

SZAKDOLGOZAT

Fülöp Eszter

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

Kereskedelem és marketing alapképzési szak

Gánt településmarketing tevékenységének vizsgálata, különös tekintettel a helyidentitásra és annak településen megjelenő hatására

Belső konzulens: Urbánné Treutz Ágnes
Egyetemi tanársegéd

Készítette: **Fülöp Eszter**
XLGOTW
Levelező tagozat

Intézet/Tanszék: Agrár- és Élelmiszergazdasági
Intézet
Agrárlogisztika,
Kereskedelem és Marketing
Tanszék

Budapest

2023

Tartalom

1.	Bevezetés	5
2.	Szakirodalmi áttekintés	6
2.1	Identitás.....	6
2.2	Társas identitás	7
2.3	Gánt elhelyezkedése	8
2.4	Gánt története	8
2.5	Gánt napjainkban	11
2.6	Településmarketing.....	12
2.6.1	Megfogalmazás	12
2.6.2	A település eladása.....	13
2.6.3	Marketingeszközök.....	13
2.6.4	Gánt 2 K modellje	14
2.6.5	Vevők, célcsoportok	16
2.6.6	Kompetencia marketing	16
2.7	A településmarketing felépítése	17
2.7.1	Érték audit	17
2.7.2	Imázs audit	18
2.7.3	Tevékenység audit.....	18
2.8	Identitás szerepe a településmarketingben.....	19
2.8.1	Helyidentitás	23
2.8.2	Helykötődés.....	24
2.9	SWOT elemzés.....	24
2.10	Összegzés	27
3.	Anyag és módszertan	28
3.1	Kvalitatív kutatás.....	28
3.1.1	Mintavétel	29
3.1.2	Helyszín, időzítés	29
3.2	Kvantitatív kutatás	30
3.2.1	Mintavétel	30
3.2.2	Elemzési módszerek	30
3.2.3	Kutatási kérdések	31
4.	Eredmények és értékelésük	33
4.1	Kvalitatív kutatás eredménye.....	33
4.1.1	Bemutakozás.....	33

4.1.2	Első korcsoport.....	33
4.1.3	Második csoport.....	37
4.1.4	Harmadik csoport.....	41
4.1.5	Összefoglalás	45
4.2	Kvantitatív kutatás eredménye	47
4.2.1	Bevezetés	47
4.2.2	Demográfiai adatok.....	48
4.2.3	Lakóhelyválasztás oka	49
4.2.4	A település és a nemzetiségi hovatartozás összefüggései	53
4.2.5	Gánt imázsa	54
4.2.6	Település jellemzése	56
4.2.7	Fejlesztések	60
5.	Következtetések, javaslatok.....	61
6.	Összefoglalás	64
7.	Irodalomjegyzék.....	66

1. Bevezetés

Dolgozatom fő témájának azt a települést választottam, ahol magam is felnőttem. Sorsát, fejlődését pedig mind a mai napig figyelemmel kísérem és támogatom. Úgy gondolom, a településmarketing olyan szemléletet és eszközöket nyújt, amelynek segítségével nem csak egy város fejlődhet, hanem egy olyan kis település is, mint Gánt.

A településmarketing egyik fő célja, hogy a lakosság életszínvonala javuljon. Az elmúlt években a városoknak, falvaknak számtalan lehetőségük volt különböző pályázatok elnyerésére, amelynek köszönhetően a fenti cél könnyebben megvalósulhat. Azonban a települések között megindult egy verseny. A jelen korban, amikor az emberek mobilitása megnőtt, könnyedén utazhatnak, illetve a munkahelyváltás és az otthonteremtés is rugalmasabb, különösen nagy szerep jut a településmarketingre. Amelynek eszközeinek segítségével vonzóbbá válhat a település a nem helyiek számára, és az életszínvonal magasabb lehet a már ottlakók számára. Ezzel motiválva őket a helyben maradásra.

Dolgozatomban a szakirodalmi áttekintés során sorra fogom venni, hogy mely változók játszanak fontos szerepet a sikeres településmarketingben. Céлом megismerni, hogy a szakemberek milyen összefüggéseket, alapigazságokat ismertek fel a témával kapcsolatban. Ezt az ismeretanyagot használom fel a saját kutatásom alapjául.

A kvalitatív kutatás során céлом megismerni egy árnyaltabb képet a megkérdezettek településhez kötődő érzelmeiről és identitásáról.

A kvantitatív kutatásom során pedig, céлом megismerni és egy általánosabb a helyiek tapasztalatiról és véleményéről a falut illetően. Majd ezekből összefüggéseket és következtetéseket levonni.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1 Identitás

A történelem során az emberiség mindig kíváncsi volt arra, hogy mi motiválja a másik embert bizonyos cselekedetekre. Mi az, amiért az emberek ugyanarra a dologra másként reagálnak. Ennek legfőbb oka, hogy szeretnék volna előre látni, hogy egy szituációban milyen válaszreakciókra lehet számítani a másik embertárustól. A pszichológia az a tudományág, amely az emberi viselkedéssel, ok-okozati összefüggésekkel foglalkozik. Ezen belül a különböző személyiségelméletek foglalkoznak azzal, hogy miben áll a személyiség, milyen módon működik, hogyan alakul ki és mi adja a személyek különbözőségeit. Az idő előrehaladtával, a különböző kutatásoknak köszönhetően, sok elmélet született arról, hogy mi határozza meg az alapvető emberi természetet és az milyen részekből tevődik össze. Már az ókorban, Hipokratész is igyekezte az embereket a temperamentumuk alapján négy féle kategóriába csoportosítani. De az igazán átütő eredmények a 19. század végén és a 20. században születtek, még pedig a dinamikus elméletek keretein belül. Ezen elméletek alapján a viselkedést a személyiségen belüli erők folyamatos egymásra hatása határozza meg. Első jeles képviselője Sigmund Freud volt, aki szerint a pszichés működések hajtóeszköze a libidó. A személyiség pedig a pszichoszexuális fejlődésen keresztül bontakozik ki. Véleménye szerint a felnőtt ember személyiségét az határozza meg, hogy a különböző fejlődési szakaszok konfliktusait, hogy oldotta meg. A nézetei szerint az ember elsődleges célja a szaporodás. A nemiség, az agresszió, a szexualitás és a halál hatja át az életét. (József, 2011)

Erikson az ő elméleteit bővítette tovább. Mégpedig úgy, hogy igyekezett kapcsolatot teremteni a pszichológiai, a pedagógiai és a társadalmi-kulturális megfigyelések között. Az ő munkássága pszichoszociális (tárgykapcsolat) elmélet körébe csoportosítható, amely nézet szerint az alapvető énfunkciót a másik személyhez vagy tárgyhöz való kötődés határozza meg. Erikson elismeri Freud elméletét, miszerint az embert tudattalanja vezérli, ám ő a hangsúlyt mégis a tudatos folyamatokra helyezi. Nézete szerint az ember tanulási folyamata élete végéig tart és így képes arra is, hogy pozitív irányba változzon. A nézetei középpontjában az identitás, azaz az énazonosság keresése áll. Tehát ki vagyok? Mit akarok magamtól? Ő arra a következtetésre jutott, hogy a személyiség fejlődésének hátterében a lelken belüli és a szociális tényezők egymásra hatása, illetve ezek konfliktusa áll. (Erikson, 1960/2002)

Az általa kidolgozott pszichoszociális fejlődés-elmélet 8 szakaszból áll. A személyiség minden szakaszban más jellegzetességet mutat. A fejlődés során, különösen a szakaszok határaihoz

érve, fejlődési krízisek alakulnak ki. Ezek mind befolyásolják az identitást. További érdekes álláspontja, hogy tulajdonképpen a társadalom az ösztöneire hagyatkozva neveli a gyermekeket, ám a kultúrába való bevezetéssel olyan eszközöket kapnak az utódok, amelyeknek segítségével képesek a már említett különböző kríziseket sikeresen átvészelni. (József, 2011).

Magyarországon az identitás elmélet első jeles képviselője Pataki Ferenc (1987) volt, aki az 1970-es évektől tevékenykedett. Ebből kifolyólag a Magyarországon akkor uralkodó politikai rendszer jelentősen befolyásolta munkásságát. A marxizmus ideológiája hatotta át tevékenységét. Az identitás- tanulmányainak legfőbb tézise az volt, hogy a szociális identitáson alapszik a személyes és a pszichológiai identitás (azonosságélmény). Kutatásainak fő témája az adta, hogy az identitás változására milyen hatással vannak a kortárs csoportok és a különböző közösségek. Nézetei követték a korábban említett Erikson elméleteit. További fő kutatási témája a nemzeti identitás volt. Szükségét érezte ennek megváltoztatását. (Pataki, 1987)

2.2 Társas identitás

Minthogy az ember társas lény, illetve a kutatási témám középpontjában is egy település áll, ahol különböző csoportok élnek és tevékenykednek, így szükségét érzem a társas identitás kifejtésének is. Hiszen az ember nem önmagában áll és létezik, hanem a döntéseire, életére hatást gyakorolnak az embertársai is. Henry Tajfel és John Turner (1979) koncepciójának központjában is a társas identitás szerepelt. Véleményük szerint, az emberek automatikusan olyan társas kategóriákba sorolják magukat és egymást, mint például állampolgárság, nemzeti hovatartozás, iskolai osztály. Ezek a kategóriák jelentéssel bírnak. Ennek segítségével határozzák meg az emberek magukat és másokat is. Ám ezek a kategóriák határai nem fixek, hanem átjárhatóak. Sőt akár egyszerre több társadalmi csoport tagjai is lehetünk. Hogy épp az egyén melyik kategóriát választja magának, az leggyakrabban a környezet és annak hatásai határozzák meg. Lényeges, hogy milyen hozzáállása van a környezetnek az adott kategóriával kapcsolatban, illetve hogy mit preferál és mi az amit elvet. (Tajfel & Turner, 1979)

Az egyén a társadalmi csoportokon belül önmagát is meghatározza. Tajfel és Turner (1979) szerint az ember ösztönösen igyekszik magáról pozitív képet alkotni saját és mások szemében. Ebből következik, hogy azt a csoportot is pozitív színben szeretnénk feltüntetni, amelyikhez tartozunk. Így a különböző társadalmi csoportok automatikusan összehasonlításra kerülnek, és amelyikbe nem tartozunk, az negatívabb színezetet kap. Tehát az ember azonosul magával a csoporttal, ez által a csoporttagság az egyén identitásának részévé válik. Erikson is azt a nézetet

vallotta, hogy az identitás az életünk során a szocializációs folyamatoknak köszönhetően formálódik, alakul. Tehát a kultúra, a politika, a gazdasági helyzet, a történelem és a társadalmi helyzet mind - mind formálja az identitásunkat. (Erikson, 1960/2002) Ebből következik, hogy döntéseinket és vágyainkat is jelentősen befolyásolja a társas identitás.

Tehát a fentiek tükrében azt láthatjuk, hogy a csoport milyen fontos szerepet játszik az ember életében. Ugyanakkor különböző kutatások eredményei azt mutatják, hogy a csoporttagság sokszor a konfliktusok forrása. Ezzel szemben az is felszínre került, hogy sokkal fontosabb az egyén hozzáállása a csoporthoz, mint a csoporttagokkal való kapcsolat minősége.

Tulajdonképpen az ember ezekben a társadalmi csoportokban különböző szerepeket vesz fel. Ezekhez a pozíciókhoz elvárások társulnak. Attól függően, hogy az egyén milyen mértékben teljesíti az elvárásokat kap elismerést a társadalomtól. Stryker és Burke (2000) szerint az identitás nem más, mint ezeknek a szerepeknek az összesége. (Stryker & Burke, 2000)

A társas környezet és az egyén közti viszonyoknak két féle értelmezése van. A társas identitás elmélete alapján az egyén maga választja meg az identitásfolyamatainak és az érdeklődési körének megfelelően a csoportot, amelyhez tartozni akar. A strukturalista megközelítés szerint pedig az egyén identitása nem más, mint a rá szabott szerepek összessége. A valóságban mind a két nézet megállja a helyét. Hiszen az egyén választhat az identitásának megfelelő csoportot, ami hol találkozhat olyan egyénnel, akiknek az érdeklődési köre hasonló és így kialakulhat személyes kapcsolat. De fordítva is igaz, hogy egy-egy személyes kapcsolat vagy szimpátia által kerül be valaki egy csoportba, aminek a nézeteivel tud azonosulni (Piskóti M. , 2015)

2.3 Gánt elhelyezkedése

Gánt egy német nemzetiségi falu, amely a Vértes déli lábánál fekszik, Fejér vármegyében.

A település 24 km-re fekszik Székesfehérvártól és ugyanekkora távolságra Tatabányától.

Közigazgatásilag Gánthoz tartozik Gánt-bányatelep, Gánt-Gránás, Kápolnapusztá, Vérteskozma és Kőhányás. Ezek közül Kápolnapusztán már nincs lakosság. A többi település és Gánt lakossága, a 2022-es adatok szerint a következőképpen alakult: 777 fő, ebből 356 nő és 421 férfi. (Nyilvartarto.hu, 2022).

2.4 Gánt története

A település kialakulásáról sajnos kevés forrás maradt fenn. 1193-ban említik először Gánt település nevét egy oklevélben, amelyet III. Béla (1172-1196) adott ki. Viszont a kutatások

megkérdőjelezi azt, hogy valóban a szóban forgó településről van-e szó az oklevélben, ugyanis a Tolna vármegyei Gyánt-ot is jelölheti ez a helységnev (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021).

A török időkből sem maradt ránk írásos nyom a település létezéséről. Az 1543-as összeírásban sem szerepel a település neve. Ebben az összeírásban azokat a településeket sorolták fel, amelyek a török uralom alá estek. De a későbbi 1570-es és 1582-es fehérvári összeírásokban sem található Gántról említés. (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021)

Ellenben, a falu történetével szorosan összefüggő, tőle alig pár kilométerre fekvő Kápolnapuszta neve megtalálható 1440-ben, mint Boldogasszony Kápolna (Farkas, 1987). Elhelyezkedését tekintve Gánt kedvezőbb fekvéssel rendelkezik, az előbb említett településnél. Kápolnapuszta egy völgyben helyezkedik el. Körbe erdő öleli. Mezőgazdaságilag megmunkálható föld, alig volt található ott a dombok miatt. Ezzel szemben Gánt területe alkalmasabb volt a legeltetésre és a földmunkára. Ugyan az erdős jelleg erőteljesen dominál, mégis az akkori élet feltételeit jobban biztosíthatta, mint Kápolnapuszta területe. Épp ezért a történészek úgy vélik, hogy ugyan nincs írásos nyoma, de valószínűsíthető, hogy Gánt már akkor lakott terület volt. Az első okirat, amelyben szerepel a település név mint „Gánd”, 1636-ból származik (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021)

Gánt és Kápolna 1690 – ben Hochburg – család kezébe került. Ezt követően 1752 – ben a Lamberg – ág birtoka lett (Farkas, 1987).

Mária Terézia (1740 – 1780) úrbéri felmérései alapján megfigyelhető, hogy kezdetben Gánt lakossága szlovák eredetű volt. Majd az 1774-1775 között zajlott felmérés szerint a lakosság nagyobb része német származású volt (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021).

Ezt követően a település minden téren fejlődni kezdett. 1776 és 1777 között megépült a római katolikus kőtemplom, melynek külön álló harangtornya volt. Védőszentje Szent Vendel lett. Ekkor már iskola is volt a településen, ahol az oktatás nyelve kezdetben szlovák volt, majd 1841-re ezt a nyelvet felváltotta a magyar és a német.

A falu lakosságának megélhetését a környékbeli erdők biztosították. Így a legtöbben fakitermeléssel és fafeldolgozással és szénégetéssel foglalkoztak. A szántóföldek és legelők méretei nem voltak számottevők. A szőlőtermesztés adott némi plusz jövedelmet a lakosoknak. Természetesen az állattartás is jelen volt, de az adóösszeírásokból kitűnik, hogy a lakosság nem a gazdagabb rétegekhez tartozott (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021).

1860- tól a településkép már hasonlított a mai képhez. A falut ketté szelte a főút. Jobbról és balról szalagtelkes házak álltak és állnak ma is ott, ahol ezt a természeti adottságok ezt megengedik.

A falu életében nagy áttörést jelentett, amikor 1925-ben elindult a bauxitbányászat. Ekkor a lakosság létszáma ugrásszerűen megnövekedett. Természetesen nem csak a faluban élőket foglalkoztatták, hanem alföldről származó kubikusokat is. Hogy ők és családjaik megfelelő szállásban részesüljenek, Gánt határában munkáslakásokat építettek. (Farkas, 1987) Gánt-Bányatelepen saját iskolát is üzemeltetett a bánya a munkásgyerekek számára. (1920. Évi népszámlálás 1., 1923)

A kitermelés joga Alumíniumérc Bánya és Ipar RT kezében volt, amelynek legnagyobb részvényese a német Vereinigte Aluminiumwerke volt. A külszíni fejtés olyan produktív volt, az 1938-ban kitermelt bauxit fedezte a világ bauxittermelésének 1/5-ét. (Farkas, 1987)

A település folyamatos fejlődése egészen a második Világháború kezdetéig tartott. Csakúgy, mint máshol, innen is egyre többen vonultak be katonának. Kezdetben a német ajkú lakosság a magyar hadsereget szolgálta. Majd 1944- től kötelező volt minden német ajkú férfinak az SS oldalát erősíteni.

1944 december és 1945 márciusa között a frontvonal Gánt határaiban megrekedt. Ezen hónapok alatt az orosz katonák csak úgy, mint máshol is, rongáltak, a lakosságot dolgoztatták és a nőkkal erőszakoskodtak. Azonban 1945. március 16-án, egy máig ismeretlen alakulat olyat tett, ami megpecsételte a falu életét. Ekkor, vélhetően bosszúból, kivégezték Kápolna férfi lakosait. Nem maradt fenn a pontos történet, csak a túlélők emlékezete. Ebben az időben, mintegy 20 sváb család élt a településen. (1920. Évi népszámlálás 1., 1923). A történetek után csaknem mindenki elmenekült onnan a környező nagyobb településekre, Gántra, Pusztavámra, Móra.

Azonban a településre mért nagyobb csapás csak ezt követően érkezett. 1945- ben megkötötték a potsdami egyezményt, amelynek értelmében a Szovjetunió, az Egyesült Államok és Nagy-Britannia vezetői többek között arról hoztak döntést, hogy a Lengyelországban, Csehszlovákiában és Magyarországon élő németeket humánus módon vissza kell telepíteni Németországba. (Teherán, Jelta, Potsdam, 1972). 1945 december 29-én megjelent a Nemzeti Kormány 1945. évi 12.330. M.E. számú rendelete, a magyarországi német lakosságnak Németországba való áttelepítéséről (Belügyminisztérium, 1945).

1946. január 15-én jelent meg a Magyar Közlönyben a 70 010/1946 B.M számú rendelete, amely a kitelepítés végrehajtásáról szól. Ez meghatározta a kitelepítendőek névjegyzékére vonatkozó szabályokat, továbbá, hogy ezek a személyek mit vihetek magukkal. Ez személyenként maximum 100 kg-ot tehetett ki. Ebből maximum 20 kg élelmiszer volt, a többi pedig szerszám, készpénz, ékszer, ruhanemű. Azonban tilos volt bútorok, élő állatok és mezőgazdasági felszerelések kivitele. (Magyar Közlöny , 1946)

Gánton 1946. május 2-án függesztették ki a kitelepítésre kötelezettek névsorát, majd május 17-án került sor a kitelepítésre. Lovaskocsikkal vitték őket Vértesacsára, ahonnan marhavagonokban utaztak tovább Eschwege-be (Németország). Gántról és a hozzátartozó környező településekről 1331 fő települt ki (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021).

A hátrahagyott házakat magyar családokkal telepítették be. Ők Mórról, Bakonysárkányról és Tápióbicskéről érkeztek. (Bödő, Czetcz, Dakó, & Gulyás, 2021)

2.5 Gánt napjainkban

Ahhoz, hogy egy települést marketing szemszögből is megközelíthető legyen, fontosnak tartom a település adottságainak megismertetését, amelyet az alábbiakban gyűjtöttem össze.

Közigazgatásilag Gánthoz tartozik Vérteskozma, Kőhányás, Bányatelep és Gránás külterületek. Így Gánt, mint kistérségi központ működik. (Gánt Község Önkormányzata, dátum nélk.)

