

Tata város megítélése

Tata város kommunikációs stratégiájának kidolgozását primer és szekunder kutatás előzte meg.

A kutatások elvégzésére a stratégia legfontosabb kiindulási pontjainak meghatározása érdekében volt szükség.

A kutatásokat három különböző területen, módszertanilag is eltérő módon végeztük el.

A primer kutatások során kétféle módszer segítségével, két célcsoportot kérdeztünk meg, egymással párhuzamosan, de egymástól elkülönülten.

A harmadik kutatás során szekunder adatokat gyűjtöttünk a magyar városok kommunikációs pozíciójáról.

A három kutatási szakasz tehát:

- Kvantitatív kutatás, primer, szóbeli megkérdezés, sztenderdizált kérdőívek alapján
- Kvalitatív kutatás, primer mélyinterjú sorozat lebonyolítása, az átadott lista szerint
- Szekunder városi információk gyűjtése

A továbbiakban a két primer kutatás eredményeit foglaljuk össze.

(A kutatásainkhoz használt kérdőívek vezérfonalát mellékként csatoltuk.)

1. Számszerűsíthető információk

A kérdőívek lekérdezésére 2005. márciusában került sor, a folyamat 16 napig tartott. 14 kérdezőbiztos összehangolt munkája révén gyors és alapos kutatási eredményhez jutottunk.

Az 550 lekérdezett kérdőívből, a tartalmi és formai ellenőrzést követően 492 darab került feldolgozásra.

A 492 kérdőív feldolgozása, értékelése újabb 2 hetet vett igénybe. A kérdezőbiztosok Tatán a nap minden szakában (reggel, délben, este) dolgoztak.

A véletlenszerű megkérdezés alapján a nők 64%-ban, míg a férfiak 36%-ban válaszoltak a kérdőívekre.

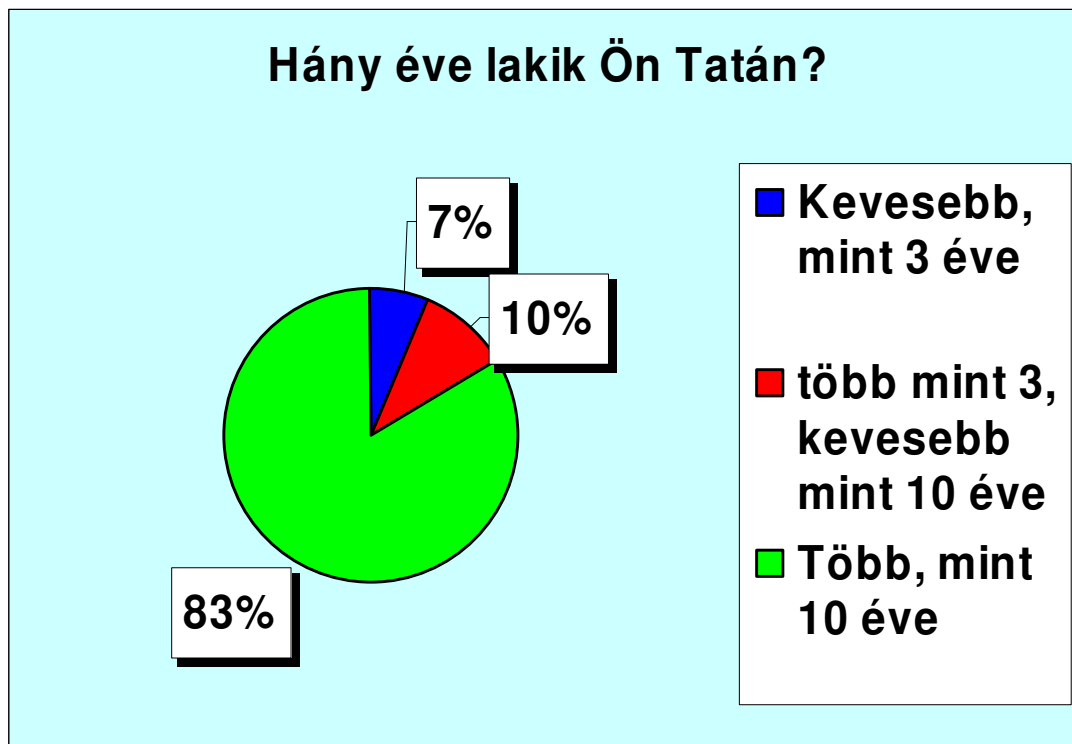
A megkérdezés a főbb életkori csoportok vonatkozásában szerencsésen alakult, a válaszok a tatai populáció véleményét arányosan tükrözik.

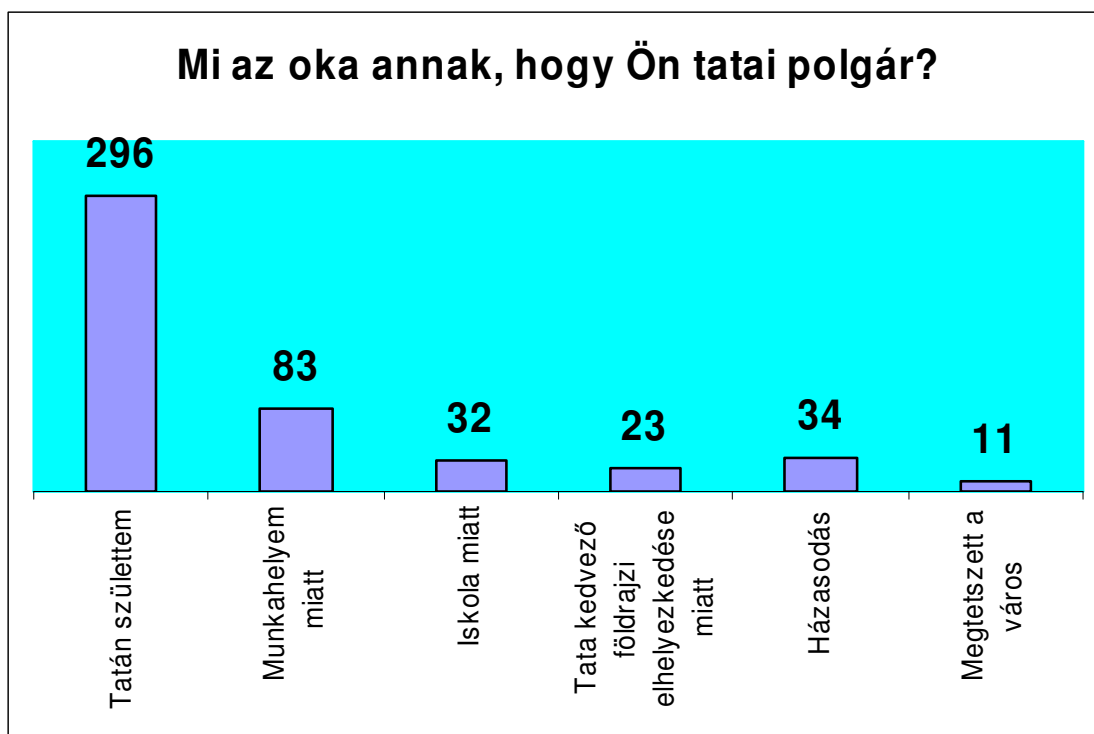
Kiderült továbbá az is, hogy megkérdezettek 79%-a középfokú végzettséggel rendelkezik. A legtöbben fizikai vagy szellemi beosztottként dolgoznak, de nagy arányban válaszoltak még a diákok és az inaktívak (nyugdíjas, gyēs) is. Végül pedig fontos megjegyezni, hogy a válaszadók 77%-a átlagosnak ítélte meg életszínvonalát.

