

---

# MAGYARORSZÁGI KÖZÉPVÁROSOK IMÁZS VIZSGÁLATA

GYÓRFI KATALIN  
SZABÓ-HEVÉR JUDIT  
KIRÁLY ZSOLT  
TAMUS ANTALNÉ

## Összefoglalás

*Napjainkban egy település akkor válhat sikeressé és léphet a fejlődés útjára, ha rendelkezésre álló erőforrásait maximálisan ki tudja használni, vagyis teljesítménye alapján is érdemes arra. A területi – jelen esetben városi – teljesítménynek gazdasági és társadalmi értelmezése egyaránt jogos, így annak tényezői alatt nem csak a jövedelem, az infrastrukturális ellátottság, egyéb gazdasági és társadalmi statisztikai mutatók értendők, de a települések (városok) egyes funkciói, szolgáltatásai, adottságai, rész- és résziacai is. A települések életében fontos, hogy magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtsanak, megfelelő legyen a közbiztonság, a természeti környezet és a helyi lakosok vendégszeretete, a fejlődésben pedig fontos szerepet játszik a vállalkozási hajlandóság és a potenciális külső befektetőkben kialakult település-imázs. Tanulmányunkban ezen összefüggéseket elemezzük általunk kiválasztott Gyöngyös, Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza városokat vizsgáltuk primer jellegű kutatás - kérdőíves imázs-vizsgálat- segítségével. Célunk, hogy feltárjuk a városok teljesítményei közötti különbségeket, azok okait, s rávilágítsunk arra, hogy szimplán statisztikai mérőszámok figyelembevétele önmagában kevés, a településről kialakult kép és az azt befolyásoló elemek is fontosak.*

## Kulcsszavak:

*szekunder kutatás, primer kutatás, gazdasági, kulturális, társadalmi, ökológiai imázs*

## Abstract

*In our days a settlement may become successful and may take a step on the road of the development if it can take advantage of its available resources maximally, that is it puts up a good show. The economic and social interpretation of regional – in a present case urban – performance is equally legitimate, in this manner under its factors not only the incomes, the infrastructural provision, other economic and social statistical indicators are to be understood, but the single functions, services, conditions, part and gap*

*markets of settlements (cities) too. In the life of the settlements it's important to provide services on high level, the public safety, the natural environment and the local residents' hospitality be suitable and the inclination of undertaking and the settlement image evolved by the potential exterior investors play an important in the development. We analyse these contexts in our paper with the help of secondary examination and a primer research (questionnaire image examination) focused on three cities: Gyöngyös, Kazincbarcika and Kiskunfélegyháza. Our aim is to reveal the differences between the performances of cities and their reasons, and to shed light on it, that singly the observance of statistical index-numbers are short and the image of the settlement and the elements influencing it are important too.*

**Keywords:**

*secondary research, primary research, economic, cultural, social, ecological image*

**Bevezetés**

*A gazdasági folyamatok, s a napjainkban zajló válság a városokat, mint gazdasági szereplőket is elérte. Azok jelentős része küszködik a válság okozta problémákkal és ahhoz, hogy ezek is fejlődésnek indulhassanak teljesítményük növelésére van szükségük. Egy település pedig akkor válhat sikeressé és léphet a fejlődés útjára, ha rendelkezésre álló erőforrásait maximálisan ki tudja használni, vagyis teljesítménye alapján is érdemes arra. Kutatásunk során Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza és Gyöngyös városban végeztünk kérdőíves felmérést a saját városuk teljesítményére vonatkozóan, és településenként 120 db kérdőívet töltöttünk ki. Célunk volt, hogy feltárjuk ezen városok teljesítményét a kitöltött kérdőívek segítségével.*

**Anyag és módszer**

*Kutatómunkánk középpontjában egy kérdőíves felmérés áll, melynek célja, hogy képet kapjunk a helyi lakosságban kialakult imázsról, identitásról és a szűkebb-tágabb lakhelyükkel kapcsolatosan tapasztalható attitűdről. Ezen cél eléréséhez három hipotézist fogalmaztunk meg, melyek a következők: H<sub>1</sub>: Jelentős különbség mutatható ki a városok gazdasági, társadalmi, ökológiai megítélésében a vállalkozók és a többi megkérdezett helyi lakos véleményét illetően. H<sub>2</sub>: Markáns különbség tapasztalható korcsoportonként a városok teljesítményének megítélésében, hiszen véleményünk szerint az egyes korosztályok gondolkodásmódjában markáns eltérések érzékelhetők az értékrendből, attitűdből adódóan. H<sub>3</sub>: A helyi lakosok a szubjektivitásnak, illetve az egyéni preferenciának – eltérő attitűd – köszönhetően sokszor a*