Egy település hírnevéhez hozzátartozik magának a településnek a PR tevékenysége, azaz a „kommunikációja”. Ezt legfőképpen a közintézmények, a település szolgáltatásai nyújtják. (Tózsá, 2011)

A legkisebbek neveléséről a Gánti Német Nemzetiségi Óvoda gondoskodik, amely 6 főt foglalkoztat. 2013 óta önálló intézményként működik. Mint ahogy a nevében is szerepel, a nevelés központjában a német nyelv és a német nemzetiségi szokások átadása áll (gantfalu.hu)

Az általános iskola, a szomszédos csákvári Esterházy Móricz Általános Iskola tagintézménye, mégpedig Esterházy Móricz Nyelvoktató Német Nemzetiségi Általános Iskola Gánti Telephelye. Csakúgy, mint az óvodában, itt is különösen nagy hangsúlyt fektetnek a német nyelv oktatására és a hagyományok ápolására. Az iskolában az alsó tagozat összevontan működik. A felsőtagozatos gyerekek Csákvárra járnak tanulni, ahol szintén van lehetőségük folytatni a német nyelv elsajátítását. (esterhazyiskola.hu)

Továbbá, a település kis lélekszáma ellenére, minden nap rendel házi orvos és van védőnői szolgálat. (gantfalu.hu)

A köztisztviselőkön felül a faluban működik két vendéglátóegység is. A GántOn kóstoltam, amely egy kisebb befogadó képességű hely, illetve a Vértes Vendéglő. Utóbbi 1915 óta fogadja és látja el a vendégeket. Az évek során folyamatosan fejlődött, bővült. Így ma már képes több száz fős rendezvény lebonyolítására. A szolgáltatási körüket szállásadással bővítették ki. Így az arra járó turisták megszállhatnak mind a vendéglőhöz tartozó épületekben, mind a turistaszállóban. Amelyet 2015-ben újítottak fel és 52 főt tud befogadni. (vertesvendeglo.hu)

Mint azt a történelmi áttekintésben már láthattuk, Gánton a 20. században nagy mennyiségű bauxitot bányásztak, amelyet az alumínium gyártásban használtak fel. Mivel ez külszíni fejtés volt, így a mai napig látszódnak ennek nyomai. A vöröses kőzet miatt a „Marsbéli táj” –ként ismert Gánt-Bányatelep. A nem régiben felújított Balás Jenő Bauxitbányászati Múzeum és Földtani Park Geológiai Látogatóközpont lehetőséget nyújt az odalátogatóknak, hogy megismerkedjenek a bányászattal és jobban megfigyelhessék a térségben lévő kőzeteket. (bauxitfoldtanipark.hu)

2.6 Településmarketing

2.6.1 Megfogalmazás

Ezt a kifejezést először Gregory J. Asworth és H. Voogd (1997) használta 1990-ben. A holland szerzőpáros azt mutatja be, hogy a városgazdálkodásban is ugyanolyan fontos és hasznos a piaci viszonyokhoz való alkalmazkodás, és ilyen módon a marketing eszközök alkalmazása, mint egy ipari vállalatnál. (J. Asworth & H. Voogd, 1997).

E terület magyarországi jeles képviselője Piskóti István (2012) aki úgy fogalmazza meg a településmarketinget, mint egy terület-, településpolitikai-, fejlesztési eszközt. A célja pedig nem más, mint a település lakosai számára minél magasabb színvonalat biztosítson. (Piskóti I., 2012)

Dr. Tózsza István (2011) tanulmányában rávilágít arra, hogy tulajdonképpen miért is fontos a marketing egy település életében. De a válasz erre nem is olyan egyszerű, ezért ő 5 szeletére bontja a témát. Mégpedig úgy, hogy az alábbi kérdéseket válaszolja meg, amelyeket én is kiindulópontként fogok használni: „1. *Miért kell eladni a települést? Ki adhatja el a települést? Mi adható el „településként”? Ki vásárolhatja meg a települést? Hogyan lehet eladni a települést? Végül mi lehet az eladás végeredménye?*” (Tózsza, 2011, old.: 130)

2.6.2 A település eladása

A települések és régiók között hasonló verseny zajlik, mint a vállalatok között. A sikerességnek anyagi kivételése is van. Összességében az a város sikeres, ahol a gazdasági mutatók tartós növekedést mutatnak. De ezzel összefügg, hogy a sikeres településnek nő a népességmegtartó képessége is. Továbbá a sikerrel összefüggésben áll, hogy a településen folytatott termelőtevékenység milyen hozamot hoz, ennek milyen az eloszlása, mekkora a településen a munkanélküliség, mekkora településen a bűnözés mértéke, illetve milyen a település környezetének tisztasága. (Tózsza, 2011)

2.6.3 Marketingeszközök

A település eladásával a településvezetőknek kell foglalkozni. A siker elérésének érdekében a különböző marketing eszközöket szükséges alkalmazni. A hagyományos piaci világban, ahol a termék vagy szolgáltatásértékesítés a fő feladat, ott ezek az eszközök jól beváltak. Azonban ehhez képest a települések értékesítése eltér.

A marketing egyik legismertebb eszköze, a 4 P (Product, Place, Price, Promotion) Mix. A település esetében az első P, az az a termék maga a település. Azonban sem helyet nem változtat az adásvétel során, sem pedig ára nincs. De a 4. P, a reklámozás jól működhet. Bár ez is eltér a hagyományos marketinghez képest. Itt ugyanis inkább piacra viteli stratégiáról van szó. (Tózsza, 2011)

A fent említett 4 P modell kibővített változata a 8 P modell (Product, Partnership, People, Packaging, Programme, Place, Price, Promotion), mint termék, partnerség, emberek, csomagolás, programok, hely, árak, marketing kommunikáció. (Papp-Váry, 2011)

Piskóti István (Piskóti I., 2012) célszerűbbnek látja a 2K alkalmazását. Ez két képesség fejlesztésére alkalmas, mégpedig a kínálatfejlesztésre és a kommunikációra. A kínálati mix a település meglévő adottságaira és kompetenciáira épít. Tartalmazza mindazokat a tényleges szolgáltatásokat és tárgyi csomagokat, amit egy település nyújtani tud a vevők részére. Azonban ez már tartalmazza a felhasználás és igénybevétel feltételeit is. Így kombinálva van a 4 P modellből származó Price-al, az-az az árral, mint cserefeltétellel.

A kommunikációs mix magába foglalja a klasszikus értelemben vett marketing eszközöket, mint arculat, PR, reklám, értékesítésösztönzés, személyes eladás, direkt marketing. Azonban a településmarketing sajátosága miatt hagyományos értelemben vett disztribúciós funkciók, mint például a szállítás vagy a raktározás kiesnek. Ezért ezek helyett a település kommunikációs tevékenysége és az együttműködésre való készség értékelődik fel. Végül ezen

tulajdonságok hozzá tudják segíteni az adott településre költözött vállalkozásokat a termékeik értékesítéséhez. (Piskóti I. , 2012)

Természetesen a város, település vagy régió adás-vétele nem a klasszikus formában zajlik. Ugyanis ezzel nem lesz új tulajdonosa, éppen ezért többször is eladható. A végeredménye pedig a város megtartó képességének erősödése. Tulajdonképpen a folyamat során a város hírneve kerül eladásra, amely az alábbi komponensekből áll össze:

- Szolgáltatások. Ide tartozik minden olyan intézmény, amely valamely szolgáltatást nyújt.
- Gazdasági telephelyek, infrastruktúra.
- Történelmi események és azok emlékhelyei.
- Kultúra, hagyomány.
- Tiszta természeti és társadalmi környezet. (Tózsza, 2011)

Ezeknek a működése adja a település arculatát. A vevő ezek alapján szerzi a benyomásait, és ezek alapján dönt vagy épp nem dönt egy település mellett. Ezért a fenti komponensek a PR tevékenység részeként is értelmezhetőek.

2.6.4 Gánt 2 K modellje

Piskóti István (Piskóti , Dankó, & Shupler, 2002) 2K modellje alapján Gánt adottságai és kompetenciái a következőképpen néz ki:

2.6.4.1 Kínálati mix

Természeti adottságok:

- Köves, sziklás termőföld, amely mezőgazdasági megmunkálásra alkalmas, de nem a legmegfelelőbb.
- Erdős területek nagy száma, amely az erdőgazdaságok számára profitot jelenthet: fakitermelés, vadgazdálkodás, fafeldolgozás.
- Festői környezet, amely vonzza a turistákat.
- Számos jelölt turista útvonal halad keresztül a településen, köztük az országos kék túráé.
- Az egykori külszíni bauxit bányászat maradványa, hogy a talaj vörös. Továbbá felszínre kerültek olyan kőzetek, állati maradványok, amelyek sokak számára vonzó. A környékben ez egyedülálló jellegzetesség.
- A Vértes Vendéglő konyhája közkedvelt. Vadételeket és tradicionális sváb ételeket készítenek. Továbbá otthont adnak számos rendezvénynek, illetve van lehetőség szállásfoglalásra is náluk.

Humán potenciál

- KSH 2011-es felmérése szerint Gánton élők több, mint fele tartozott a 15-39 és a 45-59 korosztályba. 861 főből 244 fő, illetve 310 főt soroltak a fent említett korcsoportokba. Ők azok, akik életkorukból adódóan aktív munkavállalásra képesek. A gazdaságilag aktív népesség arányát tekintve Gánt, Fejér vármegyében a közép mezőnyben helyezkedik el.
- A foglalkoztatottak száma 312 fő volt, a munkanélküliek száma 30 fő volt és az inaktív keresők száma 379 fő volt, a 2011-es felmérés alapján.
- A KSH 2011-es felmérése szerint 819 főből 56 fő rendelkezett diplomával. A legtöbb, 255 fő, legmagasabb iskolai végzettsége a befejezett 8. általános volt. Azonban Gánton, a legalább érettségivel rendelkezők aránya a 18 éves és annál idősebb népességben, Fejér vármegyei szinten kimagasló.
- A településen az oktatás óvodás kortól német és magyar nyelven történik. Így a helyi lakosok többsége rendelkezik idegennyelv ismerettel (2011. Évi népszámlálás, 2013).

Infrastruktúra

- Keresztül halad a településen a 8123 -as számú főútvonal, amely összeköti Tatabányát Székesfehérvárral. Ez által a településen nagy az átmenő forgalom, amely előnyt jelenthet a helyi vendéglátóknak. Ugyanakkor a helyiek könnyen megközelíthetik a két említett várost, illetve az M7 és M1-es autópályát.
- A település minden utcája aszfalozott és közvilágítással ellátott.
- Gánton az internet és a telefonhálózatok jól működnek. Azonban a környékben, illetve Gánt- Bányatelepen, Vérteskozmán és Kőhányáson sem internet sem mobilhálózat nem működik. A hegyek leárnyékolják a hálózatokat.

Helyi gazdasági vezetés

- Az elmúlt évek során a helyi vezetés, a magyar állam által fejlesztés céljából kiírt legtöbb pályázatot elnyerte. Ezeknek köszönhetően felújították a középületeket, két utcát, Geológiai Látogatóközpontot hoztak létre, illetve felújításra került a köztér és egy modern játszótér épült a gyerekek számára.

Kulturális tényezők

- Gánt a német kultúrához, a sváb hagyományokhoz köthető. A legtöbb helyi szervezésű rendezvény témáját is ez adja.

- A falu a szokásait, tradícióit aktívan ápolja, amelynek közösség építő hatásai is megfigyelhetőek.
- Aktív partneri kapcsolatot ápolnak Eschwege-vel, a németországi testvértelepüléssel.

Szolgáltatások

- A településnek saját háziorvosa és védőnője van.
- A településen bölcsődei, óvodai, és általános iskola 4. osztályáig iskolai nevelés folyik.
- Helyi kisebb vállalkozások, az oktatási intézmények, szociális otthon, a Vértes vendéglő és a Dolomit Kőbányászati Kft. biztosít munkalehetőséget.

2.6.4.2 Kommunikációs mix

- A PR tevékenység legnagyobb részét a település lakói végzik.
- A falu aktívan képviselteti magát mind a megyei, mind az országos szinten rendezett német nemzetiségi eseményeken, a dalkör és a táncsoportok révén.

2.6.5 Vevők, célcsoportok

A település vevőit négy csoportra lehet bontani. Az első vevőkör a város saját lakossága. Ők a legfontosabbak. A második csoportba tartoznak az ügynevezett operátorok, akik olyan gazdasági szakemberek, akik telephelyet keresnek és így, tőkét visznek be a településre. A 3. csoportba tartoznak azok, akiknek rendelkezésükre áll a tőke és így hatalmukban áll azt helyi fejlesztésekre fordítani. A 4. csoportba pedig a fogyasztók tartoznak. Ők állhatnak az állandó lakosokból is, de lehetnek turisták vagy egyéb látogatók is. (Tózsá, 2011)

Tulajdonképpen egy ilyen adás-vétel során a vevő bizalmat vesz. Bízunk benne, hogy az adott településen megéri neki lakni, vállalkozást indítani, odautazni, beruházni. Tehát hisz a település kínálatában, képességében, értékében és alkalmasságában. Egy szóval hisz a kompetenciájában. (Tózsá, 2011)

2.6.6 Kompetencia marketing

A kompetencia marketing a különös képességekre, erőforrásokra, erősségekre és az abból származó eredményekre támaszkodik. Ezek erősítése versenyelőnyhöz juttathatják a vállalatot. A települések esetében is jól alkalmazható ez a szemlélet.

A településmarketing feltárja a régió és a település versenyelőnyeit, vonzerejét, majd ezeket az információkat kommunikáció segítségével eljuttatja a célcsoportokhoz. Területi fejlesztések segítségével pedig a már meglévő kompetenciákat erősíti. A településmarketing egyik egyedisége, hogy a „termékek”, az az a települések hierarchikusan épülnek egymásra. A

különböző városok és települések versenyeznek egymással, ugyanakkor célszerű ezek kooperációja is. Például a megyék együttműködnek azért, hogy a régió egy másik régióval szemben jobb színben tűnjön fel. Ugyanakkor, a megyék közötti anyagi források szétosztása esetén újra versenytársakká válnak. Ebből következően a települések marketingje is összetett. Az azonban bizonyos, hogy a kompetencia marketing alkalmazása sikeres lehet mind a kis települések, mind a régiók, sőt az országok esetében is. Azok a települések, régiók sikeresek, amelyek a kompetenciáikat hatékonyan felhasználják és fejlesztik. Továbbá folyamatosan kínálatot nyújtanak. (Piskóti I. , 2012)

A kompetenciák jellegükből adódóan 3 féle csoportot képeznek. Mégpedig az alapkompenciák, a funkcionális kompetenciák és a mag kompetenciák.

Az alapkompenciák, olyan értékek, amelyek egyszerűen jelen vannak a település életében, mindenféle beleavatkozás nélkül. Mint például természeti adottságok. De ide tartoznak azok az értékek is, amelyet az ember alkotott, kihasználva és esetleg tovább fejlesztve a már meglévő adottságait. Ilyen lehet a kultúra, a gazdaság. A funkcionális kompetenciák közé sorolható minden olyan intézmény, amely valamely szolgáltatást nyújt, mint például egy egészségügyi intézmény. És végül, ami a többi településsel szemben a legnagyobb versenyelőnyt nyújtja, az a magkompetencia. Ez a településre jellemző olyan egyedi jegy, amire érdemes a marketing stratégia alapjait fektetni. Például egy egyetem, vagy valamilyen építészeti vagy természeti adottság (Piskóti I. , 2012).

Gánt magkompetenciája, amely a környező településekkel szemben versenyképessé teszi, a természeti adottságokból áll, illetve a településen élő hagyományokból. A német nemzetiségi kultúra és az aköré szervezett helyi rendezvények kiemelkednek a környező településekhez képest.

2.7 A településmarketing felépítése

Tózsza István (Tózsza, 2011) a településmarketinget 4 területre csoportosította. Ezek összesége az adott települést vagy régió eladhatóságát növelik.

2.7.1 Érték audit

Ez adja az alapot a további marketing tevékenységhez. Az audit során felmérésre kerülnek a település adottságai, az értékei, és minden, amit kínálni tud. Ugyanakkor az esetleges negatív tulajdonságok is feltárássra kerülnek. Csak úgy, mint egy termék esetében, amit eladni akarunk, itt is jó tudni a pozitív és a negatív jellemzőket. Továbbá fontos a legközelebbi versenytársak auditálása is. Az érték audit magában foglalja a szegmentációs tevékenységeket is. Hiszen az

értékek feltárásának segítségével már körvonalazódik, hogy kik lehetnek a célcsoportok és ennek megfelelően lehet alakítani a település arculatát. A települések közötti kapcsolatok feltárása is fontos része az auditnak. Mind a kulturális, mind a gazdasági kapcsolatok fontosak a kereslet meghatározásához. (Tózsza, 2011)

Gánt esetében a német nemzetiségi hagyományok ápolása több szempontból is a pozitív tulajdonságokhoz sorolandó. Egy részt közösség megtartó ereje van, másrészt a német nemzetiségi önkormányzat kapcsolatokat tart fenn, más német nemzetiségű falvakkal. Amelynek gazdasági hatása is van. Továbbá, ennek köszönhetően a település aktívan képviselteti magát a kulturális eseményeken és ő maga is otthont ad nemzetiségi rendezvényeknek. Pozitív oldalt erősíti még a környezeti elhelyezkedés.

A negatív oldalon pedig a szolgáltatások alacsony száma, és az elöregedő falu helyezkedik el.

2.7.2 Imázs audit

Még mielőtt a stratégia kidolgozásra kerülne, meg kell vizsgálni, hogy a területről milyen vélemény alakult ki az ott lakókban, illetve a külső szemlélőkben. Az imázs kialakulása az egyénben az érzékszerveken keresztül történik. Minden személynek van már egy előzetes értékrendje, ami alapján eldönti, hogy ez az észlelés számára jót vagy rosszat jelent. Ebből következően az imázs a vásárlási döntéseket is befolyásolja. Tehát egyáltalán nem elhanyagolható. És szükséges, hogy ne csak a külső szemlélő számára legyen az adott település vagy régió imázsa pozitív, hanem a már ott lakóké is. És a kutatások során az ő véleményük is nagyon fontos. Sőt ennek segítségével az esetleges torzítások is elkerülhetőek. Hiszen gyakran a településen élő egészen mást tart fontosnak és pozitívnak, mint az, aki csak rövid ideig tartózkodott ott. Márpedig a kutatások során célszerű a torzítások elkerülése, hogy minél hitelesebb képet kapjunk. (Piskóti I. , 2012)

A település imázs négy területre tagolódik: lakóhelyi, szolgáltatási, turisztikai és viselkedési vagy önismereti imázs. (Tózsza, 2011).

2.7.3 Tevékenység audit

A tevékenységek négy szempont szerint vizsgálhatóak: gazdasági, turisztikai, PR és infrastruktúra.

A gazdaság fejlesztéséhez szükséges az alapok biztosítása. Ilyen például az információ áramoltatása a telephelyekről, vagy a munkaerőről és annak képzettségéről, helyi jogszabályokról, továbbá a már korábban említett önkormányzati kapcsolatokról. (Tózsza, 2011)

A turisztikai tevékenységgel azokat az egyéneket célozzák meg, akik kívülállóként szemlélik az adott települést, csak rövid ideig tartózkodnak ott. Éppen ezért a külső imázs tudja számukra a települést vonzóvá tenni. A jó benyomás érdekében, fontos azon területek fejlesztése, amit ők a rövid idő alatt érinthetnek. Ilyen például a vendéglátó és szállásadó szolgáltatások. Szerepük ugyanolyan fontos, mint a befektető vállalkozóké, mert a város hírnevét ők viszik tovább. Így mint egy kommunikációs eszközként is működnek. A személyes ajánlások pedig mindig nagyobb értékkel bírnak egy döntéshozatalban, akár egy befektető számára is. (Tózsza, 2011)

A PR tevékenységek esetében nagyon fontos, hogy az a célcsoportnak megfelelően differenciált legyen. Több kommunikációs csatornát is érdemes bevonni ebbe a tevékenységbe, attól függően, hogy kit akarunk megszólítani.