A következőkben részletesen lehet majd látni, hogy az egyes kérdéseket hányan válaszolták meg. A könnyebb áttekinthetőség érdekében, különböző kör,- vonal,- oszlop,- és sávdigramokat alkalmaztunk attól függően, hogy melyik szemlélteti jobban az adott kérdésre kapott válaszokat.

A kördiagramon látni lehet, hogy a válaszadók többsége már több mint 10 éve, kevés százaléka (7%) kevesebb, mint 3 éve lakik Tatán.

Ez az arány alapvetően a válaszok megalapozottságát, hitelét bizonyítja.



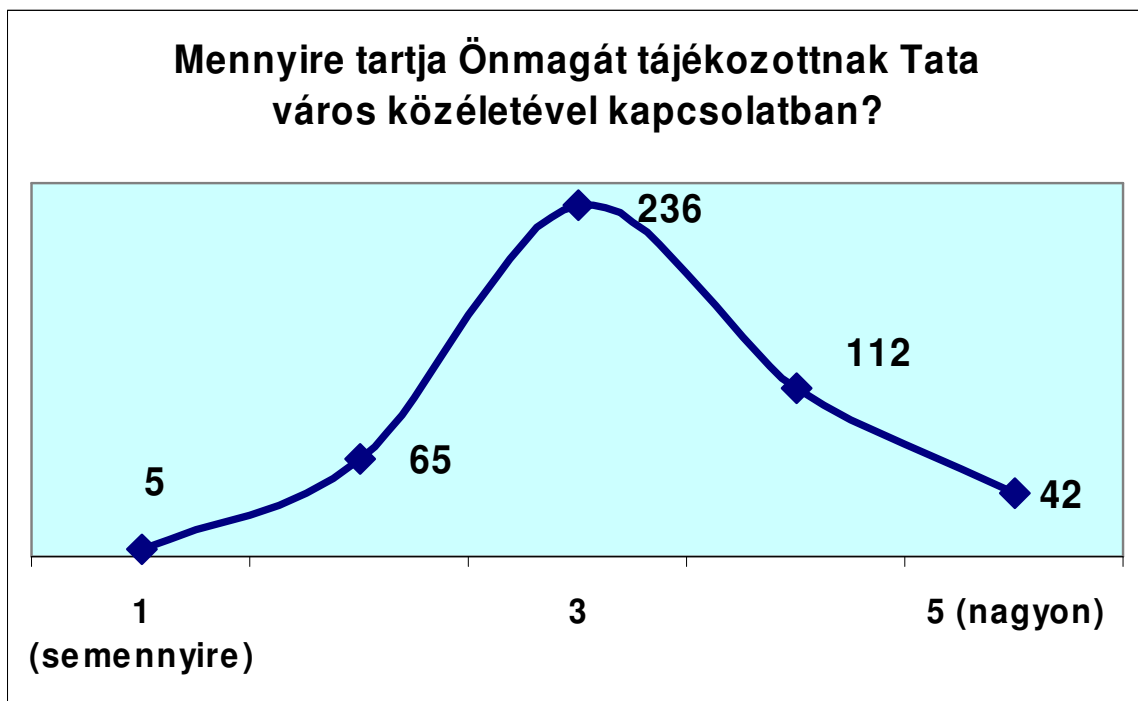


Ahogy azt már az előző kérdésből meg lehetett állapítani, nagyon sokan több mint 10 éve laknak Tatán és többségük tatai születésű. Említést érdemel még talán az, hogy sokan a munkahely miatt költöztek el korábbi lakhelyükről, szülővárosukból. Azt a kérdés alapján azonban nem lehet megállapítani, hogy aki a munkahely miatt költözött Tatára, milyen régen él a városban.

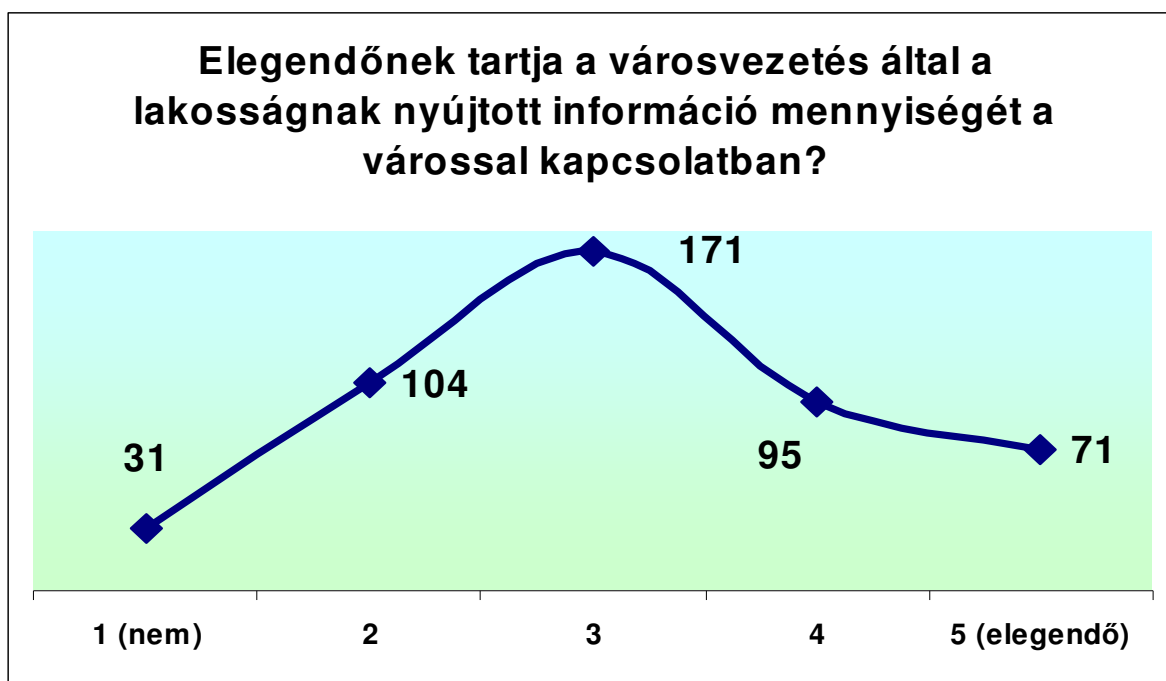
Érdeemes azt is megjegyezni, hogy jelenleg a tataiak mintegy 2/3-a nem Tatán dolgozik.