*racionalitást nélkülözve, a statisztikai adatok által felvázolt helyzettől eltérően, ítélik meg városuk teljesítményét. Vizsgálatunk középpontjába három várost helyeztünk, Kazincbarcikát, Kiskunfélegyházát és Gyöngyöst. Kutatási módszerünk primer jellegű standard interjú, melynek eszköze standardizált kérdőív. A mintavétel módja nem reprezentatív, önkényes mintavétel. A minta nagysága városonként 120 fő, a városban élő, helyi lakosok, nők és férfiak egyaránt.*

## Eredmények

Elemzésünket két nagy részre osztottuk, elsőként a demográfiai jellemzőket, másodikként a pedig a hipotézisekre kapott válaszokat vizsgáltuk.

### Demográfiai jellemzők

Az általunk kiválasztott településen városonként 120 kérdőívet kérdeztünk le, melyből Kazincbarcikánál 111, Kiskunfélegyházánál 109, míg Gyöngyösön 104 darab kérdőív volt kiértékelhető, feldolgozható. A 23. táblázat tükrözi, hogy mindhárom város esetében, nemek szerint közel 50-50%-os volt a válaszadók megoszlása. A korcsoport szerinti megoszlásnál mindenhol a 25 – 39 év közötti válaszadók voltak a legtöbbben. A kérdőív kitöltése során próbáltunk arra törekedni, hogy vállalkozókat is bevonjunk a kérdőívünk kitöltésébe, mindhárom település esetében közel 30%-os eredménnyel sikerült.

1.táblázat A válaszadók nem, életkor és vállalkozás szerinti megoszlása (2010) (fő)

Demográfia jellemzők		Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
Nem	Életkor	Összesen	ebből vállalkozó	Összesen	ebből vállalkozó	Összesen	ebből vállalkozó
Férfi	15-24 év	17	10	7	2	11	3
	25-39 év	19	8	25	7	23	8
	40-59 év	12	6	20	5	13	5
	60 év-	3	1	3	2	4	3
Összes férfi		<b>51</b>	25	<b>55</b>	16	<b>51</b>	19
Nő	15-24 év	13	4	9	2	21	1
	25-39 év	27	5	20	3	19	2
	40-59 év	15	2	23	9	13	7
	60 év-	5	0	2	1	0	0
Összes nő		<b>60</b>	11	<b>54</b>	15	<b>53</b>	10
<b>Összes válaszadó</b>		<b>111</b>	36	<b>109</b>	31	<b>104</b>	29

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Egyik hipotézisünk volt ( $H_1$ ), hogy szignifikáns különbség mutatható ki a városok gazdasági, társadalmi, ökológiai megítélésében a vállalkozók és a többi megkérdezett helyi lakos véleményét illetően.

### ***Gazdasági imázs***

Elsősorban a gazdasági helyzet tekintetében szeretnénk elemezni az értékeket (2. táblázat). Kazincbarcika városánál a beruházás kivételével az összes többi jellemző esetében a helyi lakosság jobban vélekedik, mint a vállalkozók. Ezek közül is kiemelnénk a vállalkozóbarát város értékét, mely szerint a vállalkozók mindössze 2,56-os átlagértéket adtak - jóval átlag alatti -, tehát Kazincbarcika város nem vállalkozóbarát. Kiskunfélegyháza esetén a havi átlagjövedelem kivételével minden esetben a helyi lakosság jobban vélekedett, mint a vállalkozók. Ezen város esetében is kiemelnénk a vállalkozóbarát város értékelését, miszerint a vállalkozók mindössze 2,20-as átlagértéket adtak, ez alapján Kiskunfélegyháza kapta a legalacsonyabb átlagértéket, így ez a település lett a legkevésbé vállalkozóbarát város. Gyöngyös esetében a vásárlási lehetőségek kivételével minden esetben a helyi lakosok jobban vélekednek, mint a vállalkozók. Itt is ki kell emelnünk a vállalkozóbarát tényezőt, mely alapján a vállalkozók 2,86-os átlaggal értékelték a városukat, míg a helyi lakosság közel 3,78-as átlagértékkel.