Végül az infrastruktúra tevékenység az, ami minden szereplő részére ugyanolyan fontos. Ezért érdemes energiát fektetni bele, hogy azzal mindenki elégedett legyen. Egy befektető számára ugyanolyan fontos, hogy a különböző szolgáltatások jól működnek-e, mint az otthagóknak vagy a turistáknak.

2.8 Identitás szerepe a településmarketingben

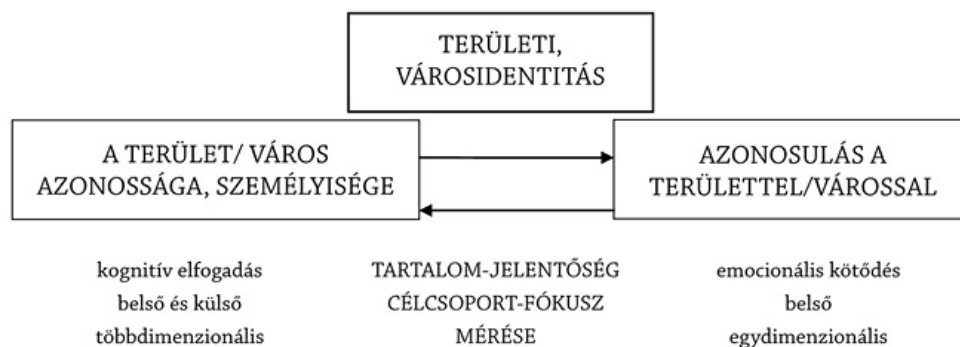
Mint azt Gánt történeti részénél ismertettem, a település közösségének magját, német származású lakosság alkotja. A közös eredet és a közös nyelv már meghatározza a „mi” érzését, az összetartozás élményét. Ebből eredendően hasonló gondolkodású egyének alkotják a közösséget. Akik együtt is gondolkodnak és az értékrendjük hasonló (Bindorffer, 2001). A településmarketing legfőbb célja a társadalmi jólét. Tehát, a különböző marketingeszközökkel elérni azt, hogy a lakosság életminősége, életszínvonala emelkedjen. Ennek egyik elérési módja pedig a már meglévő erősségekre való építés. (Piskóti , Dankó, & Shupler, 2002)

Lukovics Miklós (2014) a tanulmányában rámutat arra, hogy egy település, illetve egy régió versenyképességét nagy mértékben meghatározza, hogy a térségben élő lakosság mennyire összetartó, hogy a társadalmi kohézió milyen mértékű. Egy település vagy régió személyiségének alapját az képezi, hogy milyen mértékben lelhető fel a térség és a lakók közötti harmónia, mennyire tudnak eggyé válni (Lukovics , 2004). Ennek alapján egy település erősségei közé tartozik az összetartó közösség és az identitás.

Piskóti (2012) szerint az identitás a márkaépítés alapját képezi. A városidentitás fogalmát két különböző oldalról közelíti meg. Az első megközelítés az ismeretekre támaszkodik. Ahol a középpontban az áll, hogy a kapott információk alapján, az egyének milyen képet alkotnak magukban a térségről. Itt a fókusz azon van, hogy a település vagy régió milyen

megkülönböztető és beazonosítható személyiségjegyeket kap. Ennek eredményeit a településmarketing külső (turisták, befektetők, kormányzatok, országos szint) és belső célcsoportjai (helyi lakosok, civil szervezetek, önkormányzatok) között mérhetjük. Mivel a két célcsoportnak a településhez való viszonya eredendően különböző, illetve a településre vonatkozó döntéseiket is más – más nézőpontból hozzák meg, ezért nyilvánvaló, hogy eltérő személyiségképet alkotnak a településről is. Más lesz az identitásuk. Továbbá, maga az identitás is sok szempontból értelmezhető. Így megkülönböztethetünk például gazdasági és kulturális identitást. (Piskóti I. , 2012) Gánt esetében elősorban kulturális identitásról beszélhetünk. Hiszen, egy Magyarországon kisebbségben élő közösség tagjaiból áll a település lakossága. A német nemzetiségi közösséghez való tartozás pedig a közös kultúra, a tradíciók ápolása által kerül kifejezésre. Ezáltal a népcsoport megéli az összetartozás élményét (Bindorffer, 2001). Ez különböző hagyomány őrző rendezvényeken való aktív részvételt, illetve a településen való megrendezését jelenti. Ebből kifolyólag a lakosság hétköznapijait különböző, német nemzetiségi kultúrkörhöz tartozó tánc-, és kóruspróbák színesítik.

A városidentitás másik megközelítésében a fókusz azon van, hogy az egyén milyen mértékben kötődik a településhez. Hogy mennyire tud azonosulni a területtel, mennyire érzi magát a közösség tagjának. Tulajdonképpen ez a nézőpont képezi a városidentitás alapját. Hiszen a területről kapott kellő ismeret és tapasztalat nélkül nem tud kialakulni az egyéneken a területhez való kötődés, az azzal való azonosulás, esetleg a lokálpatriotizmus. (Piskóti I. , 2012)



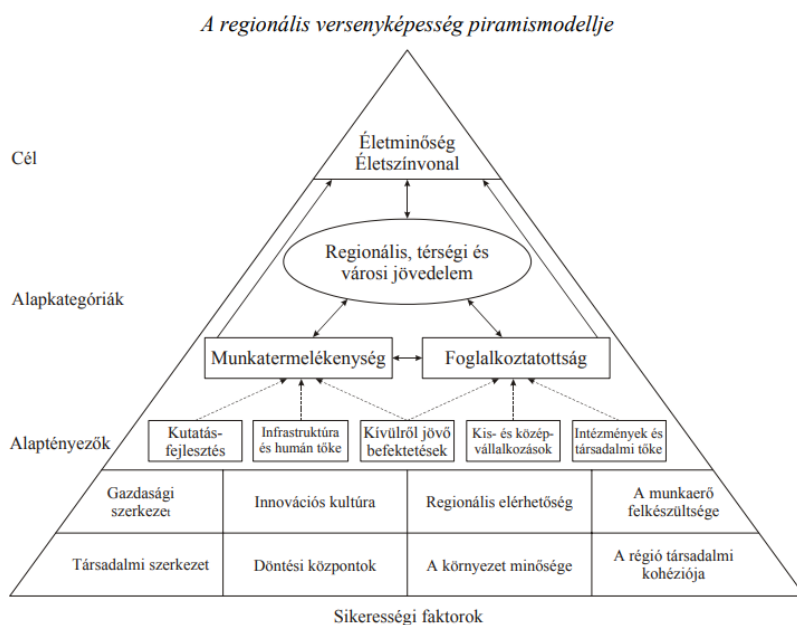
1. ábra: Az identitásfogalom kettőssége

Forrás: Piskóti I. , 2012, old.: 298

Mint az a fenti ábrán (1. ábra) is látható, a kétféle megközelítés egymásra hatással van. Ez abból ered, hogy azok a személyek, akik azonosulni tudtak a településsel, akik azt magunkénak érzik, tulajdonképpen ők végzik a település PR tevékenységét. Hiszen ezek a személyek viszik tovább

a település hírnevét, és hozzájárulnak ahhoz, hogy az milyen személyiségjegyeket kap. Továbbá ez a közösség aktívan részt vesz a település arculatának kialakításában is. (Piskóti I., 2012). Mint ahogy Lukovics (2014) említette, a versenyképesség meghatározó alapköve az összetartó közösség.

Hasonló következtetésre jutott Lengyel Imre (2000) is, aki megalkotta a regionális versenyképesség piramismodelljét, amely a következő ábrán szerepel. (Lengyel, 2000)



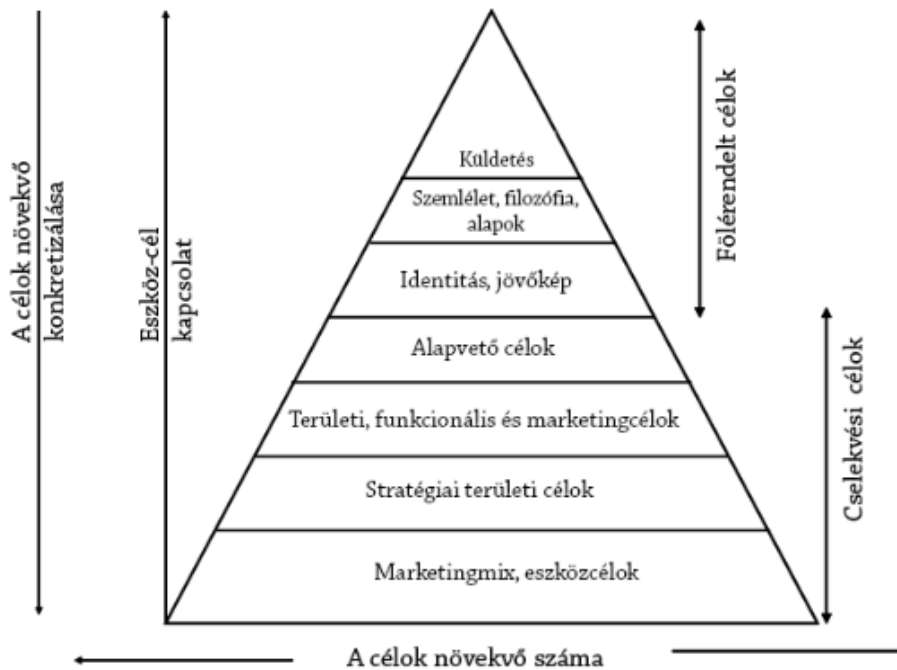
2. ábra A regionális versenyképesség piramismodellje

Forrás: Lengyel, 2000, old.: 979

Az 2. ábra alsó részében a sikerességi faktorok szerepelnek. Ezek a tényezők hosszú távon járulnak hozzá egy terület sikerességéhez. Az alaptényezőktől és az alapkategóriáktól merőben eltérnek, mert ezekre a gazdasági fejlesztés közvetlenül nem hat. Ezen fontos társadalmi, gazdasági, környezeti és településszerkezeti tényezők között szerepel a régió társadalmi kohéziója.

A piramis következő szintje, az alaptényezők, viszont már olyan gazdasági tényezőket tartalmaznak, amelyek fejlesztése, a területen lévő vállalatok sikerességéhez járul hozzá, mégpedig rövid távon. Ezekre épülnek az alapkategóriák, amelyek közvetlenül hozzájárulnak a településmarketing végső céljához, az életszínvonal és minőség emelkedéséhez. (Lengyel, 2000)

Piskóti (2012) hasonló módon alkotta meg a célrendszert és tette szemléletessé a belső összefüggéseket.



3. ábra A célrendszer belső logikai összefüggéseinek modellje

Forrás: Piskóti I. , 2012, old.: 130

A 3. ábra legfelső szintjén a Településmarketing küldetése áll, amely nem más, amint az ott lakók számára a jólét biztosítása. Ez a legfőbb cél, amely négy részből tevődik össze: gazdasági-, közösségi-, kulturális-, és környezeti, ökológiai jólét. Tehát, amennyiben ezeket az alcélokat sikerül adott mértékben elérni, úgy sikerülhet a küldetés elérése is, azaz a jólét elérése. Ezek a célok egymásra is hatással vannak. Az egyik a másokra épülhet, de ugyanakkor az is előfordulhat, hogy a két célt egyszerre nem lehet megvalósítani. (Piskóti I. , 2012) A négy terület körül kiemelném a közösségi jólétet. Ez magába foglalja a társadalmi kapcsolatok építését, továbbá az identitás erősítését, a helyhez és a közösséghez való kötődés mértékének fejlesztését. Amennyiben egy településen nem megfelelő a társadalmi összetartozás mértéke, úgy a további célok sem érhetőek el, hiszen azokhoz nagyfokú társadalmi együttműködésre van szükség (Piskóti I. , 2012).

A harmadik ábrán (3. ábra) szereplő 7 szint, két fő csoportra bontható: a cselekvési célokra és a fölérendelt célokra. Amennyiben a piramis alsó részén található cselekvési célok nem valósulnak meg, úgy a fölérendelt célok sem érhetőek el. A 3. ábra jól szemlélteti, hogy a végső

cél eléréséhez, azaz a jólét megvalósulásához, szükséges a jövőkép kialakítása, illetve az identitás meghatározása. (Piskóti I. , 2012)

Fontos, hogy a különböző célcsoportok hiteles képet kapjanak a településről, ezt pedig leginkább a már említett közösség tudja elérni, aki önmaga is pozitív érzelmeket fűz az adott terület és közösség iránt. Ez által az imázs által van lehetőség az adott célcsoportot megnyerni. Azonban az is elérendő cél, hogy a terület más területhez képest megkülönböztető jegyeket tartalmazzon. Tehát érdemes minden olyan pozitív értéket és tulajdonságot kihasználni, amely megkülönböztet minket más területektől. Ez esetben az identitás tudatos építéséről van szó, amely nem más, mint a terület márkájának kialakítása. (Piskóti I. , 2012) Gánt esetében, egyértelmű megkülönböztető jegy a német nemzetiségi kultúra ápolása. Amely nem csak a civil szervezetek tevékenységeiben (dalkör, tánccsoport, kitelepítettekkel való kapcsolattartás) jelenik meg, hanem a közigazgatás terén is. Hiszen a faluban Német Nemzetiségi Önkormányzat tevékenykedik, amelynek köszönhetően német nemzetiségi programok megszervezésére kerül sor, illetve a német nyelv oktatására nagy hangsúlyt fektetnek. Már a bölcsődében megjelenik a német nyelv oktatása és ez folytatódik a településen egészen általános iskola 4. osztályáig.

További értékes megkülönböztető jegy a település elhelyezkedése, természeti adottságai és az ebből adódó előnyök, mint például a turisztika, vadászat és bányászat.

2.8.1 Helyidentitás

Berze és Dúll (2021) kutatásaik során arra a következtetésre jutottak, hogy az egyének és a környezetük között egy kétoldalú kapcsolat alakul ki. Az egyén számára a hely olyan fontos szerepet tölthet be, hogy az, az identitásának a részévé válik, és így, a személy viselkedésének egyik befolyásoló tényezője lesz. Ezt a kétoldalú kapcsolatot hívjuk helyidentitásnak (Berze & Dúll, 2021).

A Corporate Identity (területek identitása) olyan versenyelőnyt jelent a többi településsel szemben, amely magában foglal minden megkülönböztető vonást, amelynek okán érdemesnek érezhetik a különböző célcsoportok az adott település választását. A CI fejlesztése stratégiai feladat, amely során törekedni kell, arra, hogy a terület kisugárzásával azonosulni tudjanak a különböző célcsoportok. Továbbá fontos, hogy a belső körökben a bizalom és a hitelesség legyen mérvadó, illetve pozitív kép alakuljon ki a térségről, mindezt az egyedi tulajdonságok kiemelésével (Törőcsik, 1995)

Piskóti (2015) az identitás fogalmát kognitív és emocionális oldalról közelíti meg. Az első megközelítés azt a képet takarja, amely az emberek fejében alakul ki a hellyel kapcsolatban. Ez esetben a terület beazonosítható személyiségjegyeket kap. Mértékét az attitűddel mérhetjük. A második megközelítésben pedig nem maga a település áll a fókuszban, mint az előző esetben, hanem az ottlakók. Azt vizsgálja, hogy milyen mértékű a kötődés a település és a helyi lakosok között (Piskóti I. , 2012)

2.8.2 Helykötődés

A helykötődés egy érzelmi kapcsolat a hely és a személy között (Hidalgo & Hernández, 2001). A helyidentitás kialakulásának egyik alapvető feltétele a helykötődés. Scannel és Gifford (2010) szerint a helykötődésnek 3 dimenziója van: a személy, a pszichológiai folyamat és maga a hely. A kötődés egyéni és társas szinten is megjelenhet. Erősebb a kötődés azokhoz a helyekhez, amelyekhez ismeretek, pozitív emlékek fűződnek. Az egyén életében fontos szerepe van ennek a kötődésnek. Biztonságot és támaszt nyújt a személy számára a céljai eléréséhez., továbbá a túlélés esélyét növeli (Scannell & Gifford, 2010).

A helyhez való kötődés mértéke mérhető, mégpedig az egyén érzelmei alapján, illetve, hogy a településen belüli szociális közegben milyen mértékben vesz részt. Ezek alapján lehet következtetni arra is, hogy az adott személy milyen mértékben érez késztetést a település elhagyására, vagy épp az ott maradásra (Rivlin, 1982) Hernández és társai (2007) kutatásaik során arra a következtetésre jutottak, hogy az a személy, aki erősebb kötődéssel rendelkezik, tovább marad ugyanazon a településen (Hernández, Hidalgo, Slazar-Laplace, & Hess, 2007)

2.9 SWOT elemzés

A településmarketing során összegyűjtött adathalmazt érdemes valamilyen módon strukturálni abból a célból, hogy azokat értelmezni, majd felhasználni lehessen. A legismertebb módszer a SWOT analízis, amely tulajdonképpen egy mátrix, ahol az erősegek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek kerülnek felsorolásra. Faragó László (Faragó, 2001)megfogalmazása szerint a SWOT analízis *„A helyzetértékelés jól strukturált összefoglalási módszere, amely segít a megállapítások rendszerezésében és szelektálásában. Tulajdonképpen a főbb jellemzőket kiemelő leírást, diagnózist ad a helyzet értékelésében árnyaltabban megfestett képről.”* (Faragó, 2001, old.: 3.).

A SWOT lényegében magában foglalja a stratégiaalkotás lehetőségét. Ugyanis a meglévő helyzetértékelést összekapcsolja a célokkal és a prioritásokkal. Ahhoz, hogy ez az analízis hasznunkra váljon, fontos, hogy a megfelelő helyre a megfelelő tényezők kerüljenek., amelynek

eldöntése olykor nem egyértelmű. Továbbá, nem elegendő csak a mezők kitöltése, hanem ezek összefüggéseit is meg kell vizsgálni és értelmezni kell azokat. Ez maga az analízis. (Faragó, 2001)

A SWOT vagy magyarosítva GYELV, 4 fő szempont szerint csoportosítható:

- Belső tényezők. Ezekre van az önkormányzatoknak, városvezetőknek ráhatása. Ide kerülnek az erősségek és a gyengeségek.
- Külső tényezők, amelyekre nincs közvetlen ráhatása a városvezetésnek. Ide kerülnek a lehetőségek és a veszélyek. A lehetőségek szó helyett az „esély” szó jobban kifejezi, hogy ebbe a mezőbe milyen adottság kerülhet. (Dr. Papp-Váry, 2011)

Gántra vetítve a SWOT analízis a következőképpen néz ki:

Erősségek	Gyengeségek
Vonzó környezet, turisztikai látványosságok	Csend és nyugalom megzavarása a turisták által
Magas színvonalú vendéglátóegységek	Monopolhelyzet kialakulása a bevásárlást, és a vendéglátó, szálló tekintetében
Turizmus által nyújtott lehetőségek a fejlesztésre	Kiépített kerékpárút hiánya
Összetartó közösség	A beilleszkedés idegenek számára nehézkes
A települést körülvevő erdőgazdaságoktól adóbevétel	Kevés terület az ipari terjeszkedésre
Könnyű megközelíthetőség	Nagy az átmenő forgalom, amely a nyugalmat és csendet zavarja. házak állagának rovására megy – a falak repedeznek.
Német nyelv és kultúra oktatása óvodás kortól	Nincs angol nyelvoktatás
Nemzetiségi hagyományok ápolása	Helyi rendezvények a nemzetiségi kultúrkörhöz kapcsolódnak.
Kapcsolatok más német nemzetiségi településsel	
Német nemzetiségi önkormányzat működése	
Lehetőségek	Veszélyek
Vásárlóerő növelése	Hivatali ügyek helyben történő intézésének megszüntetése
Kerékpárút kiépítésére irányuló pályázatok	Oktatási intézmény megszüntetése a kis létszámmra hivatkozva

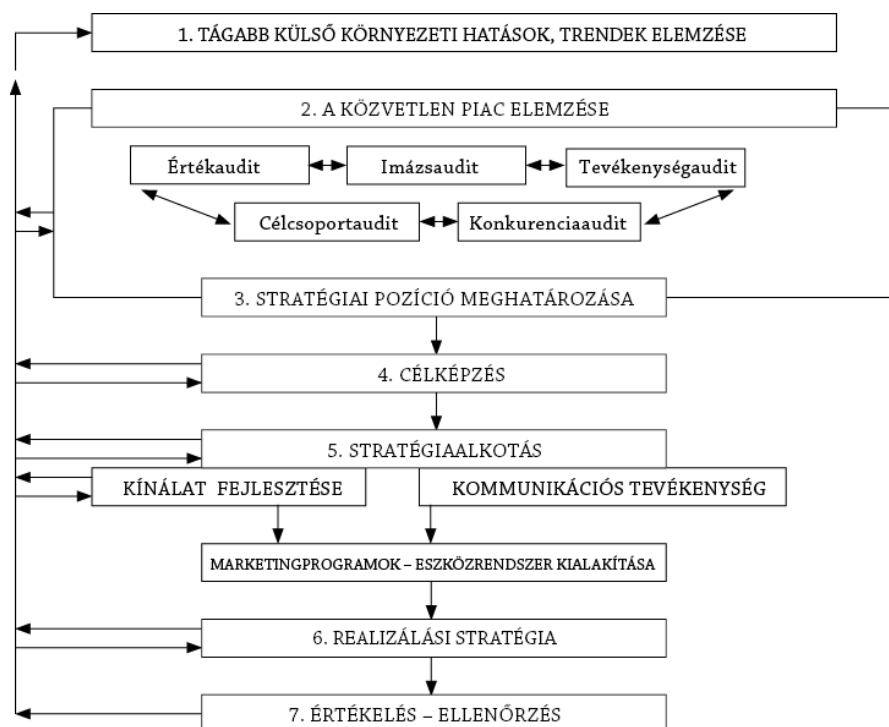
Német tulajdonú cégek számára munkaerő lehetőség	Adóból származó bevétel mértékének csökkentése/ megszüntetése az állam által
Új lakhelyet keresők számának növekedése	Lakosság előregedése
Nemzetiségi kisebbségeket érintő pályázatok	Nemzetiségre vonatkozó törvények megváltoztatása

Az analízisből kitűnik, hogy a településnek két nagy erőssége van, amely alapja lehet a további fejlesztéseknek is. Ez a kettő pedig a természeti elhelyezkedés, és a német nemzetiségi identitás. Előbbi, illetve az erre épülő fejlesztések, lehetőséget nyújtanak arra, hogy új emberek ismerjék meg a települést. Esetleg visszajáró vendégek legyenek, amellyel a keresletet növelhetik a helyi vendéglőkben, boltokban. Azonban nem csak, mint turista térhetnek vissza, hanem mint leendő helyi lakosok. Emelve ezzel az amúgy alacsony lélekszámot. Az új otthont keresők, korosztálytól függően, esetleg csökkenthetik az előregedés veszélyét. A helyi lakosok számának növelésével az olyan veszélyek is redukálódhatnak, mint például a hivatal vagy az oktatási intézmények bezárása a kis létszám miatt.

