyel egy teljes képet kaphatna a településről, aki a weboldalra látogat. Azonban stílusában is jobban kellene igazítani a községhez, például sárga és kék színben kellene megjelennie az oldalnak, több fotó elhelyezésével. A honlap mellett szintén több figyelmet kaphatna a község facebook oldala, ahová aktívabban kellene posztolni, és több információt megosztani a lakossággal. A facebook oldal megléte mellett, egy Instagram oldal létrehozása sem jelentene hátrányt, ahová Harsányról, valamint a rendezvényeken készült fotókat lehetne közzétenni. Az offline eszközökre szintén ráférne egy kis korszerűsítés. A szórólapokat egységes stílusban és formában kellene megjeleníteni, ezzel is segítve az arculat kialakulását.

A kérdőíves kutatásom alapján a lakosság is megjelölt számos tényezőt, melyeken változtatni, javítani szükséges. Többek között a munkalehetőségek hiányát lenne fontos megváltoztatni, kezdve a hűtőház beindításával, ami sok lakosnak adna munkát. Továbbá a vízelvezetés problémáját kellene megszüntetni, mely nincs megfelelően kialakítva minden utcában, és jónéhány gondot, valamint bosszankodást okoz a lakosság nagy részének. Az internetszolgáltatásokkal is akadnak problémák, ugyanis a hálózat nem bírja a széles sáv szélességet, ezért sokaknak csak rossz minőségben érhető el, ezenfelül pedig igencsak csekély internet szolgáltató közül lehet választani. Ami ezeknél is nagyobb gondot okoz, az a folyamatos áramkimaradások, amik szinte minden esőzéskor jelen vannak, ezáltal órákra vagy rosszabb esetben napokra nélkülözni kell az áramot. Ezeket a problémákat jó lenne minél hamarabb orvosolni, egyeztetve több internet- valamint, -áramszolgáltatóval.

A lakosok megemlítették még további hiányosságokat. Hiányolják a folyamatos és jó program sorozatokat, örülnének, ha gyakrabban lenne egy évben és szeretnék, ha a fiatal felnőttek számára is rendeznék. Ehhez javaslom, hogy a mai kornak megfelelő koncerteket szervezzenek, akár társasjáték és játék esteket, mely által a község fiataljai közelebb kerülhetnének egymáshoz, illetve lehetne főzőversenyeket tartani batyus jelleggel, így az önkormányzatnak sem jelentene plusz kiadást a program.

A járdák állapota is hagy kívánni valót maga után, sőt, van, ahol nem is került kialakításra járda rész. Javaslom a járdák felújítását, valamint létrehozását a hiányos területeken, mellyel a közbiztonság is javulna, ugyanis jelenleg sokszor az út mentén kényszerülnek tolni babakocsiban a gyermekeiket a lakosok. A közbiztonság fejlesztéséhez még ajánlom, hogy több zebrát fessenek fel a településen, ugyanis jelenleg csupán egyetlen zebra van, Harsány központjában, azonban ez kevés, és rendkívüli balesetveszélyt jelent mindenki számára.

A lakosság a kutatás során a programok túlzott ismétlődését kifogásolta, valamint ezek unalmassá válását és csekélyességét. Ennek megszüntetése érdekében javaslom, hogy találjanak ki újabb tematikát, ami köré eseményeket szervezhetnek, például közös főzések, kulturális, zenés estek szervezése. Az utóbbi években számos új lakossal bővült a település, annak érdekében, hogy könnyítsük beilleszkedésüket, hasznos lenne, ha közösség összekovácsoló programokat hozna létre a település vezetősége, ahol beszélgethetnének és együtt szórakoznának a harsányiak.

Összességében tehát legnagyobb szükség a gazdaságfejlesztésre, turisztikai fejlesztésre, valamint közösségfejlesztésre lenne szüksége Harsáynak. Ezen javaslatok megvalósításával úgy gondolom nagyot lendítene a településen és a lakosok is elégedettebbek lennének. A marketing stratégia kialakításával pedig nagyobb ismertségre tenne szert Harsány, és több lakossal is bővíülhetne.