2.táblázat A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése gazdasági helyzet alapján (2010)

	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>	<i>Helyi lakos</i>	<i>Vállalkozó</i>
Beruházás	3,38	4,25	2,49	2,13	3,71	3,41
Vásárlási lehetőség	4,81	4,72	4,01	3,74	3,84	4,66
Munkalehetőség	2,31	2,19	1,97	1,90	3,04	2,86
Havi átlagjövedelem	2,38	2,33	2,26	2,33	3,24	2,90
Vállalkozóbarát város	3,10	2,56	2,55	2,20	3,78	2,86
Gazdasági sikeresség	3,15	3,06	1,94	1,84	3,76	3,39

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Mind a három város esetében a gazdasági helyzetet tekintve a helyi lakosság jobbnak ítélte meg, szinte minden szempont alapján a városukat, mint a megkérdezett vállalkozók.

### ***Társadalmi imázs***

Másodikként a társadalmi jellemzők tekintetében elemezzük a kapott értékeket (3. táblázat). Kazincbarcikát tekintve a városi aktivitás, az összetartás és elvándorlás szempontjából a helyi lakosság jobbnak értékelt a

várost, mint a vállalkozók. Kiskunfélegyháza esetében egyedül a közbiztonságot ítélték meg jobban a helyi lakosok, mint a vállalkozók. Az elvándorlás és a város összetartás szempontjából Gyöngyös vállalkozói jobbnak ítélték meg a városukat, mint a helyi lakosság.

3.táblázat A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése társadalmi jellemzők alapján (2010)

Társadalmi jellemző	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó
Közbiztonság	3,84	4,44	3,88	3,84	3,84	3,83
Közegészségügyi ellátás	3,15	3,60	1,82	1,90	3,44	3,41
Közoktatás színvonala	4,49	4,69	4,20	4,55	4,90	4,34
Hivatali ügyintézés színvonala	3,43	3,89	3,53	3,83	3,91	3,52
Város aktivitása	3,77	3,69	3,18	3,42	3,79	3,24
Előregedés	3,40	3,72	3,13	2,81	3,81	3,52
Elvándorlás	3,21	2,88	3,03	3,11	3,68	3,76
Város összetartás	3,84	3,77	2,96	3,03	3,39	3,79
Szeret ott élni?	4,43	3,66	4,08	4,90	4,72	4,76

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

Társadalmi jellemzőt tekintve Kazincbarcika és Kiskunfélegyháza esetében szinte minden szempont alapján a vállalkozók jobbnak ítélték meg a városukat, mint a helyi lakosság. Míg Gyöngyös városát nézve a helyi lakosok magasabb átlagértékeket adtak a saját városuknak, mint a vállalkozók.

### **Ökológiai imázs**

Harmadikként a környezeti tényezők alapján elemezzük a három városra vonatkozó eredményeket (4. táblázat). Elsőként Kazincbarcika városát nézve, a megközelíthetőség és az infrastrukturális ellátottság alapján a helyi lakosság jobban vélekedett, mint a vállalkozók. Ez nem túl kedvező a városra nézve, hiszen a vállalkozók olyan telephelyet keresnek, melynek nagyon jó a megközelíthetősége. A többi tényezőt tekintve a vállalkozók jobbra értékelték a városukat, mint a helyi lakosok. Kiskunfélegyháza esetében már jól látható, hogy a vállalkozók 6,55-os átlagértéket adtak a megközelíthetőségre, mely nem sokkal marad el a maximális 7-es átlagértéktől.