A település német nemzetiségi eredete pedig lehetőséget nyújt partneri kapcsolatok kiépítésére, amelyet a település már most is gyakorol. Ez a fajta összefogás gyakran pozitív hatással van például egy-egy pályázat elnyerésében. Ugyanakkor a lakosság számára előny a német nyelv ismerete. A hagyományok ápolása pedig egyrészt megkülönbözteti a települést a környező, magyar lakta településtől, másrészt közösség alkotó ereje van, amely az ott lakók jólétéhez járul hozzá.

2.10 Összegzés

A fentiek során láthattuk, hogy a településmarketing egy összetett folyamat. Sikeressége pedig nagyban múlik a kellő alaposággal összegyűjtött információktól, és azok megfelelő strukturálásától. A marketing folyamat eredménye pedig összességében egy olyan település, ahol szeretnek az ember lakni, a vállalkozók beruházni, a tőkével rendelkezők fejleszteni. A 4 ábra jól szemlélteti a marketingeszközök folyamatait és összefüggéseit. (Piskóti , Dankó, & Shupler, 2002)



4. ábra: A területi marketing stratégiai tervezési, realizálási folyamata

Forrás: Piskóti , Dankó, & Shupler, 2002,old.:53

3. Anyag és módszertan

Kutatásom célja, a gánti lakosok a településhez fűződő identitásának megismerése továbbá, hogy a közösség helyhez való kötődése hogyan hat ki a település imázsára, fejlődésére. Illetve a település milyen mértékben játszik szerepet az ott lakók életében. Melyek azok az értékek, amelyeket a helyi lakosok előnyben részesítenek, és mely területek szorulnak még fejlesztésre. Mik azok a faktorok, amelyek az ottlakókat maradásra készítetnek, illetve új lakókat vonzanak.

Mint ahogy a Gánt története részben bemutatásra került, a településen német nemzetiségi közösség él. A 2011-es népszámlálás adatai szerint 861 fő volt a falu lakosainak száma. Ebből 176 fő vallotta magát német nemzetiségű lakosnak. A helybeli lakosok több mint 20%-a tartozik a kisebbséghez. Amely Fejér vármegyei szinten is kiemelkedő arány (2011. Évi népszámlálás, 2013).

A kutatás során az alábbi kérdésekre szeretnék választ kapni:

K1: A lakosság településhez köthető identitása milyen szerepet játszik a településmarketingben?

K2: Mely értékeket érdemes kiemelni, és alapul venni a további fejlesztések céljából?

K3: A lakosság német nemzetiségi identitásának mely elemei hatnak a település fejlődésére és hogyan járulnak hozzá a lakossági jóléthez?

K4: Kisebbségi közösséghez való tartozás és a településhez való kötődés között van-e összefüggés?

Kétféle kutatási módszerrel dolgoztam. A kvalitatív és a kvantitatív kutatási módszerekkel.

3.1 Kvalitatív kutatás

A kvalitatív kutatás módszereként, fókuszcsoportban zajló, félig strukturált interjút választottam. A módszer választásának oka, hogy a félig strukturált interjú lehetővé teszi, hogy a téma vezérfonala megmaradjon, ugyanakkor a megkérdezettek, a saját nézőpontjaik és véleményük által színesíthetik és bővíthetik a már meglévőeket. A fókuszcsoport forgatókönyve az 1.számú mellékletben található. Úgy gondolom különösen hatékony ez a módszer az 5-6 fős fókuszcsoportban, mert az eltérő vagy épp az azonos vélemények a téma mélyebb és árnyaltabb megismerését teszik lehetővé. Mivel az interjúalanyok eltérő ismeretekkel, kapcsolati hálóval és a településen megélt tapasztalatokkal rendelkeznek, így az általuk adott válaszok is különbözőek lehetnek. A fókuszcsoportban a témával kapcsolatos érveket és ellenérveket meg tudják beszélni egymással az interjúalanyok. Adott esetben ők és a kutató is kaphat egy újabb perspektívát a témával kapcsolatban. Olyan ötletek, szemléletek

jönnek fel, amelyre önmagunktól nem is gondoltunk volna. Továbbá úgy gondolom ezt a témát azért is célszerű fókuszcsoporthoz vonni, mert az nem csak a személyeket érinti külön-külön, hanem az egész közösséget. A közösen megélt események, szokások, kulturális programok, amelyeket az interjúalanyok egymás előtt is szívesen feltárnak. Ugyanakkor a csoportdinamikának köszönhetően az, aki úgy érzi, a témával kapcsolatban nem érintett, így nem érti, hogy mit keres a megkérdezettek között, könnyen rájöhet, hogy mégis van olyan információja, ami segítheti a kutatást. Hiszen neki is van egy nézőpontja, egy véleménye. Ez akkor működik jól, ha mindenki teret kap és nincs egy „megmondó” ember, aki uralja a fókuszcsoporthoz a saját véleményével. Ennek az egyensúlynak a fenntartása a moderátor feladata.

3.1.1 Mintavétel

A mintavétel során az elsődleges kritérium, az interjúalanyok lakhelyére vonatkozik. Ugyanis a leghitelesebb képet a településen élő emberek véleménye, tapasztalata adja. Ezért a megkérdezettek gánti lakosok közül kerülnek ki.

A Szakirodalmi áttekintés során ismerttettem, hogy a településhez való kötődés korosztályonként eltérő lehet. Illetve a német nemzetiségi identitás erőssége is korosztályonként változó lehet. Ennek okán 3 különböző fókuszcsoporthoz készítek interjút, amely 3 különböző korosztályt érint: a 17-25 évesek, a 25 – 50 és az 50-en felüliek. Azért tartom fontosnak ezt a korosztályonkénti tagolást, mert mind a három csoportba tartozó egyének más-más életfeladattal rendelkeznek, így a településhez fűződő elvárásaik, illetve tapasztalataik is különbözőek.

Egyéb szociodemográfiai ismérvek alapján nem azonosíthatók az emberek, akiket be lehet vonni a kutatásba. Így a megkérdezettek között egyaránt szerepel nő és férfi is.

3.1.2 Helyszín, időzítés

Az interjúk helyszínéül a gánti kultúrházat választottam. Ez az épület otthon ad a településen szervezett rendezvények egy részének, illetve a készülődések, a próbák is ezek között a falak között zajlanak. A termek kellően otthonosak, ugyanakkor tágasak ahhoz, hogy a megfelelő légkört biztosítsák a sikeres interjúk készítéséhez. Mint azt az Identitás szerepe a településmarketingben című részben is ismerttettem, a településmarketing fő célja a településen élők jólétének elősegítése. Ez pedig nemcsak az anyagi javak elérhetőségének biztosítását jelenti, hanem a pszichikai-, lelki jólét és elégedettség érzésének az elérését is. Ennek okán a feltáró interjúk, akár fókuszcsoporthoz, akár egyénileg is érintenek mélyebb, érzelme gazdagabb témákat is. Ezért tartom különösen fontosnak, hogy a megkérdezés során, minden

külső objektum elősegítése azt, hogy az interjúalanyok megnyíljanak és őszinte gondolataikkal hozzájáruljanak a kutatáshoz. Ezért a választott hely mellett szól, hogy a legtöbben ismerik már korábról az interjú színhelyét. Az ismert környezet már egy oldottabb hangulatot tesz lehetővé.

Az időzítés is a fent említett, kevésbé feszélyezett légkört célzott elérni. Ezért a délutáni, kora esti időpontot választottam a megkérdezések időpontjának. (2023.07.08.,17:00) Mégpedig hétköznap. Úgy gondolom ez az az időpont, amikor a lehetőség nyílik nyugodt körülmények között, kellő időt szentelni a téma sok oldalú megismerésére, félig strukturált kérdések által.

3.2 Kvantitatív kutatás

A fókuszcsoportokban végzett kvalitatív kutatás alapját képezte a kvantitatív kutatásnak. A kérdések, már az abból származó előzetes ismeretek alapján fogalmazódtak meg (2.sz. melléklet). A lakosság körében történő megkérdezés standardizált kérdőív segítségével történt, online formában. Ennek köszönhetően rövid időn belül, nagyobb számú tömeget értem el. Továbbá ez a megkérdezési forma lehetővé teszi, hogy a számszerűsített adatokat különböző statisztikai, matematikai módszerekkel elemezzem.

3.2.1 Mintavétel

Csakúgy, mint a kvalitatív kutatásnál, ez esetben is, az alapsokaságot a gántiak képezték. A nem reprezentatív kérdőív, a hólabda-módszerrel terjedt el a célcsoport körében. Ennek lényege a személyes ajánlás, amelynek köszönhetően a kitöltöttség mértéke gyors ütemben nőtt, amely köszönhető a válaszadók előfeltételezett bizalmának. (Gyenge, 2009) Olyan hiteles személyek vettek ebben a folyamatban részt, akik mindennapjaikban maguk is aktívan hozzájárulnak a település jóllétéhez.

3.2.2 Elemzési módszerek

A kérdőív tartalmaz nominális skálát és intervallumskálát. Utóbbi típusnál, jelen dolgozatomban az 5 fokú skálát használtam. Amelynek a középső értéke semlegességet fejez ki és így, a nem kényszerítő skálákhoz tartozik. Hiszen a válaszadónak nem biztos, hogy van határozott véleménye az adott attribútummal kapcsolatban. Ez esetben választhatja a középső értéket (Gyenge, 2009).

A statisztikai módszerek közül használtam a relatív gyakoriságot, az átlagot, a szórást, a Chi² próbát és a korrelációt.

A relatív gyakoriság esetében egy változó különböző értékeit számoltam össze. Majd százalékos formában adtam meg az eredményt.

Két intervallumskála összefüggését a korrelációs együtthatóval vizsgáltam. Első lépésként kiszámoltam az x és az y átlagát. Majd az x-ből kivontam az x átlagot, illetve az y-ból az y átlagot, végül ezeket az eredményeket összeszoroztam. Majd összeadtam a szorzatokat és megállapítottam a n-t, azaz a válaszaim számát. Kiszámoltam a szórást x és y értékekre. Majd a képlet alapján elvégeztem a műveleteteket:

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) \cdot (y_i - \bar{y})}{(n-1) \cdot s_x \cdot s_y}$$

5. ábra Lineáris korrelációs együttható képlete

Forrás: Tóthné, 2007, old.: 42

A Chi² próbát a következő metódus alapján számoltam, két állítás összefüggésének vizsgálatakor. Első lépésként készítettem egy kimutatást a kérdésre kapott adatokból. Ezt használtam, mint mért adat. Majd kiszámítottam a várható adatokat az alábbi metódus szerint: Várható érték=(oszlop végösszeg*sor végösszeg)/összeg. A következő lépésként pedig kiszámítottam a Chi² empirikus, számított értéket az alábbi képlettel:

$$\chi^2 = \frac{\left(|a \cdot d - c \cdot b| - \frac{N}{2} \right)^2 \cdot N}{(a+b) \cdot (c+d) \cdot (a+c) \cdot (b+d)}$$

6. ábra: Chi² próbastatisztika képlet

Forrás: Tóthné, 2007, old.: 8

Kutatásomban 95%-os megbízhatósággal dolgoztam. Ennek alapján, a szabadságfok meghatározását követően kikerestem az idevonatkozó táblázatos adatokat a Chi² eloszlás kritikus értékei közül és összevettem azt a kapott eredménnyel. Ennek alapján megállapítottam, hogy két változó között van-e összefüggés (Tóthné, 2007)

3.2.3 Kutatási kérdések

Mint ahogy az a Vevők, célcsoportok részben említésre került, a településmarketing négy csoportot céloz meg. Ezek közül az első célcsoportba maguk a helybéli lakosok tartoznak. Dolgozatom során én is ennek a csoportnak a tapasztalatait, véleményét és a különböző összefüggéseket kutattam, amely eredményeként következtetéseket tudok levonni. Az előzetes ismeretek alapján, amelyek a szakirodalomból és a fókuszcsoportos interjúkból származnak az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

H1: Akik a településen rokoni szálakkal rendelkeznek, azok nagyobb valószínűséggel tartoznak egy közösséghez.

H2: Akik jobban kötődnek a településhez, azok inkább érzik magukat odatartozónak, tehát gátnak.

H3: A nemzetiségi hovatartozást befolyásolja a lakhely.

H4: Aki büszke a településre, ő nagyobb mértékben ajánlja azt mások számára.

H5: Ha valaki tagja egy közösségnek, nagyobb büszkeséget érez a település iránt.

4. Eredmények és értékelésük

4.1 Kvalitatív kutatás eredménye

4.1.1 Bemutatkozás

Mivel az én fókuszcsoporthajaim tagjai már személyesen ismerték egymást, ezért a név szerinti bemutatkozás minden esetben elmaradt. Ellenben én, mint moderátor ismertettem a kutatásom témáját, illetve a napirendet is. A téma, Gánthoz fűződő kapcsolatok feltárása, a település megítélése, a faluhoz kötődő élmények és érzetek feltárása. Ahhoz, hogy ezt a témát körbejárjuk, kíváncsi voltam a jelenlévők tapasztalataira ebben a témakörben. Illetve jövőbeni terveikre erre vonatkozólag. Elmondtam, hogy minden jelenlévő véleménye fontos, nincs rossz vagy jó válasz. Ismertettem, hogy az fókuszcsoporthos interjú 1-1,5 órán keresztül fog tartani.

4.1.2 Első korcsoport

4.1.2.1 Lakóhely

Az első fókuszcsoporthos interjúm öten vettek részt, akik 17-25 év közötti korosztályba tartoznak. Nemek szerinti eloszlás 4:1 arányban, 4 lány és 1 fiú. Lakóhelyüket tekintve, mindegyik interjúalany gánti lakos, így megfeleltek a mintavétel kritériumának. Azonban 1 fő már többször költözött élete során, így van tapasztalata és összehasonlítási alapja más településsel szemben. A fiatal korra (22) való tekintettel, a falu mellett szóló érvek csak közvetve jelennek meg. Hiszen a szülők, és nem maga az interjú alany, döntöttek a településre való költözésre. Aminek az oka, az ott élő rokonok, családi kötelek. Azonban az már az interjúalany saját tapasztalata, hogy pont emiatt érzi magát a legjobban otthon. A „Gánt” szó hallatán a legtöbben a nyugalom-ra és a csendre asszociáltak.

4.1.2.2 Közösség

A megkérdezettek mindegyikének élnek a településen a szülőkön kívül más rokonaik, például nagyszülők, unokatestvérek. A kapcsolattartás rendszeres, heti és napi szintű. A baráti kapcsolatokra is ez vonatkozik. A kis településnek köszönhetően, a személyes találkozás könnyen megoldható és a leggyakrabban élnek is ezzel a lehetőséggel. De természetesen, amennyiben erre valamiért nincs lehetőség, úgy telefonon keresik egymást, vagy az internet nyújtotta lehetőséget használják a kapcsolattartásra. A csoport tagjai szívesen találkoznak gánti barátaikkal akár más településen is. A közösséget összetartónak érzik. Úgy érzik, hogy számíthatnak a faluban bárkire baj esetén. A községben élő különböző nemzetiségűek között nem érznek különbséget. Itt jegyzem meg, hogy a résztvevők között az öt főből kettő rendelkezik német nemzetiségi felmenőkkel. Három pedig nem, és ők sem érzik magukat a településen hátrányban. Annál is inkább, mert ők is közösség tagjai szerettek volna lenni. Úgy

érik, hogy az óvoda és az iskola segítette őket ebben, mégpedig úgy, hogy különböző módon szerepeltették őket a gánti rendezvényeken.

A három megkérdezett közül kettő érezte egyértelműen azt, hogy benne kialakult lokálpatriotizmus. Ez abban jelenik meg, hogy ők ketten aktívan hozzájárulnak a falu jólétéhez. Például hajtat fognak fellépések előtt vagy épp szemetet szednek, ha arra kéri őket. Megjegyezném, hogy ők ketten rendelkeznek sváb felmenőkkel.

4.1.2.3 Szabadidő lehetőségek

A megkérdezettek mindegyike a túrázást emelte ki, mint szabadidős tevékenység a településen. E mellett aerobic oktatás, néptáncpróba, énekarpróba és könyvtárlátogatás szerepel. Az öt megkérdezett közül ketten, a két legidősebb (22) a szabadidejének többségét már nem a településen töltik, hanem elutaznak a környező városokba, és ott vesznek részt programokon. Azonban véleményük szerint, ezt tudomásul vették, és tudnak ezzel együtt élni, hogy ha intenzívebb kikapcsolódásra, vagy nyüzsgésre vágnak, akkor utazni kell. Azonban örülnének neki, hogy ha a településen részt lehetne venni különböző foglalkozásokon, mint például kézműves programok, vagy hajfonás.

Gánton a szabadidő eltöltésére a Vértes Vendéglő, és a Büfé áll rendelkezésre. Továbbá a kultúrház, amelynek nyitvatartási ideje időszakos.

A lehetőségek közül a legértékesebbnek a túrázási lehetőségeket tartják és ezt is ajánlanák programként idegenek számára. Például értékes időtöltésnek tartják a Bánya Múzeum látogatását és a felszíni bányákban való túrázást.

4.1.2.4 Ünnepek, rendezvények

Az ünnepeket minden megkérdezett egyhangúlag Gánton tölti a családjával, szeretteivel. Gánton rendezvényt szerveznek szinte minden ünnep alkalmával. Húsvétkor locsolóbált rendez az óvoda. Pünkösdkor szintén bálnak ad otthont a Vértes Vendéglő. Búcsúkor (szent Vendel napján) kirakodóvásár, és hintázási lehetőségek vannak. Advent négy vasárnapján meghívott és hazai szereplők műsorát láthatja a közönség, amelyhez a helyiek forraltborral, teával és süteménnyel járulnak hozzá. Továbbá minden évben kaphatnak a résztvevők egy gánti bögrét, amelyen Gánt egy nevezetessége, illetve az évszám szerepel. A megkérdezettek közül 1 fő nem szokott részt venni a faluban rendezett rendezvényeken. Négy fő pedig igen, és ebből kettő fő pedig aktív résztvevője a rendezvényeknek. Ők az előkészületekben és részt vesznek, illetve néptáncolnak, és kórustagok. Úgy érik, hogy elegendő rendezvény van a településen, mert a fent felsoroltakon kívül még vannak olyanok, amelyek nem ünnepekhez köthetőek.