A hármas kérdésben arra kellett válaszolni egy ötfokozatú skálán megjelölve a megítélt fokot, hogy mennyire tartja saját magát tájékozottnak a válaszadó Tata város közeletével kapcsolatban.

A vonaldiagram jól illusztrálja, hogy a 3-as számot jelölték meg a legtöbben, hiszen ennél az értéknél csúcsosodik ki a vonal, tehát azok, akik válaszoltak erre a kérdésre, általában tájékozottnak ítélték meg saját magukat e témában.

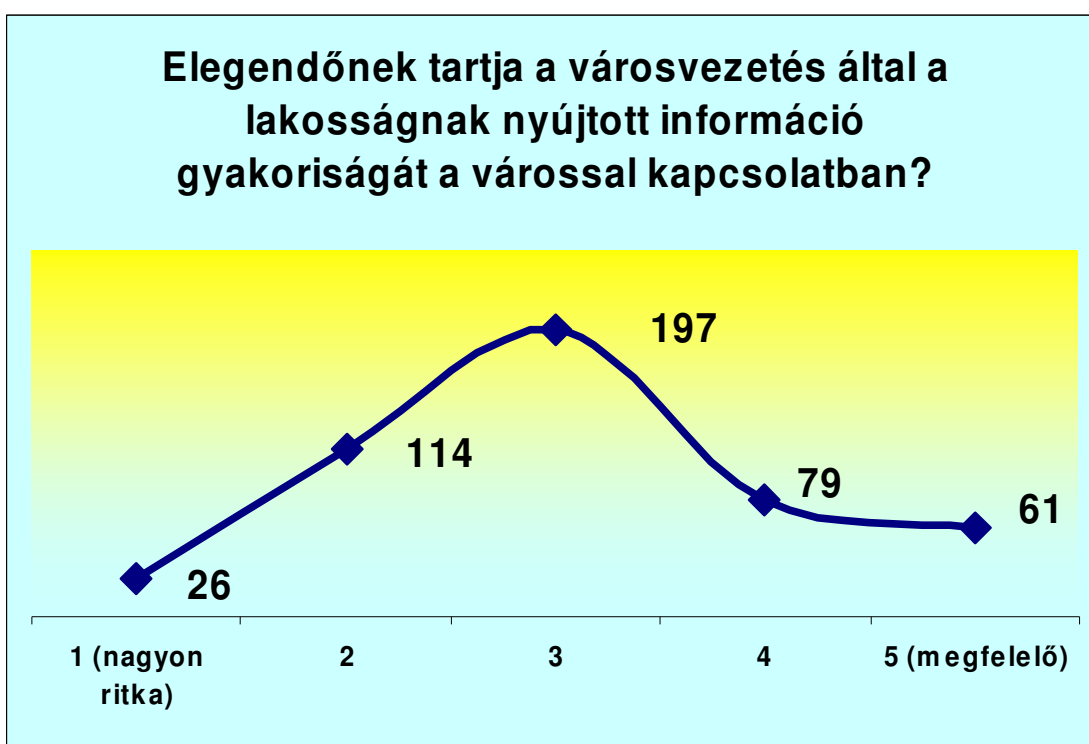


A következő (4.) kérdésben, szintén egy ötfokozatú skálán kellett a megfelelő számot kiválasztaniuk a megkérdezettnek. A vonaldiagram legmagasabb pontja jól látható: 171-en a 3-as számot jelölték meg, ami arra enged következtetni, hogy a városvezetés által közölt információ mennyiségét általában elegendőnek vélik.



Lényegi eltérést nem lehet érezni a 4-es és az 5-ös kérdés között, ahogyan azt az alábbi diagram is szemlélteti. Akik közepesen ítélték meg az információ mennyiségére utaló kérdést, azok valószínűleg ezen az ötös skálán is hasonlóan jelöltek (a közepesnél azonban valamivel kisebb az átlag).

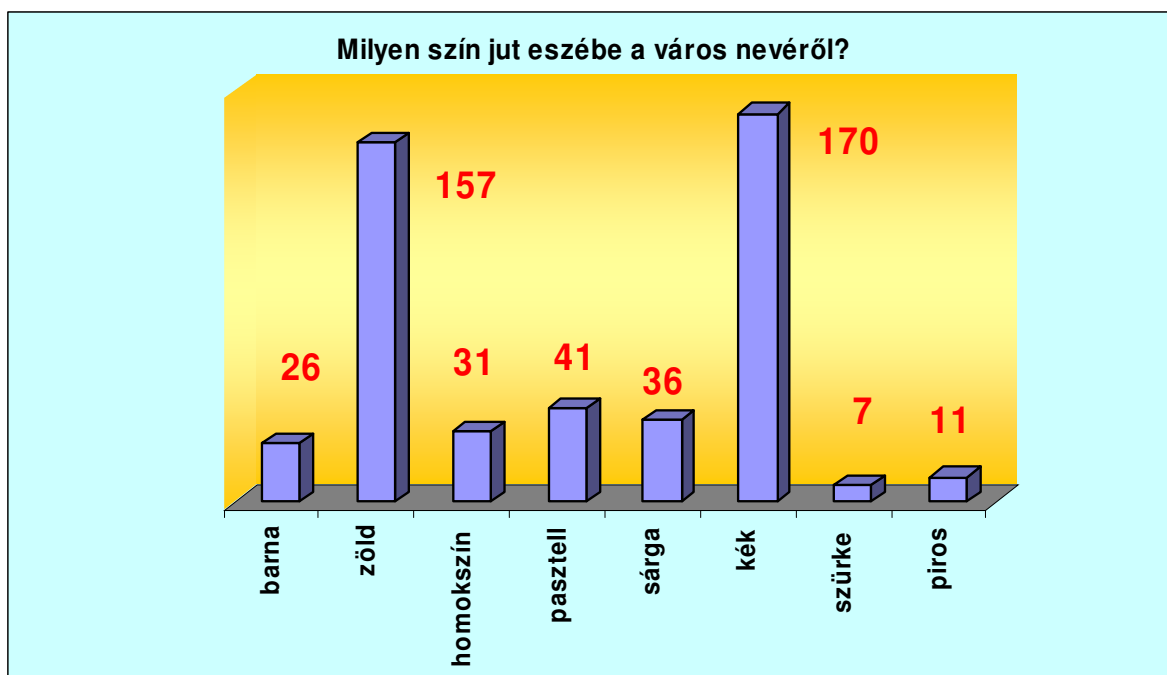
A két diagram egymáshoz való hasonlítása során az figyelhető meg, hogy amíg az előbbi kérdésnél néhányan 5-öst, 4-est, illetve 3-ast „osztályoztak”, addig az utóbbinál inkább a 4-es, 3-as és 2-es „jegy” dominált.