4.táblázat: A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése környezeti tényezők alapján (2010)

Környezeti tényezők	Kazincbarcika		Kiskunfélegyháza		Gyöngyös	
	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó	Helyi lakos	Vállalkozó
Megközelíthetőség	<b>5,13</b>	<b>5,08</b>	<b>5,91</b>	<b>6,55</b>	<b>5,71</b>	<b>5,03</b>
Infrastrukturális ellátottság	<b>4,73</b>	<b>4,63</b>	4,63	5,29	5,08	5,17
Helyi közlekedés szervezettsége	4,30	4,41	3,73	4,15	3,91	4,71
Tájkédelem	3,43	3,76	3,81	4,04	<b>4,40</b>	<b>4,17</b>
Légszennyezettség	3,14	4,06	4,39	4,77	<b>4,31</b>	<b>4,00</b>
Városszervezés környezet tudatossága	3,28	3,74	3,92	4,10	<b>4,32</b>	<b>3,79</b>
Lakosság környezet tudatossága	3,03	3,29	3,29	3,47	3,37	3,45

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

A többi tényezőt tekintve is minden esetben a vállalkozók magasabb átlagértéket adtak a városnak. Gyöngyös város esetében is a helyi lakosok jobbnak ítélték meg a városuk megközelíthetőségét – 5,71-os átlagértékkel –, mint a vállalkozók. Kazincbarcikát és Kiskunfélegyházát a környezeti tényezők alapján a vállalkozók jobbnak ítélték meg, mint a helyi lakosok. Gyöngyös városát illetően azonban a helyi lakosság magasabb átlagértékeket adott, mint a megkérdezett vállalkozók.

### Összegző összehasonlítás

A vizsgálati eredmények összefoglalásaként az egyes tárgykörök tényezőkénti eredményét átlagolva is összehasonlítottuk a vállalkozói és lakossági véleményeket, hogy feltételezésünket igazoljuk illetve cáfoljuk.

Mindezek alapján a második hipotézisünk nem nyert igazolást, hiszen összességében nem mutatkozik jelentős eltérés a vállalkozók és a helyi lakosság megítélésében.

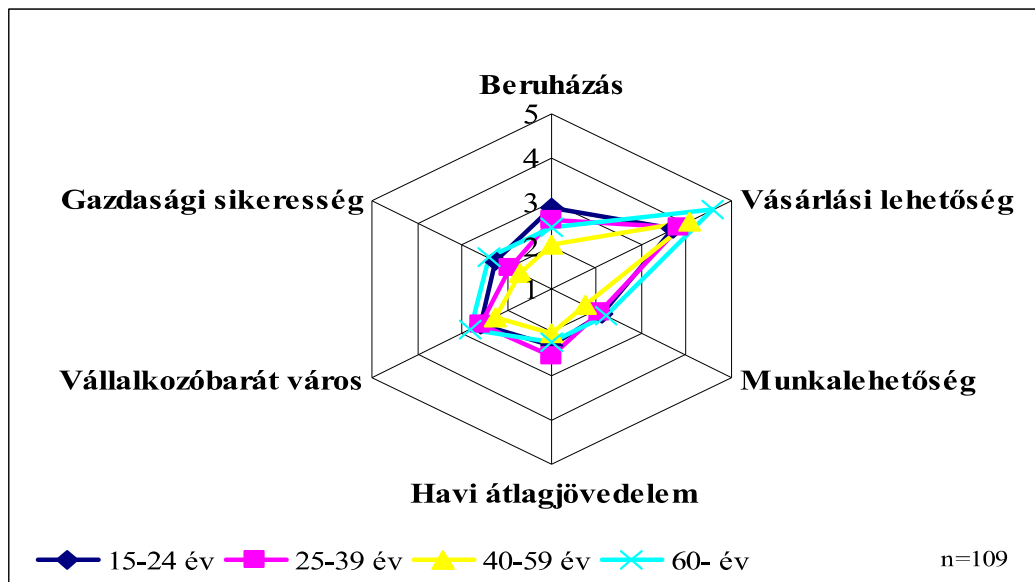
5.táblázat A vállalkozók és a helyi lakosság véleményének összevetése (összegzés)

	<b>Gazdasági helyzet</b>	<b>Társadalmi jellemzők</b>	<b>Ökológiai tényezők</b>
<i>Kazincbarcika</i>			
Helyi lakosság	3,19	3,73	3,86
Vállalkozók	3,19	3,82	4,14
<i>Kiskunfélegyháza</i>			
Helyi lakosság	2,54	3,31	4,25
Vállalkozók	2,36	3,49	4,65
<i>Gyöngyös</i>			
Helyi lakosság	3,56	3,95	4,47
Vállalkozók	3,35	3,80	4,33

Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

### Gazdasági imázs, korcsoportonkénti megítélés alapján

Második hipotézisünk (H<sub>2</sub>) arra vonatkozott, hogy markáns különbség tapasztalható-e korcsoportonként a városok teljesítményének megítélésében. Kiskunfélegyháza gazdasági megítélésének példáján keresztül mutatjuk be, hogy ezen hipotézisünket cáfoljuk, melyet az 1. ábra szemléltet.