4.1.2.5 *Kultúra, hagyományápolás*

A gánti hagyományok a svábbállal kezdődnek, január 3. szombatján. Mint minden bálnak, ennek is a Vértes Vendéglő ad otthont. Ilyenkor megtalálható az asztalokon a kvircedli és a borleves. Ezt követi a téltemetés, ahol felvonulással, fánkevással, közös táncolással kergetik el a telet. Majd következik a húsvéti ünnepkör, amelyen keretén belül a gyerekek a „Rómába elszállt” harangokat kerepléssel helyettesítik. Él még a nyulazás szokása is: húsvét vasárnap reggelre a nyulak, azaz a fiatal fiúk a lányos házak udvarán rendetlenséget csinálnak, vagy épp elvisznek valamit, például a kerítést az udvarból, így feladatot adva a lányoknak. A jelenlévők közül egy lány elmesélte, hogy ebben az évben náluk a kaput vitték el. Majd húsvétvasárnap a már említett bál, majd ezt követően hétfőn, a locsolkodás.

Május elsejére, virradóra a fiúk a falu központjában, illetve a lányos házaknál, felállítják a feldíszített májfát (máshol májusfa). Pünkösdkor pedig a helyi és a vendégtáncsoportok „kitáncolják”. Miután kidöntötték a fát a fiúk, a kisgyerekek szalagot gyűjtenek róla.

Szeptember első hétvégéjén falunap és bányásznapi rendezvények vannak. Szent Márton napján lampionos, zenés felvonulást rendeznek a település közepén. Szent Barbara napján szintén hasonló felvonuláson lehet részt venni, amelyet a vendéglő forraltborral, teával és az úgy nevezett krampampulival támogat.

A megkérdezettek egyértelműen úgy gondolják, hogy szükség van ezekre a hagyományokra és az ápolásukra. Szerintük ez a falu hírnevéhez hozzájárul.

A két fő, aki jelenleg is aktívan részt vesz a hagyományok ápolásában, úgy érzik, hogy ez hozzájárul a gántias érzéshez. Büszkéek rá.

4.1.2.6 *Hétköznapiak*

A megkérdezettek a tanulmányaikat nem Gánton folytatják. Hiszen erre nincs is mód. Középiskolát általában Székesfehérváron végzik, felsőbb tanulmányokat pedig Budapesten.

Egyhangúlag kijelentették, hogy ők örültek volna, ha az általános iskola 8 osztályát a településen lévő iskolában tölthették volna. Itt ugyanis csak 4 osztály van.

Ugyan még mind az öt megkérdezett a tanulmányait folytatja, de tisztában vannak vele, hogy valószínűleg a településen és annak közvetlen közelében nem találnak majd munkát.

4.1.2.7 Közintézmények, szolgáltatások

Ebben a csoportban résztvevők csak az óvodát, iskolát és orvosi rendelőt veszi igénybe és erről van tapasztalatuk. Az iskolára már fentebb kitértem. De ezt leszámítva elégedettek a helyi lehetőségekkel.

4.1.2.8 Településről alkotott vélemények, települési imázs

A következő, játékos feladatnak több célja is volt. A feladat lényege, hogy egy vaktérkép segítségével útba kell igazítani egy idegent. Egyrészt a feladat jellege kicsit eltér az előző kérdésektől így a figyelmet fenntartja, másrészt kiváló lehetőséget ad arra, hogy a településen lévő legfontosabb pontokat ismertessék. Ilyen épületek, műemlékek kerültek szóba, mint a kitelepítés emlékére állított szobor, a templom, a vendéglő és a forrás.

Gánt megítélése, nehezen ment a résztvevőknek. Egy interjú alany úgy fogalmazta meg, hogy egy kis ékszerdoboz a Vértesben. Majd ezután kifejtették, hogy szépnek találják a települést és a környékét.

Mások faluról alkotott véleményét nem tudták megítélni azonnal. Viszont szintén egy interjúalany elmesélte, hogy amikor ő Székesfehérváron bemutatkozik, akkor sokan kifejezik számára, hogy milyen jó neki, hogy Gánton lakik. Illetve a többiek azt a következtetést vonták le, hogy mivel sok a turista a településen, így biztosan szeretik azt.

Öt pozitív és öt negatív dolog felsorolása tulajdonképpen lehetőséget adott arra, hogy az eddig elhangzottakat összefoglalják. A következő eredmények születtek. Öt pozitív dolog Gánton: nyugodt kis falu, összetartó és kedves közösség, tisztaság és rendezettség, a család, a település fekvése és környezeti adottsága.

Öt negatív dolog Gánton: kevés a választék a boltban, az általános iskolai tanulmányok csak 4. osztályig lehetségesek a településen, a rendezvények szinte csak a sváb kultúrához kapcsolódnak, tömegközlekedéssel nehéz közlekedni, mert nem jók a csatlakozások, illetve a településen keresztül haladó forgalom nagysága.

A jelenlévők egyértelműen ajánlanák a települést mind látogatásra mind odaköltözésre ismerőseiknek és barátaiknak. Érvelésükben a legnagyobb szerepet a település természeti adottságai és az összetartó közösség kapta.

A csoport véleménye szerint Gánt a környező településekkel nem is összehasonlítható. Mert itt a közösség sokkal összetartóbb, mint máshol, illetve a környezet véleményük szerint sehol sem olyan szép, mint itt. Valószínű a településre látogatók is így vélhetik,

4.1.2.9 *Helyidentitás*

A megkérdezettek mindegyike gántinak érzi magát. Egy interjúalany semlegesnek ítéli meg ezt a tényt, hogy ő gánti. Nem tölti el őt sem büszkeséggel, sem szégyenérzettel. Egyszerűen ő ott lakik, és a családja, rokonai is ott laknak. Itt jegyzem meg, hogy ő nem tartozik azok közé, akik a hagyományok ápolásában részt vesznek vagy valaha részt vettek, illetve a rendezvényeken sincs jelen. A fókuszcsoporthoz többi tagját viszont büszkeséggel tölti el, hogy gánti. Ebből ketten korábban a táncsoport tagjai voltak, ketten pedig még mindig aktívan szerepelnek a rendezvényeken. Ők meg is fogalmazzák azt, hogy azért érzik magukat gántinak, mert ehhez a közösséghez tartoznak. Ők tudnak is azonosulni azzal a nézettel, miszerint a gánti hagyományok ápolása fontos érték.

A fókuszcsoporthoz minden tagja el tudja magát képzelni Gánton a későbbiek során. Azonban ketten azt is el tudják képzelni, hogy máshol alapítanak családot és csak egészen idős korukban térnek vissza a településre. A költözés oka minden esetben a tanulmányok, illetve a munkalehetőség.

De a legtöbbször a család és a rokoni szálak idekötik. Továbbá a településen található összefogás és nyugalom.

4.1.3 **Második csoport**

4.1.3.1 *Lakóhely*

A második fókuszcsoporthoz is 5 főből állt és a nemek aránya is megegyezik az első fókuszcsoporthoz arányával. Tehát 4 nő és 1 férfi vett részt az interjúban.

Az első esettől eltérően, a csoporttagok a lakóhelyüket maguk választották. Az öt főből kettő már legalább egyszer elhagyta Gántot, mint lakóhelyet, azonban az évek során visszaköltöztek a településre. Mind a kettőjük azt nyilatkozta, hogy Gánton érzik magukat leginkább otthon. A visszaköltözésük számukra hazaérkezés érzését adta. A településről való elköltözés oka a munkalehetőség és a párválasztás volt. A hazaköltözés mellett pedig az egyik legjelentősebb érv a családi kötelék volt.

A megkérdezettek közül egy fő, a szintén sváb településről, Mórról származik. Ő a gánti származású férje által került a településre. Elmondása szerint, sok hasonlóság van Mór és Gánt között, főleg, ami a hagyományokat illeti, így ő hamar otthonának érezte az új lakóhelyét.

A „Gánt” szó hallatán ugyancsak a csendre és a nyugalomra asszociáltak, de ebben a csoportban még az otthon szó is bekerült a felsorolások közé.

4.1.3.2 Közösség

Minden megkérdezettnek élnek közelebbi és távolabbi rokonaik a településen. Ők úgy fogalmazták meg, hogy abban a szerencsés helyzetben vannak, hogy mindenki mindenkinek a rokona és egyben barátja is. Persze a kapcsolatok mélysége itt is eltérő. A rokonokkal, barátokkal hétköznapi is találkoznak. De az természetes számukra, hogy az ünnepnapokat együtt töltik a családok, akár közös társas játékozással és kirándulással, illetve a rendezvényeken is együtt vesznek részt. Ennek köszönhetően a közösséget összetartónak érzik, ugyanakkor véleményük szerint, ha valaki a közösség tagja szeretne lenni, akkor azt befogadják.

Az öt megkérdezettből háromnál visszavezethető a gánti származás, egészen az 1800-as évekig, illetve a betelepítés időszakáig, amelyről a Gánt története című fejezetben tettem említést. A másik kettő interjúalany esetében is elmondható, hogy már a 3. generáció él a településen.

A faluban élő különböző nemzetiségűek között nem látnak különbséget. Nincs a településen külön magyar és sváb közösség. Aki a településre költözik és be akar illeszkedni őt maguk közé fogadják. Ez a fiatalokra is vonatkozik. Véleményük szerint az óvoda és az iskola nagyban hozzájárul ahhoz, hogy akár a felnőtteket akár a gyerekeket közösséggé kovácsolja. Erre adnak lehetőségek a rendezvényeken való aktív részvétel, illetve a különböző közösségi feladatok.

A megkérdezettek mindegyike lokálpatriótának véli magát. Ez például abban is megnyilvánul, hogy a közösségi életben aktívan részt vesznek. Szerintük azzal, hogy valaki a közösségi életben valamilyen szerepet vállal, az hozzájárul a lokálpatriotizmus kialakulásához. Hiszen, ha valaki már idejét és energiáját szenteli egy cél eléréséhez, az fontossá is válik számára. Úgy látják, hogy a következő generációnál szükséges ez a fejlesztés, de bíznak abban, hogy a szülők példáját majd ők is követik.

4.1.3.3 Szabadidő lehetőségek

Ez a csoport is ugyanazokat a szabadidő lehetőségeket sorolta fel, mint a fiatalabb korosztály. Úgy gondolom, hogy ez az átfedés egy ilyen kis településen elfogadott. Hiszen egy nagyobb településsel ellentétben, itt a különböző korosztályok nem határolódnak el egymástól a szabadidős tevékenységeket illetően.

A fókuszcsoporthoz tartozók tagjai a szabadidejüket a faluban töltik, azonban a legtöbb esetben a ház és kert körüli munkákkal vannak elfoglalva. Azonban szívesen fogadnék, ha lennének olyan szervezett programok is, ahol nem kimondottan a sváb hagyományoké a főszerep. Felmerült a retro estek, illetve a társasjáték estek ötlete. Továbbá, a településen található egy lovarda. Úgy

vélik, örülnének a helyi lakosok, ha ez számukra is nyitva lenne lovaglás céljából (jelenleg többnyire bértartott lovakat tartanak ott és tenyésztés céljából)

A település adta legértékesebb programlehetőség számukra is a túrázás volt és ezt is ajánlanák minden idegennek. Akár a környékben vagy a nem rég felújított Bányamúzeumban.

4.1.3.4 Ünnepnapok, rendezvények

Mint azt már a Közösség témakörénél említettem, a fókuszcsoporthoz tartozók az ünnepnapokat a családjukkal, rokonokkal és barátokkal töltik. Számukra természetes, hogy az ezeken a napokon rendezett rendezvényeken együtt vesznek részt. Ebben a csoportban minden megkérdezett aktívan vesz részt a rendezvényeken vagy azok szervezésében, ezen felül hárman a gyerekeiket is felkészítik a szereplésekre. A megkérdezettek közül egy fő a néptáncot oktatja a gyerekek számára. Ezen felül csoporttagjai között van zenekari tag, illetve táncsoporttag.

A fókuszcsoporthoz tartozók elégedettek a gánti rendezvények számával. Ugyan ők szükségét éreznék olyan rendezvényeknek, amelyek témája eltér a sváb kultúrától. Azonban említésre került, hogy a települést több esemény választja rendezvényének színhelyéül. Például a tájfutást minden évben megrendezik, bevonva helyi lakosokat

4.1.3.5 Kultúra, hagyományápolás

Ennek a csoportnak a tagjai is azokat a gánti hagyományokat sorolta fel, amelyeket az Első korcsoport részénél megismerhettünk.

Mint az már a korábbi témaköröknél megemlíteni kellett, a csoport tagjai aktívan hozzájárulnak a közösségi élethez és a hagyományok ápolásához. Fenn szeretnék tartani és továbbadni a hagyományokat. Ötlekként felmerült, hogy olyan hagyományörző programokat is érdemes lenne szervezni, ahol több generáció is bevonható egyidejűleg. Például a helyi asszonyok megtaníthatnák a fiatalokat a réteskészítésre. Itt említésre került, hogy az iskola lehetőséget ad arra, hogy néprajz óra keretein belül egy-egy sváb recept bemutatásra kerüljön. Így már készítettek smarnit és kvircedlit a gyerekek. Ezt jó iránynak tartják.

Minden megkérdezett életében kisgyermek kortól fontos szerepet tölt be a hagyományok ápolása. Ezt látták felmenőiktől és ezt akarják tovább adni. Büszkék erre. Véleményük szerint ez hozzájárul ahhoz, hogy még erősebben ragaszkodjanak a lakóhelyükhöz és még inkább gántinak érezzék magukat.

4.1.3.6 Hétköznapiak

A megkérdezettek közül ketten Gánt- Bányatelepen dolgoznak jelenleg, hárman pedig Székesfehérváron. Elismerik, hogy Gánton és a közvetlen közelben kevés a munkalehetőség, azonban ők ezzel együtt tudnak élni. Nekik megéri ingázni nap mint nap a lakóhely és a munkahely között. Véleményük szerint, ha városban élnének, akkor is utaznának ennyit, csak akkor nem éreznék ilyen jól magukat. De természetesen örülnének, ha lenne több munkalehetőség a településen, de inkább csak egy kisebb vállalkozásra gondolnának, amely foglalkoztatja a helyi lakosokat, de a nyugalom mégis megmaradna. Jelenleg Gánton a Vértes Vendéglő, az Önkormányzat, az óvoda és iskola, illetve a Szociális Otthon ad munkalehetőséget. Ezek mellett pedig vannak egyéni vállalkozók.

4.1.3.7 Közintézmények, szolgáltatások

A faluban található polgármesteri hivatal, orvosi rendelő, óvoda és általános iskola. Véleményük szerint az orvosi ellátás megfelelő. Külön kiemelték, hogy a házi orvos lehetővé teszi, hogy ott helyben meg lehessen vásárolni az alapvető gyógyszereket. Azonban a hivatali ügyek intézéséhez már el kell utazni Csákvárra, Bicskére vagy Székesfehérvárra. Hasonlóképp a nagyobb bevásárlást is érdemesnek tartják a városban elintézni. De a hétköznapi kisebb bevásárláshoz elegendőnek tartják a helyi boltot.

A helyi posta épp a napokban került bezárásra, a kis forgalom miatt. Így most a helyiek életében ez hiányként szerepel. Illetve ebben a csoportban is említésre került, hogy szerencsés lenne, ha a gyerekek az általános iskola 8 osztályát a településen járhatnák.

4.1.3.8 Településről alkotott vélemények, települési imázs

A vaktérkép ebben a csoportban is elérte figyelem fenntartó hatását. Ebben a csoportban említésre került, a kereszt a hegyen, a kultúrház, a vendéglő és a templom, illetve a Mária szobor.

A megkérdezettek nagyon pozitívan ítélték meg a települést. Természetesen ajánlanák ismerőseiknek, hogy ellátogassanak vagy akár oda is költözzenek a településre. Ugyanazokat az érveket sorolták fel, mint amelyek a pozitív állítások mellett is szerepelnek: barátságos és összetartó közösség, családias légkör, biztonság és rendezettség, közel vannak a nagyobb városok, mint például Székesfehérvár és Budapest, természeti környezet szépsége.

A negatív dolgok között szerepel, hogy hétvégén, főleg a Covid óta nagyon sok a turista. Miattuk az utcában kevésbé lehet parkolni, illetve sok szemét keletkezik. Továbbá nagy az átmenő forgalom, főként nyáron, a Balatonra tartók miatt. A helyi lakosoknak gyakran a közeli

városokba kell utazni ügyintézés vagy munkavállalás okán. Sajnos a tömegközlekedés a hosszú csatlakozási idő miatt nagyon sok időt elvesz az emberektől. Továbbá az ingatlanok árai nagyon magasak a környező településhez viszonyítva.

A község sok mindenben eltér a szomszédos településektől. Egy interjúalany kifejtette, hogy szerinte nagy különbség van egy magyar és egy sváb település között. A sváb települések rendezettebbek, igényesebbek, és tisztábbak véleménye szerint. A környékbeli lakosok és az idelátogatók szemében is Gánt egy tiszta, rendezett falu. A környéken élők azonban nem csak ezt a képet vonják le a településről, hanem azt is, hogy egy összetartó, de sváb közösség, akik nem engednek be maguk közé sok embert. Azonban az átutazók pozitív képet kapnak a faluról. Sokan visszatérnek. Nagy híre van a Vértes Vendéglőnek. Sokan az esküvőjüket is Gánton tartják, amely a szép környezet miatt ideális, illetve a meghitt, frissen felújított templom és a Vendéglő pár száz méter távolságra fekszenek egymástól. (Az interjú ideje alatt is épp nem gántiak esküvője zajlott).

4.1.3.9 Helyidentitás

Minden jelenlévő gántinak érzi magát. Ez megjelenik abban, hogy tesznek a közösségért a szabadidejükben. És abban is, hogy büszkén felveszik a gánti német nemzetiségi ruhát városi környezetben is, ha ilyen jellegű rendezvény kerül ott megrendezésre.

Büszkeséggel és örömmel tölti el az interjúalanyokat, hogy ők gántinak mondhatják magukat.

4.1.3.10 Helykötődés

Az öt megkérdezett közül négyen Gánton képzelik el az egész életüket. Csakis akkor költöznének el egy otthonba, ha már az egészségi állapotuk miatt ápolásra szorulnának. Egy fő pedig úgy gondolja, hogy a párkapcsolata miatt egy időre el fogja hagyni a települést, mint lakhelyet, de idősebb korában szeretne visszaköltözni.

A résztvevőket a településhez kötik a mélyen gyökerező rokoni szálak, az összetartó közösség, a hagyományok és azoknak az ápolása, illetve a település adta lehetőségek szeretete, mint a csend, a nyugalom, a környezet szépsége.

4.1.4 Harmadik csoport

4.1.4.1 Lakóhely

a Harmadik csoport s 5 főből állt és a nemek aránya szintén 3:2. A legfiatalabb megkérdezett 51 pedig 71 éves.

A csoport tagjai közül 1 fő születése óta a településen él. Kettő fő, a házassága által került a településre. Egy fő rövid ideig élt más településen is. Az ötödik fő pedig élete során több országban és több településen is lakott. De mindig visszatért Gántra.

A Gánt szó hallatán a csoport tagjai az otthonra és a családra asszociáltak.

4.1.4.2 Közösség

Minden megkérdezettnek élnek a településen rokonok, akikkel rendszeresen tartják a kapcsolatot. Egy fő elmesélte, hogy 5 évente szerveznek egy nagyobb családi találkozót, ahol legutóbb több mint százan vettek részt. Négy fő családjainak származása visszavezethető a betelepítés időszakába, így már sokadik generáció él a településen.