7. ÖSSZEGZÉS

A szakdolgozatom során legfőbb célom Harsány községének régió- és településmarketing elemzése volt, valamint a lakosság elégedettségnek vizsgálata melyhez, hogy teljeskörű legyen, készítettem egy primer kutatást online kérdőíves felmérés segítségével, hogy minél realisabb képet kaphassak a településről, és annak működéséről. A kutatás során rendkívül sok tényezőjét megismertem a községnek, valamint a kérdőíves felmérés is érdekes eredményekkel zárult. Úgy gondolom, Harsány elsődleges pozitívuma a fekvése. Kellőképpen közel van Miskolc városához, ugyanakkor egy gyönyörű természeti adottságokkal rendelkező helyen található. Adottságait tekintve pedig egy kiváló turisztikai célponttá válhat a jövőben, ha kellő energiát fordítanak a marketing stratégia kialakítására.

A dolgozatom első részében az RTM elméleti háttérét mutattam be, az alapoktól kezdtem, így a felmerülő fogalmak is bemutatásra kerültek. Ezt követően az elemzés elméleti folyamatát ismertettem, ezenfelül pedig megfogalmaztam három hipotézist, melyek realizálására kerestem a választ.

A második részben bemutatam Harsányt, valamint annak történelmi háttérét. Ezeket követően az elemzés folyamatára tértem át, melyben a különböző auditok tényezőit vizsgáltam. Ezt követően következett a SWOT-elemzés, amiben Harsány erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit, valamint veszélyeit mértem fel. Majd készítettem probléma-, valamint -célját, hogy egy jól átlátható struktúrában szemléltessem a negatívumokat, és az ezekre való megoldásokat, illetve meghatároztam a település jelenlegi pozícióját. Kitértem a jelenlegi keresleti trendekre, majd javaslatokat fogalmaztam meg a település jövőjére nézve, melyben kitértem a 2K-ra is.

Az első hipotézisemnek ezt az állítást fogalmaztam meg: *A lakosok szeretik Harsányt, és szeretnek ott élni.* A kutatás alapján azt az eredményt kaptam, hogy „a lakosság kissé elégedetlen”, és ha megtehetné, hogy elköltözzön a községből, a legtöbb válasz az „inkább igenre”, valamint a „talán igenre” érkezett. Ezenfelül nem tudják eldönteni, hogy újra Harsányba költöznének-e, valamint, hogy ajánlanák-e másnak a települést. Ezekből adódóan a hipotézis nem kerül elfogadásra, mert a lakosság javarészt elégedetlen, és nem tudja, hogy elhagyná-e a települést, azonban erősen megfontolja.

A második hipotézisem *A lakóközösség szeretné, ha jobban fejlődne a település.* A kitöltők nagy része válaszaikban számos fejlődési lehetőséget megemlített, ezekből következtetve, a második hipotézisem elfogadásra kerül, miszerint a lakosság szeretné, ha fejlődne Harsány.

A harmadik állításom *A lakóközösséget nem elégítik ki Harsány szolgáltatásai.* Ugyancsak sok válasz érkezett különféle szolgáltatások hiányával kapcsolatban, megemlítettek néhány szolgáltatást melyek létrehozásával elégedettebbnek lennének a településsel. Tehát a harmadik hipotézisem is elfogadásra kerül.

Összegezve, Harsány egy nagyon jó tényezőkkel rendelkező település, és olyan értékekkel rendelkezik melyek sok turistát vonzhatnak. A település ugyanakkor nagy hangsúlyt fordít a hagyományőrzésre, és a falusi élet bemutatására. Ahhoz, hogy imázsát növelni tudja, nagyobb hangsúlyt kell a kommunikációjára és a marketingre fektetnie, aminek kialakítása időigényes, de hosszú távon jövedelmezően hat a településre.