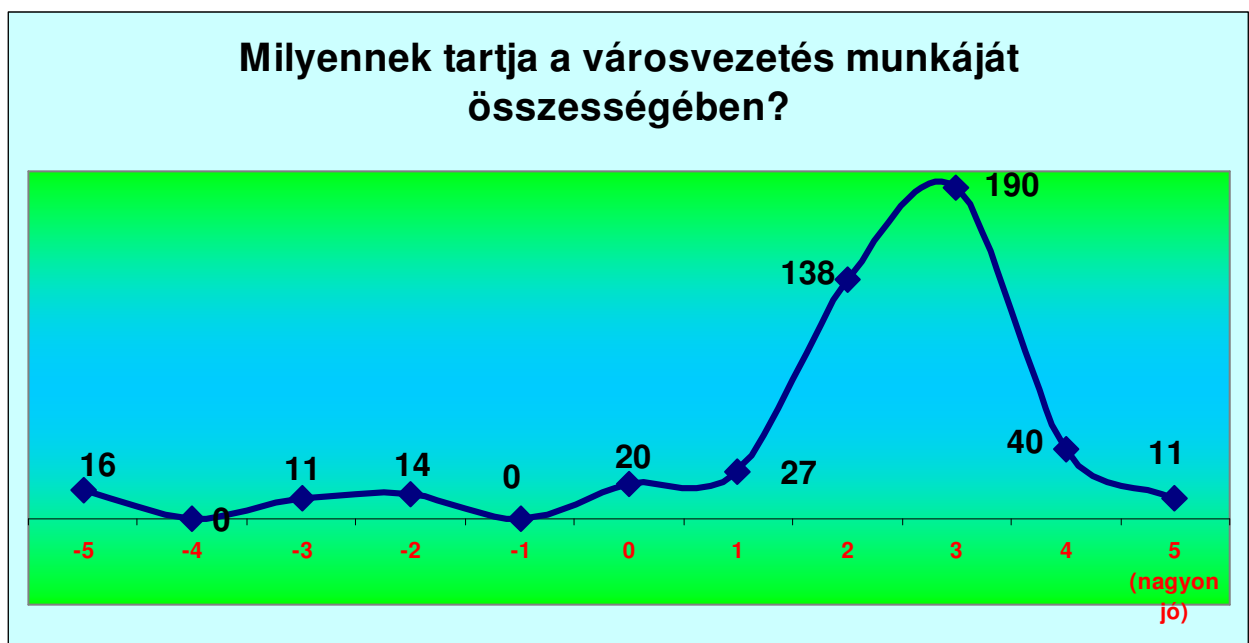
A 6-dik kérdés egy olyan nyitott kérdés volt, amely spontán válaszadásra adott lehetőséget a kérdőív megválaszolójának, így ő a számára fontos tulajdonságokkal ruházhatta fel lakókörnyezetét. A közel 500 kérdőív ezáltal számtalan tulajdonságot jelenített meg, amelyek közül mi kiragadtuk az 5 leggyakoribbat, ezen tulajdonságjegyek szinonimáival együtt. Ennek alapján a válaszolók nagy része *kedves* és *barátságos* városnak ítélte Tatát, ezen kívül nagy számban használták még a *nyugodt, nyitott, fiatalos és konzervatív* jelzőket is.

Egyes válaszadók esetében nagyon extravagáns tulajdonságok is megjelentek, mint például az *extrovertált*, vagy a *cicababa* jelző. Akadt olyan válaszadó is, aki egy irodalmi személyiséggel azonosította városát, még hozzá nem mással, mint *Petőfi Sándorral*.

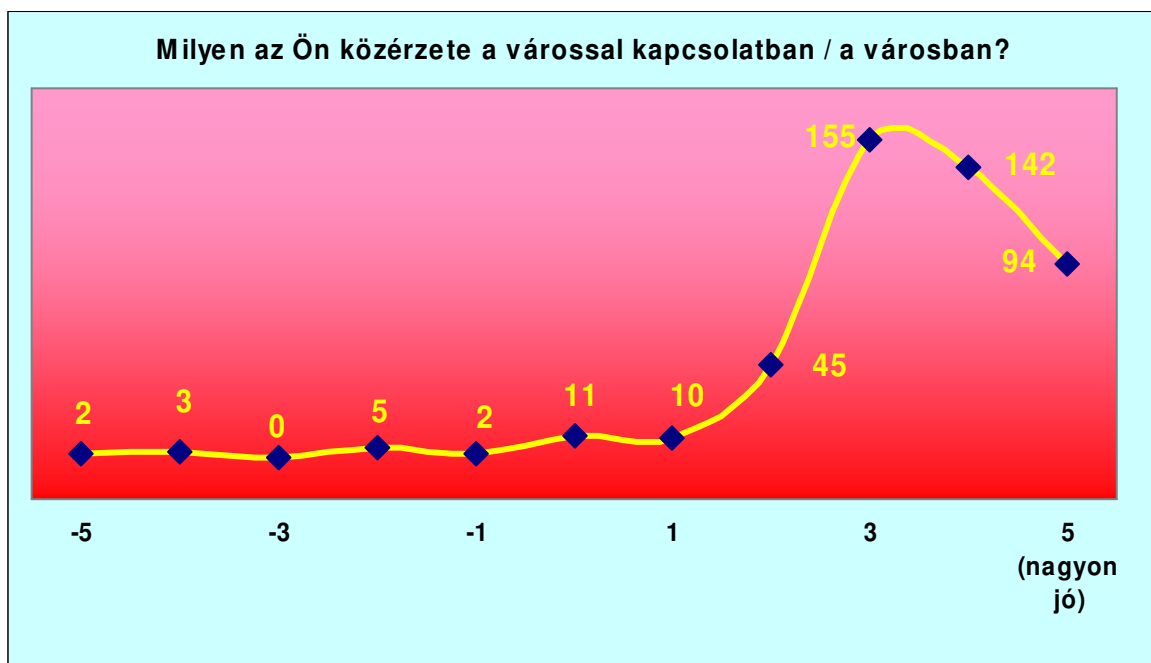
Az alábbi ábra alapján kimagaslóan megmutatkozik, hogy mely színek jutnak elsőként a megkérdezettek eszébe, amikor Tatóról kérdezik őket. Legtöbben a **kék**re gondolnak, mikor valamilyen konkrét színre kell asszociálni a város nevének hallatán, de a **zöld** szín sem marad le a vezető kék mögött olyan sokkal, hogy a különbség érezhető legyen.