A közösségi összetartást ez a korosztály is jónak ítéli. Tudják, hogy számíthatnak egymásra. A különböző nemzetiségűek között nem éreznek különbséget. Itt nyíltan kifejezésre került, hogy ez egy sváb település, és aki a közösségbe akar tartozni, annak el kell fogadni a településen élő hagyományokat. Azonban, aki be akar illeszkedni, azt befogadják. Tapasztalatból mondta ezt az a két asszony, akik férjeik által kerültek a településre. Úgy érzik, a fiatalok bevonhatóak a közösségbe. Csak kell valaki, aki összefogja őket. Véleményük szerint ma már nincs akkora érdeklődés a fiatalokban a hagyományok iránt, mint korábban volt.

Mindegyik személy lokálpatriótának érzi magát. Úgy gondolják, hogy ők mindannyian tesznek a közösségért, mindenki a maga módján és lehetőségeikhez mérten.

4.1.4.3 Szabadidő lehetőségek

Itt is azok a lehetőségek kerültek felsorolásra, amely az előző két fókuszcsoport esetén. Számukra ez a lehetőség elegendő. Azonban a régi emlékek felelevenedtek, amikor a kultúrházban csocsóasztal és ping-pong asztal állt rendelkezésre a falu lakosai számára. Véleményük szerint ez most is hasznos lenne a fiatalok számára.

Ez a korosztály is a túrázási lehetőségeket emelte ki a helyi adottságok közül. Megemlézték az áthaladó kék túra útvonalat, a bauxit bányát és a nem rég felújított bányamúzeumot. ahol több filmforgatás is volt már az évek során, illetve a Vértes Vendéglőt.

4.1.4.4 Ünnepek, rendezvények

A csoport tagjai a családjukkal töltik az ünnepeket. Az öt főből hárman aktívan részt vesznek minden rendezvényen és támogatják azt. Egy fő, a megkérdezettek közül, minden egyházi ünnepségre feldíszíti a templomot, ő korábban táncot oktató, a német nemzetiségi önkormányzat elnöke volt.

A rendezvények mennyiségével elégedettek, ugyanakkor megjegyezték, hogy a korábbi években a rendezvények színvonalasabbak voltak. A változást többek annak tulajdonítják, hogy a faluban a polgármester személye megváltozott. A jelenlegi programokat olyan eseményekkel bővítenék, ahol ők, mint idősebb generáció, átadhatnák a hagyományokhoz köthető tudásukat a fiatalabbak számára.

4.1.4.5 Kultúra, hagyományápolás

A csoporttagjai közül korábban mindenki aktívan részt vett a helyi hagyományok ápolásában. Ma pedig már csak hárman járulnak hozzá aktívan a tradíciók fenntartásához. Ketten úgy gondolják, hogy most már nem fontos ez az életükben, de gyerekeiket és unokáikat támogatják az ilyen fajta törekvésekben.

A csoport tagjai egyetértettek abban, hogy fontos a hagyományok ápolása és véleményük szerint is ez hozzájárul a falu hírnevéhez, hiszen az összetartásról mutat egy képet.

A tradíciók ápolása, a már említett három fő számára, természetes módon hozzájárul az életükhöz. Persze ez örömmel és büszkeséggel tölti el őket. Ettől úgy érzik, valami értékeset hagynak hátra. A másik két fő pedig büszke arra, hogy valaha ő is hozzájárult a hagyományok ápolásához, ám ma már úgy vélik nincs kellő idejük, energiájuk erre. Véleményük szerint a hagyományok ápolása hozzá segítette őket ahhoz, hogy a közösséghez tartozzanak és ahhoz is hogy még inkább gántinak érezzék magukat. Itt jegyezném meg, hogy a két főből egy törzsgyökeres gánti lakos, egy pedig a házassága lévén került a településre, de szintén sváb községből.

4.1.4.6 Hétköznapiak

A csoport tagjai közül ketten már nyugdíjasok, 3-an pedig aktív munkavállalók. Közülük egy fő Gánton dolgozik.

A már korábban felsorolt munkalehetőségek mellett, ők is hasznosnak találnának egy kisebb vállalkozást, amely munkalehetőséget ad a helyieknek. A megkérdezettek közül egy fő korábban, a férje elvesztése előtt, egyéni vállalkozóként munkát tudott biztosítani 3-4 helyi lakosnak.

4.1.4.7 Közintézmények, szolgáltatások

A megkérdezettek közül hárman úgy vélik, hogy a posta bezárása számukra nagy hiányt okoz. (Az a három fő, akik a településen töltik az idejük nagy részét) Nehézséget jelent, hogy minden

ügy elintézéséért el kell utazni. Említésre került, hogy korábban a polgármesteri hivatalban is több az ügyfélfogadási idő hosszabb volt és több ügyet lehetett elintézni.

Egy fő megemlítette, hogy a településen hasznos lenne egy olyan üzlet, amely éjjel nappal, de legalább vasárnap is nyitva van. Viszont a többiek úgy gondolják, hogy nincs szükség ilyesmire, mert már megtanultak így élni. Ha pedig hirtelen valakinek valamire szüksége van, akkor a közösség biztosan igyekszik segíteni. Erre példák is hangzottak el.

Az egészségügyi ellátást pozitívan értékelték.

4.1.4.8 Településről alkotott vélemények, települési imázs

A vaktérképen a következő ismertebb pontokat jelölnék be: kereszt, kitelepítési emlékmű, templom, Vendéglő, kápolna, 200 éves fa, forrás.

Az interjú alanyok szerint a falu a környéken a legszebb és legrendezettebb. Bár itt is említésre került, hogy a korábbi polgármester idejében a falu képe szebb és tisztább volt. Akkor, ha kellett a helyi lakosok is aktívan részt vettek a munkálatokban, amely a települést szebbé és rendezettebbé tették. Jelenleg azonban, nyertes pályázatoknak köszönhetően a faluban több helyen építkezés, parkosítás folyik. Azonban, úgy vélik, hogy be kellene fejezni egy felújítást és úgy lépni a következőre. Akkor a falu egy rendezettebb képet kapna.

Ebben a csoportban is döntően úgy vélik, hogy a külső szemlélő a települést pozitívan ítéli meg, hiszen sok látogató vissza-visszatér, ami annak a jele, hogy jól érzik magukat a településen. Az egyik interjúalany a magyarországi és külföldi vadászokat látott vendégül évtizedeken keresztül. Így ő személyesen hallgathatta meg, hogy a települést kívülről szemlélők milyen képet kapnak. Elmondása szerint többnyire pozitívan ítélték meg a falut. Dicsérték a közösség összetartását, a falu rendezettségét, a Vendéglőben kapható finom ételeket, a barátságos légkört és a tájat.

A településen több rendezvény kerül megrendezésre külsős személyek által. Például korong lövő európai bajnokság, vagy a már említett futóverseny. Továbbá a falun több jelzett turistaút, köztük a kék túra is keresztül halad. A motorosok által kedvelt útvonal Gántot érinti, melynek egyik népszerű megállóhelye a település. Ezekből a tényekből a megkérdezettek azt a következtetést vonták le, hogy a nem helyi lakosok pozitív benyomással rendelkeznek a településről.

Az öt pozitív állítás a településről a következők voltak: a környezet szépsége, az összetartó közösség, a hagyományok ápolása, könnyű megközelíthetőség, a Vértes Vendéglőben főzött fácánleves.

Az öt negatívum között a következők szerepelnek: akadozó internet és telefonhálózat, hivatalos ügyek intézésére kevés lehetőség, kevés munkalehetőség, kevés választék a helyi boltban, a turisták által okozott zavarok, mint például kevesebb parkolási lehetőség, szemét, hangoskodás, és az erdő rendjének zavarása azzal, hogy nem a kijelölt útvonalon haladnak.

Természetesen barátoknak, ismerősöknek ajánlják a települést.

A település a környékbeli településektől eltér mind fekvésében, mind a közösségi élet színességét tekintve.

4.1.4.9 Helyidentitás

a résztvevők közül mindenki gántinak vallotta magát. Az is, aki más településről származik. Ez megnyilvánul abban, hogy ott érzi magát otthon, oda tér mindig vissza, illetve az ottani lakosoknak nyújt segítséget.

Ez az érzés örömmel tölti el őket, ugyanakkor természetes számukra. Büszkék rá, és ha szükséges nyíltan képviselik a települést.

Gántinak érzik magukat, mert összenőttek a településsel. Ott élnek és teszik a dolgukat.

4.1.4.10 Helykötődés

A megkérdezettek nem szándékoznak elköltözni a településről. Mindenki úgy vélekedett, hogy ők már a hátralevő életüket ott élik le. Oda kötik őket az emlékek, az otthon érzése, a hagyományok ápolása, a családi kötelek.

4.1.5 Összefoglalás

Az interjúk készítése közben személyesen megtapasztalhattam, hogy a gánti lakosság valóban összetartó közösség. Ez számomra abban nyilvánult meg, hogy készségesen segítettek válaszaikkal a kutatást. Alkalmazkodtak egymáshoz, illetve a megkérdezések során tiszteletben tartották egymás véleményét.

Mind a három csoport számára Gánt az otthon, a békét és a nyugalmat jelenti. A településre nem csupán csak lakóhelyként tekintenek, hanem megszemélyesítik azt.

A legtöbb megkérdezett, vagy azok házastársának a családjai rendelkeznek olyan gánti családi gyökerekkel, amely több generációra, akár egészen a betelepítés időszakára visszavezethető.

Az elhangzottakból kitűnik, hogy a településhez való kötődést, illetve a közösségbe való beilleszkedést ezek a rokoni szálak elősegítik. Ugyanakkor maga a közösség is nagy szerepet játszik a lakosok helyhez való kötődéséhez.

A kutatás során a legfőbb kérdésekben minden résztvevőnek közel azonos válaszai voltak, korosztálytól függetlenül. A sváb származású és a magyar származású interjúalanyok is úgy gondolják, hogy a gánti közösség összetartó ugyanakkor befogadó. Azonban ahhoz, hogy a személyek a közösség tagjaivá válhassanak, szükséges, hogy elfogadják és tiszteljék a település hagyományait.

A településen megszervezett rendezvények nagy mértékben kötődnek a katolikus ünnepnapokhoz, illetve a sváb hagyományokhoz. Ezekben a rendezvényekben a legtöbben aktívan részt is vesznek. Akik lokálpatriótának tartják magukat, ők úgy gondolják, hogy a hagyományápolás és a rendezvényeken való aktív részvétel szervezeten keresztül kapcsolódik az életükhöz. Az interjúalanyok válaszaiban megfigyelhető, hogy ez a fajta hozzáállás családon belül öröklődik. A szülői mintákat a fiatalok követelik. Akik régebbre visszanyúló gánton élő felmenőkkel rendelkeznek, ők inkább vallották magukat lokálpatriótának. A településen található hétköznapi kikapcsolódás is, mint például táncpróbák és énekkari próbák, tulajdonképpen ezeket a rendezvényeket készítik elő. Ugyanakkor ezeknek a tevékenységeknek nagy a közösségösszetartó ereje is.

Az interjúk során egyértelműen megfigyelhető volt a Társas identitás fejezetben Henry Tajfel és John Turner megállapítása is, miszerint az egyének ösztönösen igyekeznek magukról pozitív képet mutatni, és ebből következően a társadalmi csoportól is, ahova tartoznak. A megkérdezett gánti lakosok viszonylag kevés negatív jelzővel illették a települést. Továbbá egyértelműen úgy gondolják, hogy az odalátogatók is pozitív véleménnyel bírnak mind a közösségről, mind a településről alkotott képről.

A fentiek alapján, véleményem szerint megállapítható, hogy Gánt település erősségei közé sorolható az összetartó közösség és az identitás. Mint azt az Identitás szerepe a településmarketingben, kifejtettem, ezek nagyban hozzájárulnak egy település sikerességéhez, versenyképességéhez.

Továbbá megfigyelhető az interjúalanyok válaszaiban, ugyancsak a 2.8 fejezetben említett Piskóti (Piskóti I. , Régió- és településmarketing, 2012) által leírt meghatározások, miszerint a helyi lakosok nagy szerepet játszanak a település PR tevékenységében. Az interjú alatt bebizonyosodott, hogy a megkérdezettek mindegyike nagyfokú ismerettséggel rendelkezik a

település képét és történetét illetően. Továbbá a településen fellelhető épített és természeti környezethez saját élményeik fűződnek, amely értékesebbé teszi számukra ezeket és ezzel a pozitív hozzáállással „adják el” a települést a nem ott élők számára.

Az identitás és az összetartó közösség mellett a település egyértelmű erőssége és megkülönböztető jegye a földrajzi fekvése. Az egykori bauxitbányászat eredményeként felszínre hozott vörös kőzet, az erdő közelsége, és a falu tisztasága vonzza a turistákat. Amelyet a lakosok kettős mércével mérnek. Hiszen számtalan előnye, többek között gazdasági előnye van annak, hogy a településre sok turista látogat. Ugyanakkor jelenlétükkel olykor megzavarják a falu egyik erényét, a csendet és a nyugalmat.

Az interjú alanyok válaszaiból kitűnik, hogy korosztálytól függetlenül általában elmondható rájuk, hogy szorgalmasok. Hiszen szabadidejükben vagy a kert és ház körüli tevékenységeket folytatják, vagy a közösség életében vesznek részt aktívan. Ez a fajta attitűd meglátszik a falu képén, rendezett és tiszta, továbbá a színes és rendezvények minőségén. Ezek közvetlenül hozzájárulnak lakosság jólétéhez.

Több ízben kifejtették az interjúalanyok, hogy a környék településeihez nem lehet mérni Gántot. Úgy vélem, hogy ez nagymértékben a településen élő összetartó közösségnek köszönhető, akik egymást támogatják, motiválják. A válaszadók között szinte mindegyik kifejtette, hogy nem kötődik a településhez és ennek legfőbb oka a közösséghez való tartozás.

4.2 Kvantitatív kutatás eredménye

4.2.1 Bevezetés

A nagy közönség előtti megkérdezést megelőzte egy próbalekérdezés, amelyet személyes jelenlétben 10 fővel végeztem. Ez lehetőséget nyújt arra, hogy az esetleges féltevértéseket, hibákat kiküszöböljük, és teszteljük, hogy minden kérdés érthető-e. Az általam készített kérdőívet a próbalekérdezést végző személyek érthetőnek és logikusnak találták, így nem változtattam rajta. Így összesen 32 kérdésből áll. Az első, egy szelektáló kérdés, amely lehetővé tette, hogy valóban csak a gánti lakosok vegyenek részt a kutatásban. A kérdések felépítésénél a tölcseredményt alkalmaztam. Bevezető kérdések után következtek a fő kérdések, és a témakörök közötti átvezető és ellenőrző kérdések. Az alábbi szakaszokra bontottam a kérdéseket logikai és tartalmi szempontok alapján:

8/1. Bemutatkozás

Szűrőkérdés

8/2. Lakóhelyválasztás oka

8/3. A település és a nemzetiségi hovatartozás összefüggései

8/4. Gánt imázsa

8/5. A település jellemzése

8/6. Fejlesztések

8/7. Demográfiai adatok

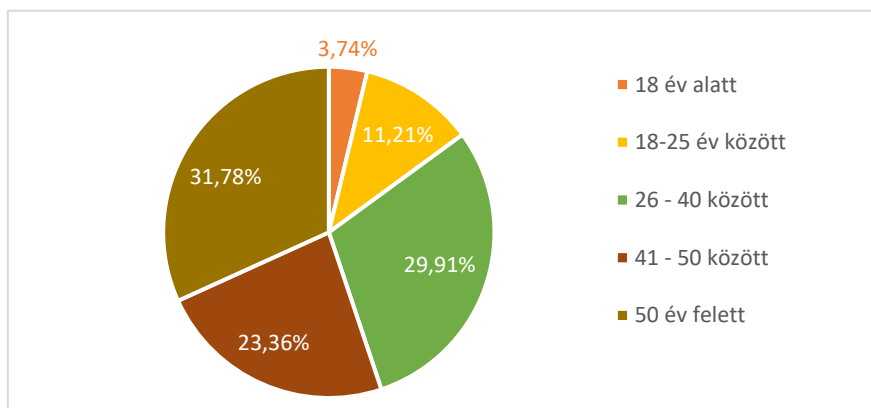
8/8. Köszönetnyilvánítás

A lekérdezés 2023.10.16 - 10.21. között zajlott. Ez idő alatt 113 fő válaszolt a kérdésekre.

Azonban ebből 6 fő, az első kérdést úgy válaszolta meg, hogy nincs Gánton állandó lakcíme vagy tartózkodási helye. Ezek alapján ők nem tartoznak a kutatásom célcsoportjába. Így a szűrőkérdésnek köszönhetően a kérdőív további kérdéseire nem tudtak válaszolni. A fennmaradó 107 kitöltött kérdőív az ellenőrzést követően elfogadhatónak bizonyult.

4.2.2 Demográfiai adatok

Céлом volt, hogy minden korosztály érintve legyen a kutatás során. Mint ahogy az interjúk során is látszódott, minden életszakaszban különbözőek a prioritások az emberek számára, és ez vonatkozik a lakhely választásra és megítélésre is. A válaszadók életkor szerinti eloszlását az 7. ábra szemlélteti.



7. ábra: Életkor szerinti eloszlás

Forrás: Saját kutatás, 2023

A legkevesebb válaszadó, a 18 év alatti korosztályból került ki, a legtöbb pedig, a 50 év felettiből.

A nemek eloszlását tekintve, a válaszadók 62,62% nő, és 37,38 % férfi. Azaz 67 nő és 40 férfi töltötte ki a kérdőívet. Legmagasabb befejezett iskolai végzettséget tekintve az érettségivel rendelkezők dominálnak (33,64%), ezt követik a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (31,78%), majd a szakma- és középfokú szakképzettséggel rendelkezők (26,17%), és végül az alacsony végzettséggel rendelkezők (8,41%).

A válaszadók több, mint fele (56%) nyilatkozott úgy, hogy az egy főre eső havi nettó átlagjövedelme 154 280 Ft - 340 000 Ft között van. Azaz eléri a 2023-as év nyolcórás minimálbér nettó összegét. 9% ezt az összeget sem éri el. 19% válaszolt úgy, hogy 340 001 Ft - 450 000 Ft közé esik az egy főre jutó havi nettó átlagjövedelme. Azaz eléri és meghaladja a 2022-es statisztikai adatokban szereplő 342 984 Ft-os magyarországi nettó átlagkeresetet (net.jogtar.hu, dátum nélk.). A legkevesebben azok voltak (2%), akiknél ez a jövedelem az előbb említett összeg dupláját eléri. A válaszadók fennmaradó 14%-a 450 001 - 680 000 Ft – os jövedelemkategóriába sorolta magát.

4.2.3 Lakóhelyválasztás oka

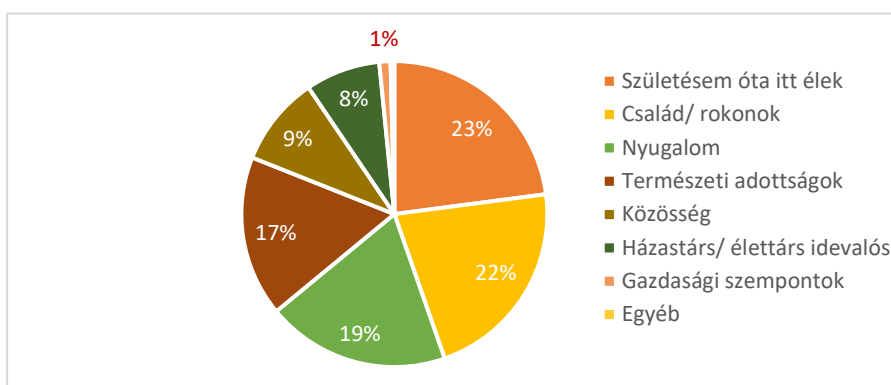
A válaszadók 90%-a több, mint 10 éve él Gánton. Ez számomra azt jelenti, hogy meglehetősen sok tapasztalattal rendelkeznek már a települést illetően. Továbbá valószínűsíthető, hogy ez a többség elégedett a lakóhelyével. A fennmaradó kis százalék az elmúlt években választotta a falut lakhelyéül. 5% ott él már 3-5 éve, 2% 1-2 éve, és 4% kevesebb, mint egy éve.