8. SUMMARY

During my thesis, my main goal was to analyze the regional- and city marketing of Harsány just as the examination of public satisfaction to which to be full I created a primary research using an online questionnaire survey so that I can get a more realistic picture of the settlement and its functioning. In the course of the research, I got to know a great many factors of the village, and the questionnaire survey ended with interesting results. I think the main positive of Harsány is its location. Is it close enough to the city of Miskolc but at the same time it is located in a place with beautiful natural features. In terms of its features, it can become an excellent tourist destination in the future if enough energy is spent on developing a marketing strategy.

In the first part of my thesis I presented the theoretical background of RTM, I started from the basics, so emerging concepts were also presented. After that I will explain the theoretical process of the analysis and I also formulated three hypotheses for the realization of which I was looking for the answer.

In the second part I introduced Harsány and its historical background. After that I moved on to the process of analysis, in which I examined the factors of the various audits. This was followed by the SWOT analysis in which I assessed Harsány's strengths, weaknesses, opportunities and threats. Then I created a problem and target tree to illustrate the negatives and their solutions in a transparent structure and I determined the current position of the settlement. I touched upon the current demand trends, and then formulated proposals for the future of the settlement, in which I also touched on 2K.

As my first hypothesis I formulated this statement: *The residents love Harsány and they like to live there.* Based on the research I got the result that „the population is somewhat dissatisfied” and if they could move out of the village, most of the answers were „rather yes” and „maybe yes”. In addition they cannot decide whether they would move to Harsány again or whether they would recommend the settlement to others. As a result, the hypothesis is not accepted because the majority of the population is dissatisfied and does not know whether they would leave the settlement but is strongly considering it.

My second hypothesis is *The residential community wants the settlement to develop better.* In the answers most of the respondents mentioned many opportunities for development inferring from these my second hypothesis is accepted according to which the population wants Harsány to develop.

My third statement *The housing community is not satisfied with Harsány's services.* Many responses were also received regarding the lack of various services some services were mentioned the creation of which would make the settlement more satisfied. So my third hypothesis is also accepted.

In summary Harsány is a settlement with very good factors and values that can attract many tourists. At the same time the settlement places great emphasis on the preservation of traditions and the presentation of village life. In order to increase your image you need to put more emphasis on your communication and marketing which takes time to develop but has a long-term profitable effect on the settlement.

9. IRODALOMJEGYZÉK

1. Boros, L., 2004. *A településmarketing elhanyagolt küldetése*, Szeged: Szegedi Tudományegyetem.
2. bringazas.hu, 2021. bringazas.hu. [Online]
Available at: <https://bringazas.hu/hirek/itthon/elkeszult-miskolc-es-eger-kozotti-43-kilometer-hosszu-kerekparut-terve/>
[Hozzáférés dátuma: 10 július 2023].
3. bukkaranyos.hu, 2019. bukkaranyos.hu. [Online]
Available at: <https://bukkaranys.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 5. szeptember 2023].
4. Buskó, T. L. & Tózsá, I., 2018. *Településmarketing*. Budapest: Dialóg Campus Kiadó.
5. Dr. Bihariné Kalászdí, B., 2019. A társadalmi marketing megjelenése a marketingelméletben. *Marketingkaleidoszkóp*, 1(1), pp. 43-51..
6. emod.hu, 2020. emod.hu. [Online]
Available at: <https://www.emod.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 8. szeptember 2023].
7. greendex.hu, 2023. greendex.hu. [Online]
Available at: <https://greendex.hu/a-dezurbanizacio-hatasai/>
[Hozzáférés dátuma: 30. szeptember 2023].
8. harsany.hu, 2010. harsany.hu. [Online]
Available at: <https://harsany.asp.lgov.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 8. május 2023].
9. harsany.hu, 2010. harsany.hu. [Online]
Available at: http://www.harsany.hu/documents/gazdasagi_program.pdf
[Hozzáférés dátuma: 8. május 2023].
10. harsany.hu, 2018. harsany.hu. [Online]
Available at: http://www.harsany.hu/documents/Harsany_TAK.pdf
[Hozzáférés dátuma: 9. május 2023].
11. harsany.hu, 2023. harsany.hu. [Online]
Available at: <https://harsany.asp.lgov.hu/>
[Hozzáférés dátuma: 10. május 2023].
12. harsany.hu, 2023. harsany.hu. [Online]
Available at: <https://harsany.asp.lgov.hu/szocialis-intezmenyek>
[Hozzáférés dátuma: 11. május 2023].
13. harsany.hu, 2023. harsany.hu. [Online]
Available at: <https://harsany.asp.lgov.hu/civilszervezetek>
[Hozzáférés dátuma: 10. május 2023].
14. kisgyor.hu, 2012. kisgyor.hu. [Online]
Available at: http://www.kisgyor.hu/elemekek/keret.php?redirect=keret.php&oldal=kezdo_oldal
[Hozzáférés dátuma: 10 szeptember 2023].