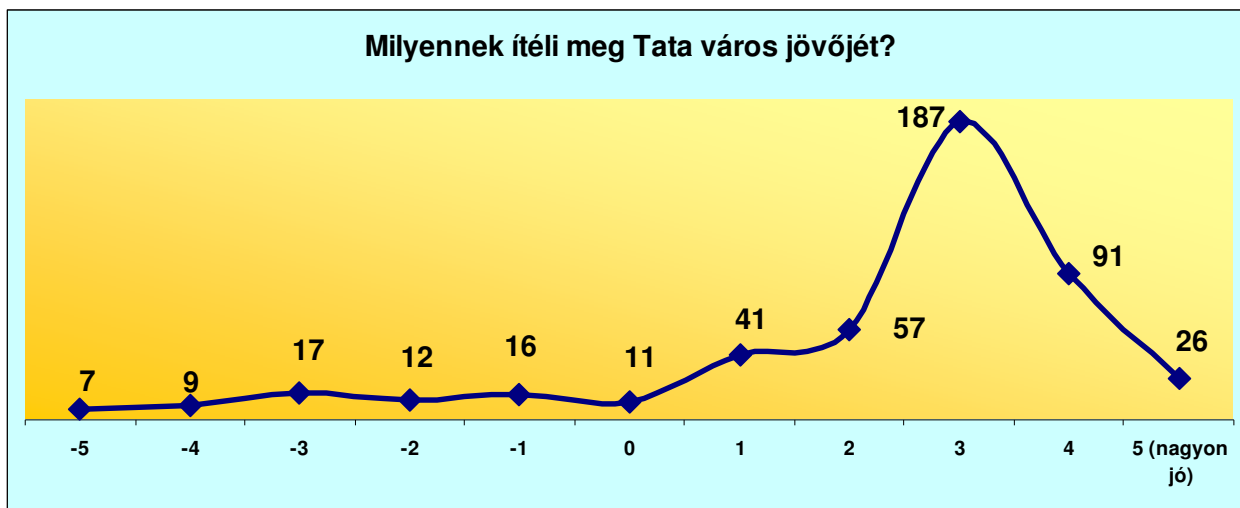
A városvezetés munkáját megítélendő kérdésnek köszönhetően látni lehet, hogy azoknak az aránya elhanyagolható, akik valamilyen oknál fogva kicsi, vagy nagyon nagy ellenszenvet éreznek a vezetéssel kapcsolatban. Az alábbi diagramon is a 3-as válaszlehetőség közelében adták le voksukat sokan. Ez arra enged következtetni, hogy az emberek úgy gondolják, lehetne mit javítani a városvezetés munkájában. Mivel azonban ez egy teljesen komplex kérdés, ezért a 2-es válasz és a 2-es fölötti értékek arra utalnak, hogy jó irányba indult el a városvezetés ahhoz, hogy jó képet alakítson ki magáról.



Jól ábrázolja az alábbi vonaldiagram, hogy a túlnyomó többség jól érzi magát Tatán, jó a közérzete az embereknek és szeretik jelenlegi lakóhelyüket. Az ábra azt mutatja, hogy a megkérdezettek közül 155 polgár megfelelőnek ítéli meg a közérzetét a várossal kapcsolatban, 233-an pedig kifejezetten örülnek, sőt büszkék hovatartozásukra.



A korábbi kérdésből már kiderült, hogy sokan meg vannak elégedve a város vezetésével, a jelenlegi vezetőkkel. Nem árul el nagy titkot ennek tudatában a következő ábra sem. Több-száz válaszoló *bíz*ik a várost irányítók munkájában és remélik, hogy Tata előbb vagy utóbb még jobban felvirágzik - gazdaságilag és erkölcsileg egyaránt.



A 11-dik kérdés 6-7 olyan tényező megjelölésére sarkallta a válaszadót, amely szerinte fontos szerepet játszhat a pozitív városkép kialakításában. Tapasztalataink alapján ez egy olyan nyitott kérdés volt, ahol a válaszadáshoz igénybe vették a kérdezőbiztos segítségét is a megkérdezettek.