Annak ellenére maradnak Gánton az emberek, hogy a legtöbbszörnek, a munkahelyük/iskolájuk és a lakhelyük között napi szinten ingázniuk kell. Csupán csak 22 %-ot nem érint ez a napi szintű utazás. 12% munkahelye 5-15 km távolságra van. Viszont a legnagyobb arányban (48%) azok vannak, akik napi szinten 15 – 30 km-t tesznek meg, hogy dolgozni vagy tanulni tudjanak. Ezen a távolságon belül olyan települések terülnek el, mint Székesfehérvár, Csákvár, Bicske, Oroszlány és Zámoly. A megkérdezettek 7% -a 30-50 km-t és 11%-a több mint 50 km-t tesz meg naponta a munkahelyéig vagy iskolájáig.

A napi ingázás időt vesz el az emberektől és költséggel is jár. Azonban mégis vannak olyan értékek, amelyek miatt az emberek úgy érzik, megéri Gánton élni. A válaszadók nagyobb aránya (70%), nem tervez elköltözni a településről, 22% talán, és csupán 8% - a a megkérdezetteknek gondolta úgy, hogy el szeretne költözni. Ebből 5% már 1-2 éven belül, 3 % pedig 5 éven belül tervezi a költözést.

A kutatás további részében azokat fogom megvizsgálni, hogy mely szempontok, értékek azok, amelyek szerepet játszanak a lakóhely kiválasztásában vagy a helyben maradásban. Például ilyen érték lehet a rokoni szál. 92 fő válaszolt úgy, hogy Gánton élnek rokonai.

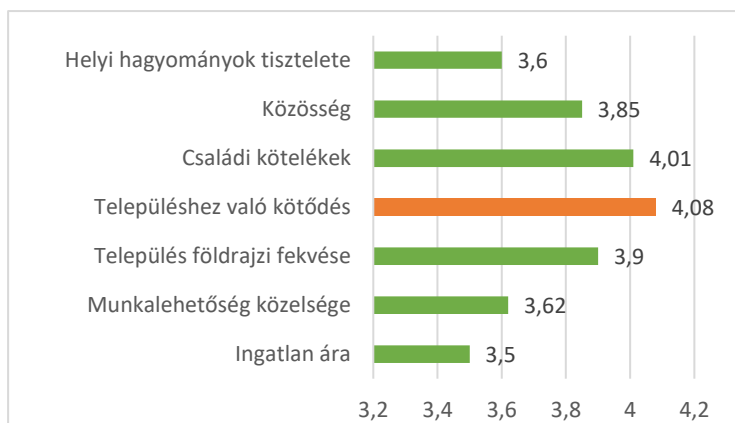
A fenti állítást igazolja, hogy a válaszadók többsége (23%) már születése óta Gánton él, illetve a család és a rokonok (22%) miatt választotta azt lakhelyéül. Csupán 1 fő élt azzal a lehetőséggel, hogy az „egyéb” kategóriát választva, kifejtse az ő szempontját, amely az volt, hogy a településen találtak albérletet. A 8. ábra jól tükrözi, hogy mely szempontokat tartottak a megkérdezettek fontosnak, amikor Gánt mellett döntöttek.



8. ábra: Lakhely választásának okainak eloszlása

Forrás: Saját kutatás, 2023

A 8. kérdés válaszai alapján is arra lehet következtetni, hogy a lakóhely kiválasztásában fontos szempont a családi kötelék. Azonban a legfontosabb, maga a településhez való kötődés. Ezt egy intervallumskálán vizsgáltam. Mivel egyirányú volt a skála, tehát 1-es volt az egyáltalán nem fontos, az 5 -ös pedig a nagyon fontos szempont, ezért a különböző szempontokra adott értékeket átlagoltam, és ebből készítettem egy oszlopdiagramot, amelyet a 9. ábra szemléltet. Mint említettem, a legmagasabb átlagot (4,08) a településhez való kötődés fogalom érte el, a legkevesebbet pedig az ingatlan ára (3,5). Az utóbbi adat háttérben az állhat, hogy mint ahogy korábban is láthattuk, az itt lakók, nem gazdasági szempontok alapján választották a települést lakhelyüül, hanem sokkal inkább vagy már születésük óta Gánton élnek, vagy valamely rokoni szál miatt költöztek oda. Így vélhetően az ingatlan már a többség számára öröklés útján adott volt, illetve az érzelmi szempontok előrébb kerültek az ingatlan árához képest.



9. ábra: Lakóhely kiválasztásának szempontjainak rangsora

Forrás: Saját kutatás, 2023

A 9. ábra jól szemlélteti, hogy a „közösség” a fontossági rangsorban a 4. helyet foglalja. Azonban a válaszadók kicsivel több mint fele, 54 %-uk azt nyilatkozta, hogy nem tartozik semmilyen közösséghez. 46 %-uk viszont igen. Mivel korábbi válaszok azt tükrözték, hogy a településen élők többsége rendelkezik rokoni szálakkal, ezért megvizsgáltam, hogy a közösséghez való tartozás és a faluban élő rokonsággal rendelkezés között van-e összefüggés. Ezt Chi² próbával vizsgáltam meg. Első lépésként készítettem egy kimutatást a kérdésre kapott adatokból, amelyet az 1. táblázat szemléltet.

	Tagja a közösségnek	Nem tagja a közösségnek	Összeg
Élnek helyben rokonok	45	94	139
Nincsenek helyben rokonok	4	22	26
Összeg	49	116	165

1. táblázat: Kimutatás a közösséghez való tartozás és a rokoni szálakkal való rendelkezés adataiból

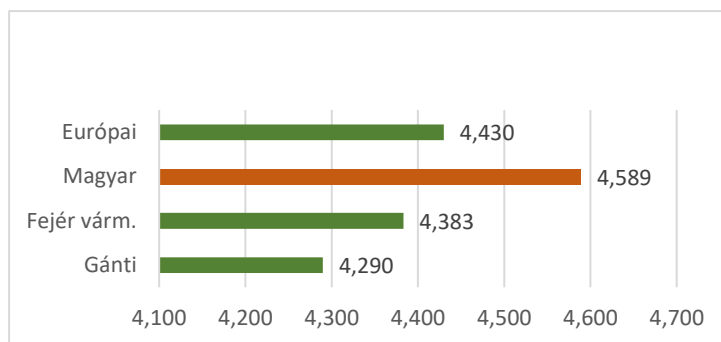
Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezt használtam, mint mért adat. Majd kiszámítottam a Chi² empirikus, számított értéket az Anyag és módszertan című fejezetben leírtak szerint. A következő eredményeket kaptam: 3,028. 95% -os megbízhatósággal dolgoztam. Tehát a P=0,95. A szabadság fok pedig 1, mert az n=2. Ezek alapján a táblázatos, kritikus Chi² érték = 3,84. Így a kettő változót összevetve: 3,028<3,84. Mivel a kritikus érték nagyobb, mint az empirikus érték, ezért a két változó között nincs összefüggés. Azaz a közösséghez való tartozás független attól, hogy valaki a településen rokoni szálakkal rendelkezik-e vagy sem. ezek alapján az első hipotézisem, ami a következő volt: akik a településen rokoni szálakkal rendelkeznek, azok nagyobb valószínűséggel tartoznak egy közösséghez, nem bizonyosodott be. Azonban, itt jegyezném meg, hogy a kis elemszám

miatt az eredmény torzulhat. Nagyobb elemszám mellett, nem biztos, hogy a két változó összefüggését tekintve ugyanazt az eredményt kapnánk. Kutatásom szempontjából mégis fontosnak tartottam vizsgálni ezt az összefüggést.

Ugyancsak egyirányú intervallumskálán mértem azt, hogy a megkérdezettek véleményük alapján mennyire kötődnek a településükhöz. Mivel az 1 jelentette az egyáltalán nem kötődik az 5 pedig azt, hogy erősen kötődik, ezért a válaszokat átlagoltam, amelynek az eredménye 4,48 -lett, a szórás pedig 0,88. Ebből azt a következtetést vontam le, hogy a kötődés mértéke nagy. Emögött az állhat, amely már korábban említésre került, hogy a válaszadók többsége (90%), több mint 10 éve él a településen. Ez idő alatt sok olyan esemény történik az egyének életében, amelyek pozitív emlékként fűződnek a településhez. Továbbá, a szociális közegben való részvétel ugyanezt eredményezi, és mivel a válaszadók 86 %-a válaszolt úgy, hogy rendelkezik a településen családi gyökerekkel, amely a szociális háló része, így ez is hozzájárul a településhez való kötődés mértékéhez. Ennek a szakirodalmi alapja a Helykötődés résznél került bővebb kifejtésre.

A 4. kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadók milyen mértékben érzik magukénak a települést, az országot, a nemzethez való tartozást, és a kontinenst. Milyen mértékben érzik magukat az adott attribútumhoz közel. Ez a kérdés az identitással függ össze. Az egyirányú intervallum skála válaszait átlagoltam, mivel az 1= 0% és az 5= 100% jelentéssel bírt. Majd a szemléltetésként az eredményeket oszlopdigramba rendeztem, amelyet a 10. ábra szemléltet. A legtöbben magyarnak érzik magukat, a legkevésbben pedig gántinak. Annak ellenére ez az eredmény született, hogy az előző kérdések során viszont az derült ki, hogy a gántiak kötődése a település irányába nagy. Ennek hátterében az állhat, hogy mint ahogy korábban látható volt, a helyiek többsége napi szinten utazik a munkahelyére vagy az iskolába. Tehát a legtöbb időt mégsem gántiak körében töltik. Mint ahogy korábban megállapításra került a megállapításra került az Identitás témakörében, a minket körülvevő társas környezet hatással van az identitásunkra. Tehát kettős hatás éri az ott lakókat. Egyrészt a munkahelyi környezet másrészt a lakókörnyezet.



10. ábra: Identitás

Forrás: Saját kutatás, 2023

Kutatásomban megvizsgáltam, hogy van-e lineáris összefüggés a településhez való kötődés és hogy milyen mértékben érzik magukat gántinak a válaszadók. Mivel intervallumskáláról van szó, ezért az összehasonlítást korrelációs együtthatóval vizsgáltam.

Az Elemzési módszerek résznél ismertetett módon számoltam, amelynek a kapott eredményei a következők: x átlag= 4,2897; y átlag= 4,486. A válaszaim száma, az-az az $n = 107$ volt. A képlet alapján kiszámolt együttható $r = 0,5661$. A korrelációs együttható 1 és -1 között mozog. Ha az 1-hez közelít, akkor a két változó között erős a korreláció. Esetünkben közepes erősségű kapcsolatról beszélhetünk, amelynek előjele +, azaz pozitív korreláció. Tehát minél jobban kötődik valaki a településhez, annál jobban gántinak érzi magát. Azaz településhez való kötődés és a településhez köthető identitás között, közepesen erős kapcsolat van. Ezek alapján elmondható, hogy a 2. hipotézisem, amely a következő: akik jobban kötődnek a településhez, azok inkább érzik magukat odatartozónak, tehát gántinak, megállja a helyét.

4.2.4 A település és a nemzetiségi hovatartozás összefüggései

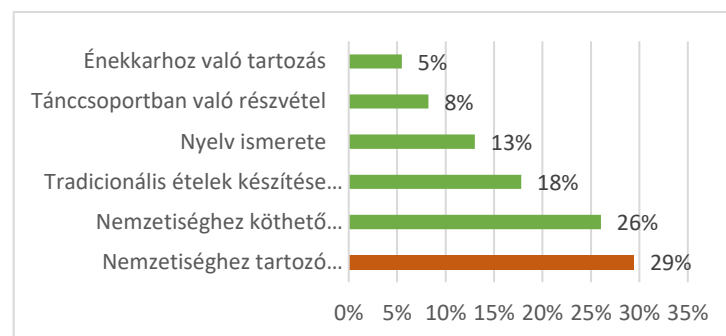
A 107 válaszadó közül a többség (59%) valamely nemzetiséghez tartozónak vallotta magát. Mivel a következő 3 kérdés a nemzetiségi hovatartozás témakörét érinti, ezért ezeket a kérdéseket csak ez a sokaság (63 fő) válaszolhatta meg. A fennmaradó 41% pedig tovább ugrott a következő szakaszra.

Az általam mért nemzetiségi eloszlás tükrözi a népszámláskor kapott adatokat. 63 fő nagyobb hányada (84%) német nemzetiséghez tartozónak vallotta magát, kisebb hányada (16 %) pedig magyar nemzetiséghez tartozónak. Csak ez a két nemzetiség szerepelt a válaszok között.

A megkérdezettek, úgy vélik, hogy erőteljes összefüggés van a nemzetiségi hovatartozásuk és a lakhelyük között. Ez az eredmény született, a 14. kérdésben szereplő 5 fokú intervallumskálán jelölt értékekből. Mivel 1-es azt jelentette, hogy a válaszadó nem érez összefüggést, az 5-ös pedig azt, hogy teljes mértékben összefügg a két változó között, ezért 63 válaszadó értékeit átlagoltam, melynek eredménye 4,43 lett, a szórás pedig 0,817. Mivel az utóbbi eredmény nem

nagy, azt a következtetést lehet levonni, hogy a megkérdezettek hasonlóan vélekedtek erről a kérdésről. A 4,43 átlag alátámasztja a már korábban említett, Társas identitás fejezetben taglalt megállapításokat. Azaz a társas identitás az egyén hovatarozását befolyásolja. Hiszen az egyén automatikusan olyan kategóriába sorolja magát identitását illetően, amely a környezetében nagyobb mértékben jelen van. Mivel a gánti lakosság eredendően Németországból származik és a kisebbséghez fűződő hagyományokat a mai napig ápolják, így a fenti eredmények tükrében megállapítható, hogy valóban hatással van a társas identitás az egyén nemzetiséghez való hovatarozására. Ezek alapján a 3. hipotézisem, amely: a nemzetiségi hovatarozást befolyásolja a lakhely, megállja a helyét.

A nemzetiséghez való tartozás a legtöbb válaszadó számára abban nyilvánul meg, hogy az ahhoz kapcsolódó hagyományokat ápolja (29%). Ez megnyilvánulhat például úgy, mint a májfaállítás, nyulazás, adventi összejövetelekre való süteménysütés, illetve a népviselet hordása, sváb zene hallgatása. A fenti eredmény derül ki a 15. kérdésre adott válaszok alapján. Ahol, a különböző attribútumokra adott értékeket összeadtam, majd kiszámítottam a relatív gyakoriságukat. A 11. ábra szemlélteti a kapott rangsort és eredményt.



11. ábra: Nemzetiséghez való tartozás megnyilvánulásainak eloszlása

Forrás: Saját kutatás, 2023

4.2.5 Gánt imázsa

Ennek a szakasznak a kérdései arra irányultak, hogy a gánti lakosok gondolatai között, milyen kép jelenik meg a településről. Mit is jelent számukra Gánt. Hogyan látják benne önmagukat és a környezetüket.

A 16. kérdésben 5 fokú skála segítségével értékelhették a különböző, Gántra vonatkozó állításokat. Az előzetes interjúk alatt elhangzott fogalmakat használtam fel a kérdőív készítése során. A különböző attribútumokra adott pontszámokat ismét átlagoltam, és annak nagysága szerint rangsoroltam. A következő ábrán láthatóak az eredmények, mely szerint kiugróan nagy eltérések nincsenek a változók megítélésében. Azonban a legmagasabb átlagot (4,524) az az

állítás érte el, hogy a helyiek büszkéek a településre. A kérdőív a további kérdések során konkrétan kitér arra, hogy a megkérdezettek hogyan viszonyulnak ehhez a témakörhöz. Mintegy ellenőrzésképp látni fogjuk, hogy ez az átlag valós-e.



12. ábra: Település jellemzése a helybéliek szerint

Forrás: Saját kutatás, 2023

Csakúgy, mint a kvalitatív kutatásnál, itt is megjelent az asszociáció. A kapott eredményekből elkészítettem egy szófelhőt, a 13. ábra szemlélteti. A szavak méretei tükrözik a kapott pontszámokat. Tehát minél több megkérdezett választotta az adott szót, annál nagyobb betűvel jelenik meg a szófelhőben. A kapott jelölések alapján, az első három helyet az otthon (46), a család (42), „a hely, ahol élek” (36) érték el. Ezek olyan fogalmak, amelyek inkább az egyének által kialakított személyes léttérhez köthetők. Az összesítés által kialakult sorrendben következik a német nemzetiségi kultúra (32), a gyermekkor (28), természet (24) és a bauxitbánya (22). Ezek a fogalmak viszont, kivéve a gyermekkort, inkább a település tényleges adottságaihoz, megkülönböztető jegyeihez köthetők.



13. ábra: "Gánt" szóra való asszociációk

Forrás: Saját kutatás, 2023

4.2.6 Település jellemzése

Ennek a témakörnek a kérdései arra fókuszálnak, hogy a helyi lakosok, hogy vélekednek a településről, milyen értékeket, megkülönböztető jegyeket ismernek fel, és mit gondolnak arról, hogy a külső szemlélő mit tart a településen értékesnek.

A többség, 97 fő úgy nyilatkozott, hogy büszke a településére. 3 fő viszont ennek ellentétjét érzi a település iránt, és 7 fő nem válaszolt az ezirányú kérdésre. Tehát a válaszadók 97 %-a büszke a településére, amelynek értelmében a korábban, a Gánt imázsa fejezet keretein belül, a 16. kérdésre kapott eredmény valósnak mondható. Ott a gántiak ítélték meg a helyi lakosok attitűdjét több állításon keresztül, ahol a „helyiek büszkéek a településre” állítás érte el a legmagasabb átlagot. Itt pedig ő maguk vallottak erről a kérdéstről. Ez az eredmény alátámasztja az előzőt.

Szintén a többség, 104 fő ajánlaná a települést mások számára, és 3 fő nem tenné ugyanezt. Érdekesnek tartottam megvizsgálni, hogy a két állítás között van-e összefüggés. Ezt a χ^2 próbával tettem. Mért adatként a következő kimutatást használtam, amely a 2. táblázatban látható.

	Büszke a településre	Nem büszke a településre	Összesen
Tagja a közösségnek	94	3	97
Nem tagja a közösségnek	6	0	6
Összesen	100	3	103

2. táblázat: Kimutatás a település ajánlásának hajlandósága és a településre való büszkeség adataiból

Forrás: Saját kutatás, 2023

Majd a már korábban, az Elemzési módszerek fejezetnél említett módszerrel kiszámoltam a várható adatokat, és abból a χ^2 empirikus értéket, melynek eredménye 2,84. Ez esetben is 95%-os megbízhatósággal dolgoztam, a szabadság fok pedig 1. Ezek alapján a táblázatos, kritikus érték 3,84. Mivel ez utóbbi érték nagyobb, mint a számított érték $2,84 < 3,84$, ezért a két változó között nincs összefüggés. Ezek alapján megállapítható, hogy nincs összefüggés aközött, hogy valaki büszke-e a településére és hogy ajánlja-e azt mások számára. Azonban, csak úgy, mint a korábbi esetben, a kapott eredmény feltétellel kezelendő a kis elemszám miatt. Így a 4. hipotézisem, amely a következő: aki büszke a településre, ő nagyobb mértékben ajánlja azt mások számára, megdőlni látszik. Azonban ez csak egy iránymutatás. Egyértelműen elvetni azt nem lehet.

A hipotézisem szerint, ha valaki tagja egy közösségnek, az kihat a település iránt érzett büszkeségre. Ezt az összefüggést is Chi² próbával vizsgáltam. A mért adatokat a 3. táblázat szemlélteti

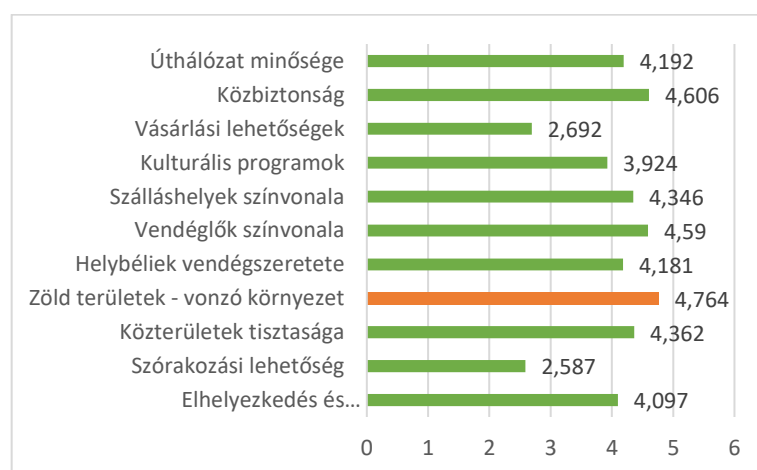
	Tagja a közösségnek	Nem tagja a közösségnek	Összesen
Büszke a településre	45	52	97
Nem büszke a településre		6	6
Összeg	45	58	103

3. táblázat: Kimutatás a településre való büszkeség és a közösséghez való tartozás eredményei alapján

Forrás: Saját kutatás, 2023

A már említett módon való számítások elvégzése után a következő eredményeket kaptam: a szabadságfok 1, 95%-os megbízhatóság mellett a $P=0,95$, a számított érték 4,94, a táblázatos érték 3,84. Mivel az empirikus érték magasabb, mint a kritikus érték, ezért a két állítás között összefüggés van. Azaz a hipotézisem megállja a helyét. A közösséghez való tartozás hatással van a településre való büszkeség érzésére. Ezek alapján elmondható, hogy az 5. hipotézisem, amely: ha valaki tagja egy közösségnek, nagyobb büszkeséget érez a település iránt, bebizonyosodni látszik, azonban a kis elemszám miatt, itt sem jelenthető ki egyértelműen, hogy a két változó között összefüggés van.