15. ksh.hu, 2022. ksh.hu. [Online]
Available at: https://www.ksh.hu/apps/hntr.telepules?p_lang=HU&p_id=05847
[Hozzáférés dátuma: 11. május 2023].
16. Marien, A., 2014. A településmarketing és a társadalmi tőke. *Marketingkaleidoszkóp*, 1(1), p. 121.
17. Mészáros, B., 1998. Településmarketing. *M&M*, október, pp. 1-7..
18. minap.hu, 2021. minap.hu. [Online]
Available at: <https://minap.hu/cikk/paripam-hegyen-vagtat-megnyilt-harsanyi-lovaskozpont>
[Hozzáférés dátuma: 23 május 2023].
19. new.iskolaharsany.hu, 2022. new.iskolaharsany.hu. [Online]
Available at: <https://new.iskolaharsany.hu/tovabbtanulasi-mutatok/>
[Hozzáférés dátuma: 8. május 2023].
20. new.iskolaharsany.hu, 2022. new.iskolaharsany.hu. [Online]
Available at: <https://new.iskolaharsany.hu/meresek-eredmenyei/>
[Hozzáférés dátuma: 8. május 2023].
21. nfsz.munka.hu, 2023. nfsz.munka.hu. [Online]
Available at: https://nfsz.munka.hu/tart/stat_telepulessoros_adatok
[Hozzáférés dátuma: 10. május 2023].
22. penzcentrum.hu, 2023. penzcentrum.hu. [Online]
Available at: <https://www.penzcentrum.hu/otthon/20230307/tomegevel-koltoznek-ezekre-a-videki-telepulesekre-a-pestiek-itt-a-2023-as-toplista-1134753#>
[Hozzáférés dátuma: 20 szeptember 2023].
23. Piskóti, I., 2012. *Régió- és településmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
24. Piskóti, I., Dankó, L. & Schupler, H., 2002. *Régió- és településmarketing*. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft..
25. Piskóti, I., Dr. Nagy, S., Dr. Molnár, L. & Marien, A., 2012. *A társadalmi marketing paradigmái- elméleti- módszertani alapozó kutatás*, Miskolc: Országos Tudományos Kutatási Alap.
26. szállodamenedzsment.hu, 2012. oktatási segédanyag. [Online]
Available at: <http://szallodamenedzsment.ektf.hu/dvd/tananyagok/regiotortenet.html>
[Hozzáférés dátuma: 5. május 2023].
27. Takács, L. & Kovács, Z., 1998. *Harsány Története*. Miskolc: Harsány Község Önkormányzata.
28. Tózsza, I., 2014. *Turizmus és településmarketing*. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék .

10. MELLÉKLETEK

1. ábra Harsány község címere	7
2. ábra Harsány lakosságának alakulása.....	9
3. ábra Harsány lakosságának vallási megoszlása (2011-2022).....	9
4. ábra Harsány nemzetiségi kötődése 2022-ben.....	10
5. ábra Legmagasabb befejezett iskolai végzettség 2022	10
6. ábra A nyilvántartott álláskeresők száma 2021-2023.....	11
7. ábra Harsányi általános iskola beiskolázási adatai	12
8. ábra Harsányi iskola idegen nyelvi mérésének eredményei	13
9. ábra Harsány iparüzési, és gépjármű adó bevételei	14
10. ábra Harsányi válaszadók nemi megoszlása (N=300).....	18
11. ábra Válaszadók életkor szerinti megoszlása (N=300)	18
12. ábra Válaszadók iskola végzettség szerinti megoszlása (N=300)	19
13. ábra Válaszadók foglalkozás szerinti megoszlása (N=300)	19
14. ábra Válaszadók egy főre eső nettó jövedelme (N=300).....	20
15. ábra Válaszadók családi állapota (N=300)	20
16. ábra A válaszadók hány éve élnek a településen (N=300)	21
17. ábra Hányan élnek egy háztartásban (N=300).....	21
18. ábra Kommunikációs eszközök értékelése (N=300)	21
19. ábra Kommunikációs eszközök használatának gyakorisága (N=300)	27
20. ábra A válaszadók identitástudata (N=300)	33
21. ábra Válaszadók költözési szándéka (N=300).....	34
22. ábra Problémafa.....	39
23. ábra Célfá.....	40
24. ábra Magyarország legnagyobb lakosságszám változású települései.....	42

11. MELLÉKLETEK

Online kérdőíves kutatás kérdései:

- 1. Mi jut eszébe Harsányról, írjon 3 szót amire először asszociál!**
- 2. Kérem, soroljon fel 3 dolgot, amit a település erősségének tart.**
- 3. Mit tart Harsány legfontosabb problémájának, gondjának? Soroljon fel 3-at.**
- 4. Mennyire elégedett Ön a következő tényezőkkel Harsányban? Kérem, választ adjon egy hatfokú skála segítségével adja meg, ahol a 1-es az „egyáltalán nem elégedett”, a 6-os pedig a „teljes mértékben elégedett”.**

	egyáltalán nem elégedett	inkább nem elégedett	inkább elégedett	elégedett	kifejezetten elégedett	teljes mértékben elégedett
A természeti adottságok						
Történelme, hagyományai						
Földrajzi fekvése, közlekedési elérhetősége						
Környezet, lakókörnyezet minősége						
Infrastrukturális ellátottság						
Település tisztasága						
Lakásállomány jellemzői						
Kereskedelmi ellátottság						
Közüintézményekkel való ellátottság						
Település, építészeti vonzerő						
A település turisztikai vonzereje						
Lakosság barátságossága						
Közbiztonság						
Lakosok anyagi jóléte						
Ingatlanárak						
Gazdasági fejlettség						
Munkalehetőségek						
Egészségügyi ellátás						
Kulturális, művészeti élet						
Szolgáltatások						
Szórakozási lehetőségek						

Szabadidős sport lehetőségek						
Helyi média aktivitása						
Polgármesteri hivatal munkája						
Helyi közélet élénksége						
Környezettudatos településfejlesztés						
Egészségtudatos településfejlesztés						

5. Milyen intenzíven használja a rendelkezésre álló információs forrásokat, formákat a lakóhelyéről való tájékozódás során?

	Nem használja	Ritkábban, mint havonta	Havonta	Hetente	Naponta
Helyi nyomtatott sajtó					
Helyi TV					
Nyilvános közgyűlések					
Képviselői, önkormányzati fogadó órák					
Plakátok, hirdetések					
Település internetes honlapja					
Közösségi média					
Szórólapok, kiadványok					

6. Mennyire elégedett a lakóhelyén működő kommunikációs eszközökkel? Kérem, választát egy hatfokú skála segítségével adja meg, ahol az 1-es az „egyáltalán nem elégedett” a 6-os pedig a „teljes mértékben elégedett”.