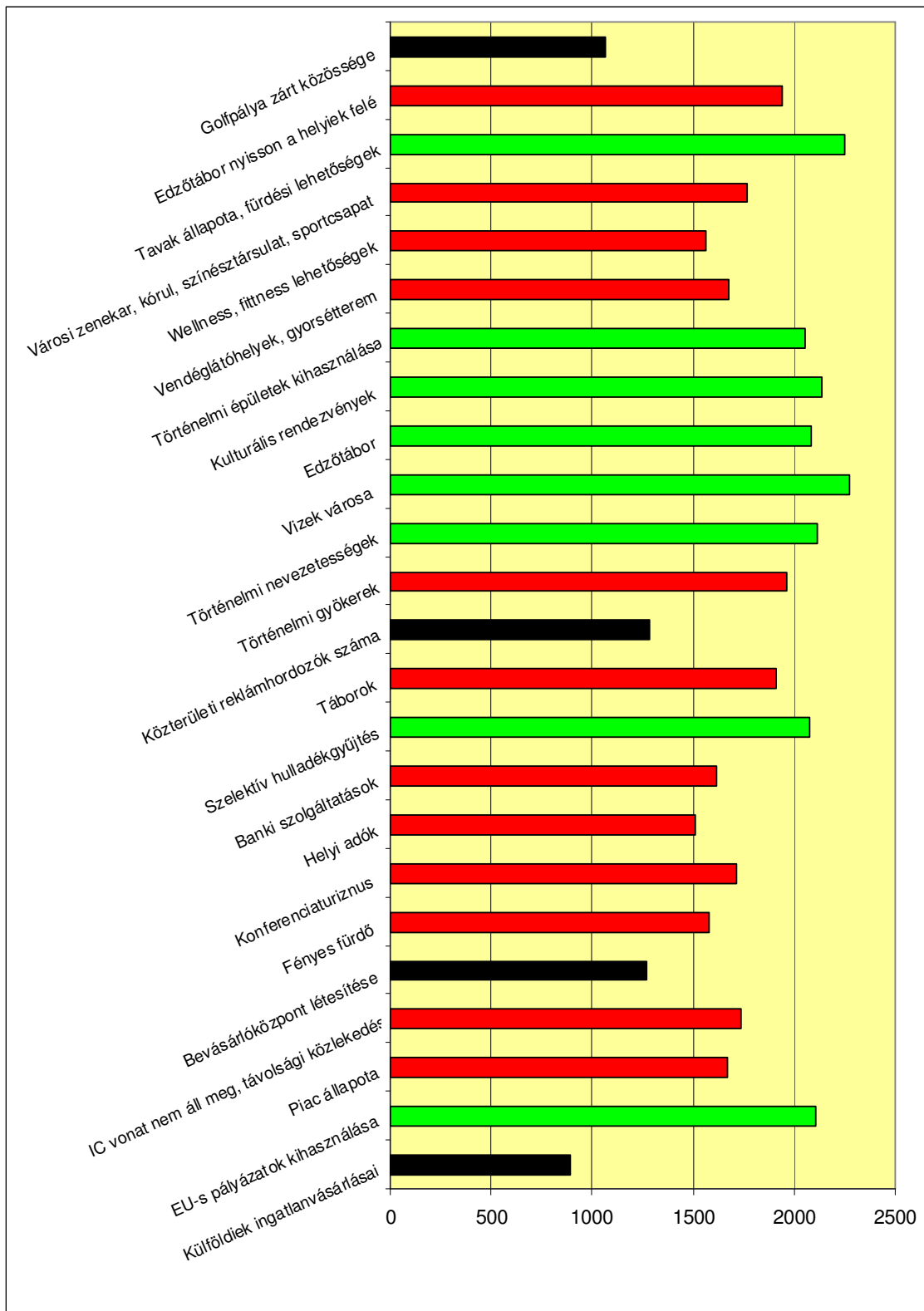
A kutatás alapján az interjúalanyok a következő szempontokat tartották kiemelkedően fontosnak: *a város tisztasága, kulturális programok, szórakozási lehetőségek, épületek megfelelő karbantartása, parkok létesítése és gondozása, úthálózat karbantartása, valamint a közlekedés fejlesztése.*

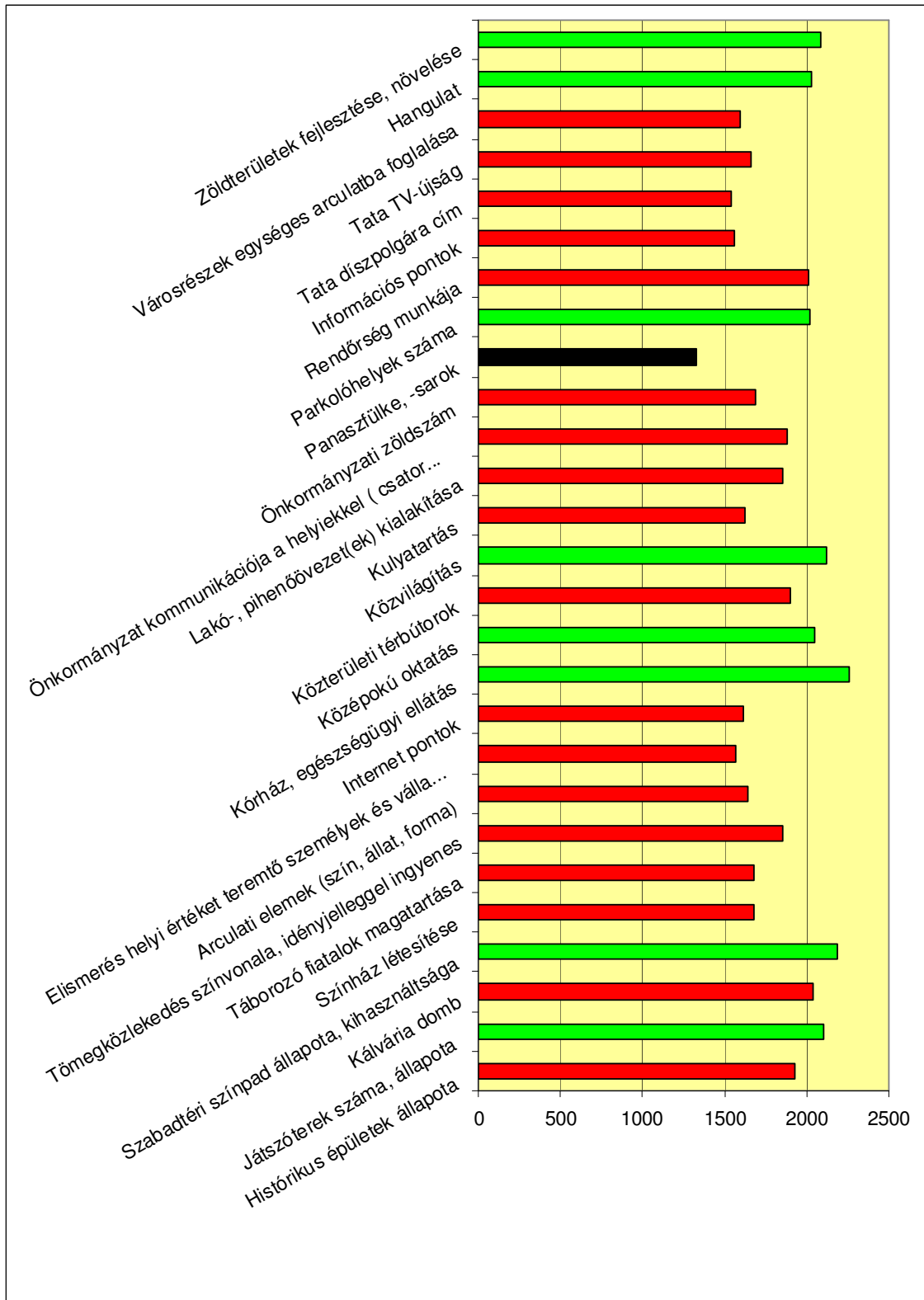
Ez alapján egyértelmű, hogy a polgárok nagy többsége elengedhetetlenül fontosnak tartja a szép városkép kialakítását, fejlesztését.