Forrás: Saját, primer kutatás, standard interjú, 2010

1.ábra Kiskunfélegyháza gazdasági teljesítményének korosztályok szerinti megítélése (2010)

## Szekunder és primer kutatási eredmények összevetése

Utolsó hipotézisünk a szekunder és a primer kutatás eredményeinek összevetésén alapszik. H<sub>3</sub> feltételezésünk szerint a helyi lakosok a szubjektívitásnak, illetve az egyéni preferenciának – eltérő attitűdnek – köszönhetően sokszor a racionalitást nélkülözve, a statisztikai adatok által felvázolt helyzettől eltérően ítélik meg városuk teljesítményét. 6. táblázat alapján elmondható, hogy a lakosság a munkanélküliség, a vándorlási különbség és az elöregedés kapcsán jól érzékeli a változások irányát, a „trendet”. A mérték kapcsán azonban már a racionalitás hiányzik, melyet a statisztikai adatok illetve a primer kutatás során kapott átlagértékek összevetésével magyarázunk. Számos tényező tekintetében, például Gyöngyös esetén, megfigyelhető, hogy az emberek valamivel jobban értékelik saját helyzetüket, mint amilyen az valójában.

6.táblázat: A primer kutatás és a szekunder eredmények összevetése

Vizsgált terület	Statisztikai mutató	Válaszadói vélemény	„Trend”	Mérték
<i>Foglalkoztatás</i>	<i>Munkanélküliségi ráta (%)</i>	<i>Munkalehetőség</i>		
<b>Gyöngyös</b>	4,03%	2,99	✓	✗
<b>Kazincbarcika</b>	7,70%	2,27	✓	✓
<b>Kiskunfélegyháza</b>	3,52%	1,95	✓	✗
<i>Vándorlás</i>	<i>Vándorlási</i>	<i>Elvándorlás</i>		
<b>Gyöngyös</b>	-1,6	3,70	✓	✗
<b>Kazincbarcika</b>	-12,9	3,10	✓	✓
<b>Kiskunfélegyháza</b>	-4,1	3,05	✓	✗
<i>Korstruktúra</i>	<i>Öregedési index</i>	<i>Öregedés</i>		
<b>Gyöngyös</b>	129,77	3,73	✓	✗
<b>Kazincbarcika</b>	106,76	3,50	✓	✓
<b>Kiskunfélegyháza</b>	118,42	3,04	✓	✗

Forrás: Saját szerkesztés, 2010

A 6. táblázat adatai alapján összefoglalva kijelenthető, hogy ezen hipotézisünk csak részben nyert igazolást, mert az emberekben van annyi racionalitás, hogy jól érzékeli a változások irányát, ugyanakkor a változás mértékét, illetve lakhelyük más városokhoz viszonyított helyzetét már nem tudják jól megítélni.