	Egyáltalán nem elégedett	Inkább nem elégedett	Inkább elégedett	Elégedett	Kifejezetten elégedett	Teljes mértékben elégedett
Helyi nyomtatott sajtó						
Helyi TV						
Nyilvános közgyűlések						
Képviselői, önkormányzati fogadó órák						
Plakátok, hirdetések						
Település internetes honlapja						

Közösségi média						
Szórólapok, kiadványok						

7. Mennyire elégedett lakóhelyével általánosságban? Válaszát egy hatfokú skála segítségével adja meg, ahol az 1-es az „egyáltalán nem” a 6-os pedig a „teljes mértékben”.

- egyáltalán nem vagyok elégedett a településsel
- inkább elégedetlen vagyok
- kissé elégedetlen vagyok a településsel
- inkább elégedett vagyok Harsánnyal
- elégedett vagyok
- teljes mértékben meg vagyok elégedve a településsel

8. Ha tehetné, újra Harsányt választaná lakóhelyeként? Kérem, jelölje meg, melyik állítással ért egyet!

- egyáltalán nem választanám lakóhelyemként újra
- inkább nem választanám újra Harsány lakóhelyemként
- nem tudom, hogy újra Harsányba költöznék-e
- inkább újra lakóhelyemnek választanám a települést
- valószínű, Harsányt választanám ismét lakóhelyemnek
- biztosan Harsányt választanám lakóhelyemként újra

9. Ajánlaná másoknak a települést? Kérem, jelölje meg, melyik állítással ért egyet!

- biztosan nem ajánlanám másoknak lakóhelyként Harsányt
- inkább nem ajánlanám másoknak a települést
- nem tudom, hogy ajánlanám-e a települést lakóhelyként
- inkább ajánlanám lakóhelyként a települést
- valószínű, ajánlanám másnak Harsányt lakóhelyként
- biztosan ajánlanám másnak, hogy Harsányban éljen

10. Kérem, jelölje azt az állítást, amely leginkább jellemzi Önt. Több választ is megjelölhet!

- Úgy érzem, összetartozunk azok, akik ezen a településen élnek
- Harsányinak érzem magam
- A település a gyerekkoromra emlékeztet
- Olyan településen szeretnék élni, mint a jelenlegi lakóhelyem
- Ugyanilyen hangulatú településen szeretnék élni
- Jól érzem magam, mikor a lakóhelyemen vagyok
- Büszke vagyok lakóhelyemre
- Minden, amire szükségem van a mindennapokban, megvan lakóhelyemen

11. Ha tehetné, elköltözne jelenlegi lakóhelyéről? Válaszát egy hatfokú skála segítségével adja meg, ahol az 1-es a „biztosan elköltöznék” a 6-os pedig az „egyáltalán nem”.

- biztosan elköltöznék
- inkább igen
- talán igen
- inkább nem költöznék el

- nem
- egyáltalán nem

12. Ha tehetné, min változtatna leginkább a településen? Kérem, válaszát röviden foglalja össze.

Demográfiai kérdések

1. Neme

- férfi
- nő

2. Életkora

- 18-30 év
- 31-45 év
- 46-60 év
- 60 év felett

3. Legmagasabb iskolai végzettsége

- általános iskola
- szakiskola, szakmunkásképző
- érettségi
- technikum
- egyetem/főiskola

4. Foglalkozása

- szellemi foglalkozású
- fizikai foglalkozású
- vállalkozó
- tanuló
- GYES/GYED
- nyugdíjas
- munkanélküli

5. Egy főre eső nettó jövedelem

- átlag alatti
- átlagos
- átlal feletti

6. Családi állapota

- egyedülálló gyerek nélkül
- egyedülálló gyerekkel
- házas/tartós párkapcsolat gyerek nélkül
- házas/tartós párkapcsolat gyerekkel

7. Hányan élnek az Ön háztartásában Önt is beleértve?

8. Hány éve él a településen?

- 3 évnél kevesebb ideje
- 3-10 év között
- több, mint 10 éve
- születésem óta Harsányban élek