Mivel ez a kérdés főként a spontaneitásra alapozott, így fényt derülhetett arra is, hogy a helyiek gondolkodásában előkelő helyen szerepelnek az *infrastrukturális tényezők* és a velük kapcsolatban felmerülő problémák.

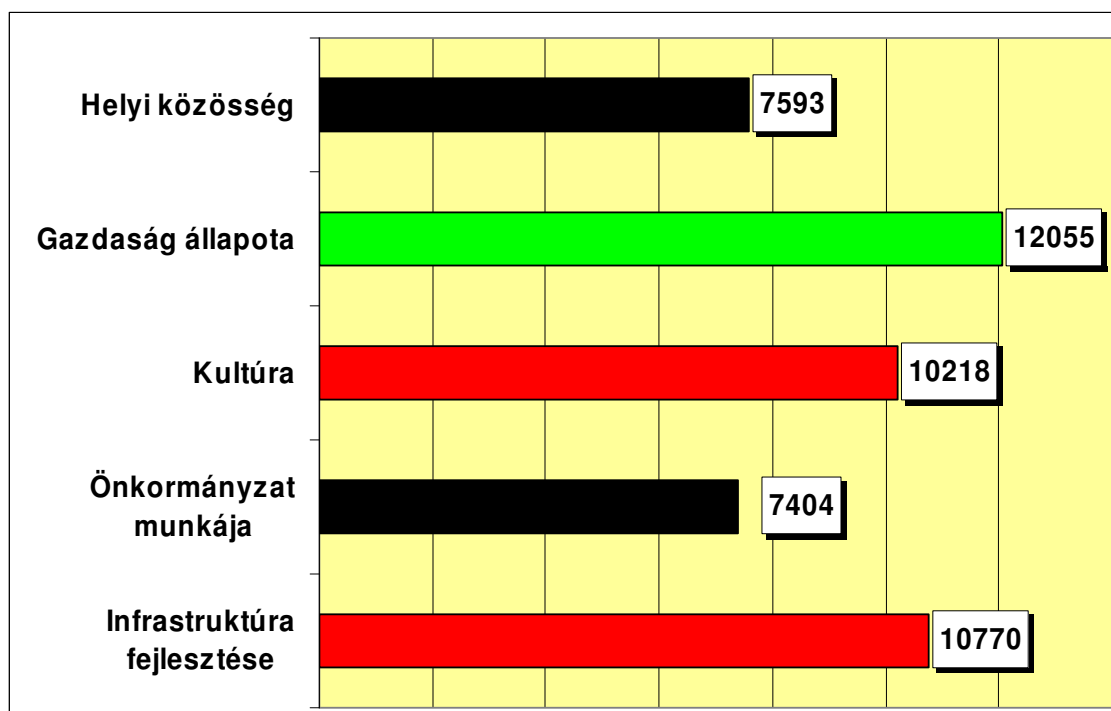
A fent említett kérdés előrevetítette a 12-dik kérdésben részletesen feltárt témaköröket is, ahol -ellentétben az előzővel- a válaszadást gondosan megfogalmazott irányelvek segítették.

A következő sávdigramok jól szemléltetik, hogy melyek azok a kérdéskörök, melyeket elég fontosnak tartanak a tatai polgárok ahhoz, hogy az illetékesek jobban odafigyeljenek rájuk, ösztönözzék az adott területen a további befektetéseket, felújításokat. A különböző színek a különböző sávokon való áthaladást jelzik. *Zölddel* azokat a sávokat tüntettük fel, melyek az összesítés során több mint kétezer pontot értek el. *A piros színt* azok a kérdések kapták, amelyek 1500 és 2000 pont közötti értéket értek el. Végül pedig *fekete színnel* azokat jelöltük, melyek az összesítésben az 1500 pontot sem érték el (egy-egy témák közülük még az 1000 pontot sem- ezekre érdemes külön odafigyelni (pl.: külföldiek ingatlanvásárlása, golfpálya)).





Az alábbi kérdéskörnél 100 pontot kellett elosztaniuk a megkérdezettnek - szintén fontossági szempontok szerint, méghozzá úgy, hogy ők személyesen mely területre szánának nagyobb figyelmet. A „mezőny” elején a „gazdaság állapota” áll, melyet az „infrastruktúra fejlesztése” és a „kultúra” követ, közel azonos súllyal. A „helyi közösség” majdnem 200 ponttal előzi meg az „önkormányzat munkáját”. (Mivel itt arra voltunk kíváncsiak, hogy min változtatna a válaszadó, a különböző sávok azt is jól prezentálják, hogy legtöbben a gazdaság állapotán változtatnának, míg az önkormányzat munkájával -úgy tűnik- meg vannak elégedve.)



2. Kvalitatív információk (mélyinterjúk alapján)

A primer kutatási szakasz második célcsoportja abból a harminc főből állt, akiket -a helyi önkormányzat bizottságai javaslata alapján- személyesen is megkerestünk, hogy egy külön összeállított kérdéssor keretében ismerhessük meg -Tata kiemelkedő véleményformálóiaként- személyes benyomásukat a város jelenlegi helyzetéről, valamint meghallgathassuk a jövőben a város vezetői számára általuk változtatásra javasolt elemeket.

A továbbiakban a mélyinterjúk alkalmával tapasztaltokról számolunk be.

„Tata gyönyörű város!” - ebben a megkérdezettek döntő többsége egyetértett, ami egyben azt is jelenti, hogy az emberek büszkék Tatára. A „gyönyörű város” képe azonban elsősorban a természeti környezetre vonatkozó megállapítás. Az épített környezet megítélésében ugyanis számos esetben megoszlottak a vélemények. Az épített környezettel kapcsolatban az értékek barátságos, családias megóvását szeretnék elsősorban a megkérdezettek, és nem egy kívülről ugyan vonzó, ám idegen környezet létrehozását támogatnák.

Tatával kapcsolatban - a kutatás alapján szinte egyértelműen- kijelenthetjük, hogy elsősorban a kívülállók számára vonzó, tetszetős és pozitív, s nem a várost belülről szemlélőknek, azaz az itt élőknek. Ezzel pedig a mélyinterjúban résztvevők döntő többsége - természetesen - elégedetlen.

A változások irányát (tartalmát) illetően az alábbi tényezőket domborították ki a válaszadók véleményükben:

- munkahelyteremtés (szolgáltatás, logisztika, gazdaság fejlesztő szervezet létrehozása),
- Ipari Park további fejlesztése
- Városszerkezeti változtatások
- Tisztaság megteremtése, az elhanyagoltság felszámolása
- Tömegeket megmozgató országos hírű események

Tata arculata szempontjából -több egybehangzó vélemény alapján- meghatározóak a természeti és az épített környezet elemei: a Vár, az Öreg-tó, az Olimpiai Edzőtábor, és más, országosan ismert épületek.