## Következtetések

A primer kutatásban vizsgált három város, a szekunder kutatás – teljesítménymutatói – alapján nem a kiemelkedő városok közé tartozik, hiszen Gyöngyös a középmezőny elején, míg Kazincbarcika és Kiskunfélegyháza annak végén helyezkedik el. Ennek ellenére azt állapítottuk meg, hogy utóbbi két város lakói – a szórásértékek alapján – ugyan nem egységesen, de relatíve jobbnak értékelik településüket. Véleményünk szerint ezt nagymértékben befolyásolja a saját városukhoz való lojalitásuk, szubjektivitásuk, mely a területi identitástudat visszatükröződésében nyilvánul meg. Mindezzel ellentétben Gyöngyös város lakói pesszimistábbak, hiszen lakhelyüket a valósághoz képest rosszabbnak ítélik meg, s az is elmondható, hogy a település viszonylag egységes város képét mutatja a lakossági tükör (mirror) imázs tekintetében. Javaslataink közé tartozik, hogy az országban egy teljes decentralizációt kellene végrehajtani, mellyel mind gazdasági, oktatási, egészségügyi, közigazgatási szempontból ki lehetne küszöbölni a Budapest központúságot. Az ország több városába „helyeztetnénk” ki fent említett funkciókat, valamint ezek mellett ipari központok újbóli kialakításával (újraiparosítás) a vidéki városok illetve térségek gazdasági teljesítménye is növekedhetne. Természetesen ezt a gazdasági tradíciók, a szakképzett munkaerő, a piaci keresleti igények és egyéb termelői adottságok figyelembevételével kellene képzeljünk el. Ezen „újraiparosítás” ráadásul a közlekedési infrastruktúra fejlődésével is együtt járhat. Mindezek mellett a képzési infrastruktúrát is átalakítanánk, melyben a műszaki és természettudományi képzéseket helyeznénk előtérbe. Ezeket azért tartjuk fontosnak, mert az innováció, a high-tech illetve a magasabb szintű technológia alkalmazásának, adaptálásának feltételei. Továbbá számos nemzetközi elemzés és vizsgálat rávilágított arra, hogy a gazdasági növekedést, a jövedelmi színvonal emelkedését igen jelentős mértékben – közel 80%-ban – magyarázza a természet- illetve műszaki tudományos ismeret növekedése, ehhez köthető K+F és technológia.

## Hivatkozott források:

- [1.] Hegyi F. B. (2007): Marketingorientált városfejlesztés. Tér és Társadalom XXI. évfolyam, 3.szám, p. 129.
- [2.] Király Zs. (2004): A scoring és ökonometriai módszerek alkalmazása regionális gazdasági elemzésekre IX. Nemzetközi Agrárökonómiai Tudományos Napok. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös. 2004. március 25-26.

- [3.] Kotler P. (1998): Marketing menedzsment. Elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés. Budapest, Magyarország. Műszaki Könyvkiadó p.660
- [4.] Lengyel I. - Rechnitzer J. (2009): A regionális tudomány két évtizede Magyarországon. Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó. p 30.
- [5.] Malhotra N. K. (2001): Marketingkutató. Magyarország Műszaki Könyvkiadó pp. 33-39.
- [6.] Nemes Nagy J. (2009): Terek, helyek, régiók. A regionális tudomány alapjai. Budapest, Magyarország, Akadémiai Kiadó. p 112, 216.
- [7.] Piskóti I.-Dankó L. – Schupler H. (2002): Régió- és településmarketing. Budapest, Magyarország, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
- [8.] Szeles P. (1998): A hírnév ereje. Image és arculat. Magyarország STAR PR Ügynökség. pp.61-81
- [9.] Tamus Antalné (2009): A marketingkutató gyakorlata. Gyöngyös, Károly Róbert Kutató-Oktató Közhasznú Nonprofit Kft. p. 64.
- [10.] The World Bank (2007): Qualitive Survey on Disability and Living Standard in Georgia. Tbilisi: Institute for Policy Studies. 105 p. Online: [http://pdc.ceu.hu/archive/00003102/01/disability\\_survey.pdf](http://pdc.ceu.hu/archive/00003102/01/disability_survey.pdf)

Szerzők:

**Gyórfi Katalin**

Vállalkozásfejlesztés MA szak  
[kattigy@gmail.com](mailto:kattigy@gmail.com)

**Szabó-Hevér Judit**

Vállalkozásfejlesztés MA szak  
[sz.yudyt@gmail.com](mailto:sz.yudyt@gmail.com)

**Dr. Király Zsolt, PhD**

Főiskolai docens  
Károly Róbert Főiskola  
Marketing és Menedzsment Tanszék  
[zskiraly@karolyrobert.hu](mailto:zskiraly@karolyrobert.hu)

**Tamus Antalné dr., PhD**

Főiskolai tanár  
Károly Róbert Főiskola  
Marketing és Menedzsment Tanszék  
[tamusne@karolyrobert.hu](mailto:tamusne@karolyrobert.hu)