Tata a vizek városa- mondják még mindig sokan. A mélyinterjúk során viszont fény derült arra, hogy ez a korábban sokat hangoztatott szlogen -sokak megítélése szerint -mára már nem hordoz igazi valóságtartalmat, hiszen Tata hosszabb ideje nem a vizei nyújtotta rekreációs lehetőségekről híres.

A megkérdezettek általában nagyon „jól élhető” helynek tartják Tatát, a tatai - főleg fiatalabb - lakossággal azonban „elégedetlenek”. A többség szerint a helyi polgárok nehezen mozgósíthatóak, közömbösek, nem kellően aktívak és segítőkészek, ha a városról van szó. Ez egyben azt is jelenti, hogy a tataiak elég zárkóztak. A programokon -az idegeneket leszámítva- főként ugyanazok az emberek vesznek részt, mert az egyébként magánéletében aktív tatai nem jelenik meg a társadalmi közéletben. Ez a tendencia némileg Tata „alvóváros” jellegére enged a vélemények szerint utalni.

A változtatáshoz az interjúalanyok javaslata alapján feltétlenül a tataiak interaktivizálására lenne szükség. Elhangzott ugyanis, hogy akár a hagyományos, akár a modern kommunikáció eszközeiről is legyen szó, a tataiak nehezen mozgathatóak meg.

A megkérdezett személyek véleményét figyelembe véve tehát leginkább a mozgósítás területén kellene jelentős változtatásokat elérni. Többen megjegyezték azonban, hogy bár a kommunikáció ebben sokat segíthet, mégis: az Önkormányzatnak egy tudatosan vezérelt, vezetői szinten pedig egységesen támogatott folyamat beindításáról kell majd döntenie.

A változtatásra szánt területek közt megemlítették még az idegenforgalmi és a kommunikációs beruházások hangsúlyosabbá tételét, Tata kistérségi vezető szerepe megtartásával a környező települések és a város programszerű összekapcsolásának időszerűségét, valamint egy térségi, egységes információs rendszer kialakítására vonatkozó törekvés megkezdését, mely rendszer bevezetése alapján valamennyi résztvevő számára nyilvánvalóvá válhatna, hogy mi a saját feladata, illetve mely rendszer mindenkinek lehetőséget nyújtana az önkéntes csatlakozáshoz.

A megkérdezettek kiemelték még a heti rendszerességgel bíró kistérségi programsorozatok, komolyzenei koncertek, hagyományőrző rendezvények minden korosztályt megmozgató szervezésének jelentőségét is.

A kommunikációs politikában a „kérdőre vont személyek” szerint tehát alapvetően két irányban kellene erősíteni:

- lakosság (információ + aktivizálás) felé történő kommunikációban
- helyi vállalkozások felé történő kommunikációban.

„Tata színe megkopott, fakó, személyisége egy megfáradt, öregedő, megtört ember benyomását kelti, akinek ennek ellenére komoly értékei is vannak” -ez a mélyinterjú alanyainak összegzett véleménye. A megkérdezettek többsége a negatív jellemzőkön már rövidtávon változtatni szeretne, amihez véleményünk szerint a fő (nem politikai) kérdésekben egységes fellépés, álláspont kialakítására lenne szükség a vezetők részéről. Hosszabb távon a megkérdezettek a térségi szerep megerősítését nevezték meg mint fő fejlesztési irányvonalat.

Az új (és részben régi) értékrend legfontosabb elemei közé sorolható az interjúk alapján:

- természeti és épített környezet barátságos, óvó kialakítása,
- nyitottság
- változatos kulturális élet
- fesztiválváros- szerepkör
- a vizek városa szlogenre alapozott pozíció új tartalommal való megtöltése
- jól élhető, kellemes környezet,
- aktív, pezsgő élet.

Mindezen elvárások megítélésük szerint csak akkor teljesíthetők, ha rendelkezésre állnak helyi és központi források, és természetesen a vezetés és a tatai polgárok szándékait képviselő célok összhangban állnak egymással. Alapvető elemként fogalmazódott meg az a követelmény is, hogy Tata -saját értékeit megőrizve- ne csak a térségben, hanem a megyében és az országban is egyéni értékek közvetítőjévé válják.

A vállalkozások élénkítése, a város befektetőket vonzó erejének fokozása többek szerint csak részben jelenthetik a jelenlegi kommunikációs állapot javítására irányuló törekvéseket. Ennek a vonalnak a fejlesztéséhez ugyanis szükség lenne egy gazdaságfejlesztő szervezet megnevezésére, mely megindítaná a kistérségi vezető szerep kiteljesítését és a térségi szintű mozgósítást is.

Összesítés

A Kommunikációs Akadémia Kft képviselőjében végzett primer kutatások közvélemény-kutatásnak minősülnek, a tatai polgárok véleményformálási jogát célozva meg, az ő személyes meglátásaikra lévén kíváncsi Tata város értékeivel, jelenével és jövőjével kapcsolatosan. A lehetőségeinkhez mérten megpróbáltuk a lehető legtöbb társadalmi szegmenst megkérdezni, így a válaszadók között ugyanúgy megtalálható volt a nyolcvan éves kisnyugdíjas, mint a tizennyolc éves bakfis.

Milyenek látják a város jelenlegi helyzetét? Mennyire elégedettek a városvezetéssel? Milyen fejlődési utat látnának célszerűnek, melynek követése hasznos lenne Tata város dinamikus fejlődése és megítéltetése szempontjából? Milyen általában a közérzetük a „Vizek városának” polgáraiként? - ezekre a kérdésekre kerestük kutatóként a választ.

A helyzetelemző részben részletesen, diagrammok segítségével szemléltetett kérdések összesítése alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a tatai polgárok nagy részének alapvetően jó a közérzete a városban, sőt büszke lakókörnyezetére. A lakosság többsége megfelelően tájékozottnak érzi magát, elegendőnek tartja a városvezetés által a városról nyújtott információ mennyiségét és gyakoriságát, így véleményünk szerint nem ez az a terület, amely mindenképpen fejlesztésre szorul. Az önkormányzat kommunikációja során felhasznált eszközök közt természetesen erőteljesen, de nem kizárólagosan kell építeni a szokásos helyi médiumokra, nagyobb hangsúlyt kell, hogy kapjon azonban az érdektelenség felszámolását, a tömegek mozgósítását elősegítő eszközök számbavétele, bevezetése.

Ezen ismeretek tükrében alakítottuk ki álláspontunkat, melyet a stratégiai részben fejtettünk ki.