A korábbi interjúk alapján a Gánton lévő adottságokat és hiányosságokat összegyűjtöttem, majd a kérdőívben a lakosok egy 5 fokú skála segítségével értékelhették. A Különböző változók eredményeit egyesével átlagoltam. Majd a következő eredmény született:

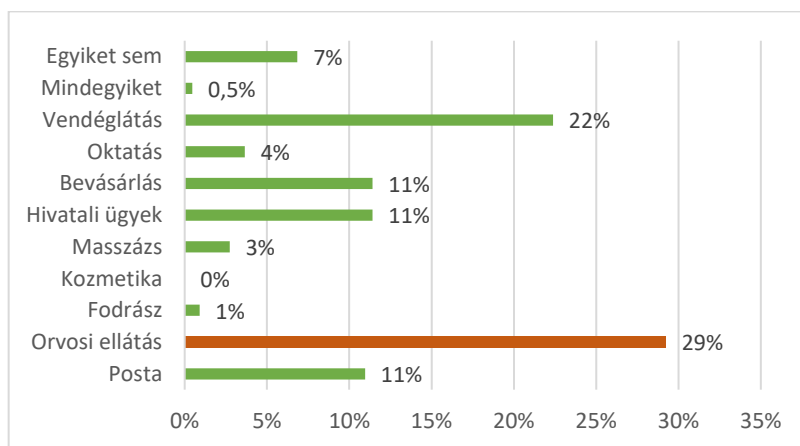


14. ábra: Gánt adottságainak értékelése

Forrás: Saját kutatás, 2023

A 14. ábra jól szemlélteti, hogy a kiválóhoz közeli értéket kapta a „Zöld területek- vonzó környezet” állítás. A kapott átlag, 4,764, amely a legmagasabb mind közül. Azonban a szórakozási és a vásárlási lehetőségre adott értékelések átlagai alacsonyok. Míg előbbi átlaga 2,587, utóbbié pedig 2,692.

Ennek ellenére mégis úgy tűnik, hogy sokan Gánton bonyolítják le a vásárlásaikat. Ezt tükrözi a 20. kérdésre adott válaszok alapján készült diagram. A megkérdezettek, a felsorolt szolgáltatások közül kiválaszthatták azokat, amelyeket ők a településen igénybe vesznek. A különböző attribútumra adott pontszámok összesítése után, a százalékos eloszlás eredményeként kitűnik, hogy a legtöbben az orvosi ellátást veszik igénybe, majd pedig a vendéglátást. Mindössze 1 fő választotta, a 107 megkérdezettből, hogy mindegyik lehetőséget Gánton veszi igénybe. Azonban többen úgy nyilatkoztak, hogy egyik lehetőséget sem használja ki a szóban forgó faluban.



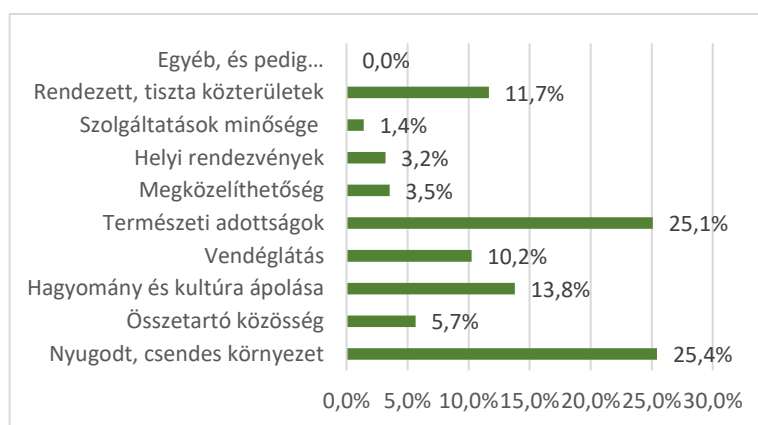
15. ábra: Igénybe vett szolgáltatások eloszlásai

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ez az eredmény számomra azt tükrözi, hogy a szolgáltatások terén a településnek még van fejleszteni valója és nem ez a terület az, amely a legerősebb vonzerővel bír. Ugyancsak ezt támasztja alá, a vállalkozások számával való elégedettség értékelésének eredménye, amely egy ötfokú skála segítségével valósult meg. Ahol az öt, a teljes mértékben való elégedettséget, az egy, pedig ennek ellentétjét jelenti. A 107 válaszadó vegyesen ítélte meg ezt a kérdést, mert a kapott eredmények a következők voltak: átlag =3,336, a szórás pedig meglehetősen magas, 1,027. Azonban, mindezek ellenére a legtöbben (84%) pozitívan ítélik meg a települést, 16% pedig vegyesen. Senki nem nyilatkozott úgy, hogy negatívan ítélné meg a falut, azonban 6 fő nem válaszolt a kérdésre.

Ez a pozitív megítélés, az eredmények alapján úgy tűnik, hogy a természeti adottságokból származik. A helyiek többsége (86 %) úgy véli, hogy a turisták emiatt érkeznek a településre. A többi négy változó, mint például a rendezvények (2%), a helyiek vendégszeretete (2%), a vendéglők színvonala (2%) és a helyi látványosságok (9%), csekély számú százalékot értek el.

Hasonló eredmény született, a 24. kérdésnél, ahol a kérdés már nem arra irányult, hogy a helybeliek szerint, külső szemmel mi a vonzó a településen, hanem arra, hogy ők mit tartanak vonzónak. Több választás is lehetséges volt. És az összesítés után, a relatív gyakoriságok összehasonlítása alapján az az eredmény született, hogy a legtöbben a nyugodt, csendes környezetet és a természeti adottságokat tartják vonzónak. A legkevésbé pedig a szolgáltatások minőségét. Egyéb értéket nem írtak a válaszadók, amivel bővült volna az általam kínált lista.



16. ábra: Település értékeinek eloszlása

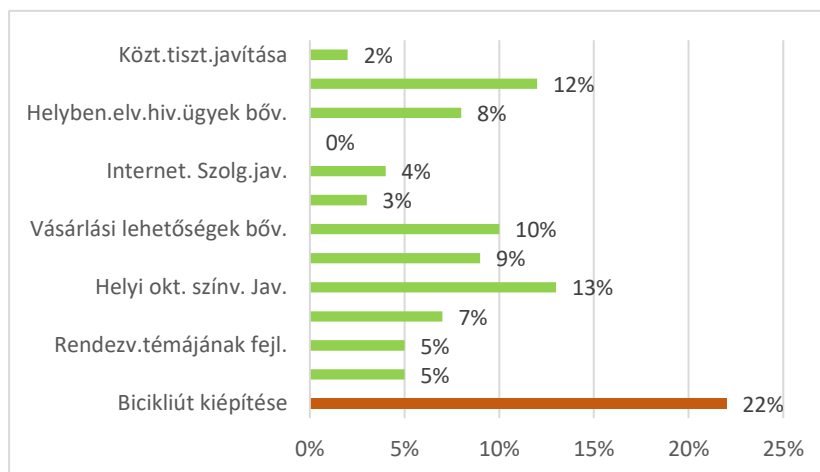
Forrás: Saját kutatás, 2023

A fenti megállapításokkal egybevágnak a 25. kérdésre válasza alapján kiértékelt eredmény. Ez a kérdés arra irányult, hogy a helyiek milyen lehetőséget ajánlanának az odalátogatóknak. A legmagasabb százalékot (62%) itt is a természettel kapcsolatos túrázás érte el, majd valamely rendezvényen való részvétel (21%), helyi látványosságok megtekintése (13%) és végül valamely vendéglátóhely kipróbálása (4%).

Ezek alapján elmondható, hogy a helyiek megítélése szerint, a település legfőbb vonzereje és más településtől való megkülönböztető jegye, a természeti adottságokból fakad. A sorban csak ez után jönnek az ember alkotta értékek, mint a helyi kulturális események és a falu közterületeinek tisztasága, rendezettsége. Majd ezt követik a helyi vállalkozások, igénybe vehető szolgáltatások.

4.2.7 Fejlesztések

A település értékeinek a kérdések általi átgondolása után, a megkérdezettek lehetőséget kaptak a 27. kérdés keretein belül, hogy kiválasszák, mely fejlesztéseket tartják a legfontosabbnak. Az összesített százalékos eloszlást a 17. ábra szemlélteti.



17. ábra: Fejlesztési javaslatok eloszlásai

Forrás: Saját kutatás, 2023

A kutatás eredményeként, a legnagyobb százalékot (22%) a bicikliút kiépítése érte el. Ez az adat számomra azt tükrözi, hogy a helyiek a korábban felismert értékekre fókuszálnának leginkább. A kerékpárút kiépítése lehetőséget adna, hogy a természet adta előnyöket, a táj szépségeit a túrázason kívül egy másik formában is élvezhessék. Itt jegyezném meg, hogy a település vezetősége tervezi a bicikliút kiépítését, amely összekötné Gántot Söréddel.

És mint ahogy ez már a kérdések között többször is szerepelt, a válaszadók nagy többsége (10%) bővítené a helyi vásárlási lehetőségeket. Továbbá úgy tűnik, sokaknál (12%) igény lenne a szabadidős tevékenységek bővítésére is. Ezek a fejlesztési javaslatok a fókuszcsoportos interjúk alkalmával is megfogalmazásra kerültek

5. Következtetések, javaslatok

A kvantitatív kutatás eredményei számomra azt tükrözik, hogy a helyi lakosok büszkék a településükre. Még akkor is, ha a lélekszám nem éri el az 1000 főt. Illetve országos szinten kevesen ismerik a települést. Leginkább a túrázók körében ismert. Azonban a helyiek szívesen élnek Gánton. Még akkor is, ha olyan áldozatokat kell nekik hozniuk ezért, mint például a napi több kilométeres ingázás. A legtöbb megkérdezett kötődik a településhez, amelynek háttérében a családi kötelek és a közösség áll.

Mind a kvalitatív kutatás esetében, mind pedig a kvantitatív kutatás során szemléltették a megkérdezettek, hogy tisztában vannak a település erősségeivel, gyengeségeivel és a többi településtől való megkülönböztető jeggyel. A legfőbb erősségnek a település földrajzi fekvése, és annak adottságai mondhatók. Fejlesztendő gyengeségek közé pedig felsorolhatóak a helyi szolgáltatások és a szabadidős tevékenységek bővítése. Mint, ahogy azt korábban a Helyidentitás című fejezetben említettem, a helyi lakosok fontos szerepet játszanak a település PR tevékenységében. Minél inkább tudnak a településsel azonosulni, minél több ismerettel rendelkeznek a települést illetően, annál hatékonyabban érhetnek el pozitív változásokat. Mindezt akár indirekt módon.

A kérdőív lehetőséget adott, hogy a településre vonatkozó kérdések nagyobb elemszámú sokasághoz is elérjenek. Ennek köszönhetően több vélemény, meglátás jutott el hozzám, mint a kvalitatív kutatás során. A statisztikai módszereknek köszönhetően pedig bizonyos összefüggéseket szemléltethettem. Ezek alapján megállapítottam, hogy az általam állított 5 hipotézis közül kettő megdőlt, három pedig bebizonyosodott.

Az 1. hipotézisem, miszerint akik a településen rokoni szálakkal rendelkeznek, azok nagyobb valószínűséggel tartoznak egy közösséghez, megdőlni látszik. Kategorikusan azonban nem jelenthető ki, a χ^2 próba kis elemszáma miatt. Azonban az eredmény afelé mutat, hogy a kis település ellenére, nem csupán a rokoni szálak azok, amelyek a közösséget alkotják. Ez ettől eltérő, amelyet én pozitívan értékelek, mert ezek alapján a közösséghez való tartozás, inkább szabad döntésből, érdeklődési körből származik, mintsem adott rokoni szálakból.

A 2. hipotézisem, miszerint akik jobban kötődnek a településhez, azok inkább érzik magukat odatartozónak, tehát gántinak, bebizonyosodott. Tehát érdemes a településnek olyan tevékenységeket folytatni, ami a kötődést még inkább erősíti mert akkor a helyiek még inkább otthon érzik magukat ott, és magukénak érzik a települést. Ilyenek tevékenység lehetnek

például a pozitív élmények, amelyeket a szabadidős tevékenységek, illetve a település rendezvényei biztosíthatnak.

A 3. hipotézisem az volt, hogy a nemzetiségi hovatartozást befolyásolja a lakhely. Ez is bebizonyosodott. A település szempontjából ennek azért van nagy jelentősége, mert a helyi rendezvények, és kulturális szokások többsége a német nemzetiségi kultúrkörhöz köthető. Ennek közösség összetartó ereje is van.

A 4. hipotézisem, miszerint aki büszke a településre, ő nagyobb mértékben ajánlja azt mások számára, megdőlt. A számítások azt igazolták, hogy a két állítás között nincs összefüggés. Azonban az eredmény itt is feltétellel kezelendő, mert a χ^2 próba kis elemszáma miatt az eredmény torzulhat. Azonban mégis fontosnak tartottam a kapcsolat vizsgálatát. Az eredmény logikusnak tűnik. Tehát az is ajánlhatja a települést mások számára, aki nem büszke arra, azonban tudatában lehet a hely adta értékekkel. Továbbá, lehet valaki büszke a településre, de ezt inkább magának akarná megtartani. Esetleg az olyan pozitív értékek megtartása miatt, mint a nyugalom és a csend.

Az 5. hipotézisem, ha valaki tagja egy közösségnek, nagyobb büszkeséget érez a település iránt, bebizonyosodni látszódik. Azonban a kis elemszám miatt, teljes bizonyossággal kijelenteni azt nem lehet. A kapott eredmény logikai szempontból megállja a helyét. A háttérben az állhat, hogy ha az egyének maguk is hozzájárulnak a közösségen keresztül egy pozitív változáshoz, akkor nagyobb büszkeséget érezhet, mintha csak külső szemlélője a folyamatnak. Éppen ezért ajánlatos a településnek olyan lehetőségeket biztosítani az ottlakók számára, ahol a tudnak a közösséghez csatlakozni.

A kapott eredmények tükrében úgy gondolom, hogy a településnek, a lakosság megtartása céljából érdemes lenne bővíteni a szabadidős tevékenységek lehetőségeit. Fontosnak tartanám, hogy minden korosztály megtalálhassa a maga elfoglaltságát. De akár olyan lehetőséget is fel lehet kínálni, ahol vegyes korcsoport van jelen. Továbbá, ezeknek a lehetőségeknek a témája az aktuális világi trendekhez igazodhatna, és nem csak a német nemzetiségi kultúrkörhöz. A szabadidő ilyen fajta, közösségi eltöltésének, otthon adhatna többek között a frissen felújított focipálya, vagy a kultúrház. Legfőképpen azért is emelném ki ezt a javaslatot, mert a közösen eltöltött idő, a pozitív élmények a településhez való kötődést erősítik. A helyieknek ez által alkalmuk nyílik szorosabb köteléket kialakítani egymással, az új lakosoknak pedig a beilleszkedés folyamatát gyorsítaná meg. Továbbá a lehetőségek bővítésével, színesítésével a helyi fiatalok is megtalálhatják azt az elfoglaltságot, amely őket örömmel tölti el. Úgy

gondolom, fontos, hogy a fiatalok a településen maradjanak. Ez viszont úgy lehetséges, ha erősen kötődnek a településhez. Ennek érdekében érdemesnek tartanám őket is bevonni bizonyos társadalmi megmozdulásba, mint például közösségi szemétszedés, hogy jobban magukénak érezhessék a települést.

Továbbá, a Település jellemzése című résznél az adatokból kitűnt, hogy a helyi szolgáltatások terén még van fejleszteni való. Természetesen, mint ahogy a SWOT elemzés során is kitűnt, vannak olyan veszélyek, amelyekre az önkormányzatok nincsenek hatással. Mint például hivatal, posta megszüntetése a kis létszámra hivatkozva. Azonban a helyi lakosokat módjukban áll támogatni abban, hogy helyben szolgáltatást tudjanak nyújtani. Ilyen támogatás lehet az adókedvezmény lehetősége vagy épület biztosítása kedvezményesen, esetleg a tanulmányok támogatása ösztöndíjon keresztül. A helyben végzett szolgáltatásoknak köszönhetően, más település lakói is a faluba látogatnának, amely növelné a vásárlóerőt. A település adottságai, a megközelíthetőség, a megfelelő minőségű úthálózat ehhez pozitívan járulna hozzá.

6. Összefoglalás

A dolgozatom készítése során végzett kutatások választ adta a korábban megfogalmazott kérdésekre, célokra. A fókuszcsoporttal végzett interjúk lehetőséget nyújtottak egy mélyebb ismeretszerzésre, a megkérdezettek településhez fűződő érzelmeinek feltárására, amelynek eredményeként egy árnyaltabb képet megismerni a településről. A kérdőíves kutatás által pedig lehetőség nyílt egy általánosabb képet kapni, amelyet több helyi lakos véleménye alkot és amelyeket a statisztikai módszerek eredményeként kaptam.

A szakirodalmi ismeretek és a saját kvalitatív és kvantitatív kutatásaim eredményeként elmondható, hogy egy-egy település életében milyen nagy szerepet kap a településmarketing. Hiszen a mai világban, ahol az utazás, az otthonteremtés és a munkahely keresés már sokkal rugalmasabb, mint az korábban volt, ezért megindult a verseny a települések között, hogy a helyieket valamilyen módon ott marasztalják, illetve új „vevőket” vonzzanak oda. A településmarketingnek nem csupán direkt eszközei jelennek meg, ahol marketing szakemberek és az önkormányzati tagok szervezett formában megvalósítják a marketingterveket. Hanem olyan indirekt formában is, mint például a lakosság kommunikációja, PR tevékenysége. Ezekre a folyamatokra a helyiek településhez fűződő érzelmein keresztül lehet hatni. Ebben pedig nagy szerepet játszik a közösség, a helyi szolgáltatások és azok minősége, a helyi rendezvények és a szabadidős tevékenységek. Ezek mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a helyiek pozitív élmények által kötődjenek a településhez. Illetve kialakuljon bennük az odatartozás élménye, a településhez fűződő identitás. Melynek során önmagukat a településen keresztül határozzák meg, személyiségük részévé válik a helyi érzés, mint esetünkben a „gántias” érzés. Ennek következményeként pedig nagyobb az esélye annak, hogy a helyiek nem vándorolnak el, illetve a fent említett kommunikáción keresztül, más településen élők érdeklődését is felkeltik a település iránt.

Mint azt már említettem, a települések között verseny zajlik. Ahhoz, hogy ebben a versenyben az adott település nyerhessen, fontos, hogy ismerje az erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit, veszélyeit. Amelyet a SWOT elemzés résznél fejttem ki bővebben. Azonban a kutatás azt bizonyítja, hogy a helyi lakosok is tisztában vannak a település értékeivel, amely érdemes további fejlesztésekre és beruházásokra. Ezek az értékek pedig a település földrajzi fekvéséből eredő turisztika, illetve a helyi lakosok származásából eredő német nemzetiségi kultúra. Az előbbi lehetőséget nyújt az újításokra, az utóbbi pedig a közösség, az összetartozás élményének kialakulására és erősítésére.

Gánton a német nemzetiségi kisebbséghez való tartozás már eleve nagy mértékben hozzájárul a közösség kialakulásához. Hiszen, a környék magyar lakta falvaihoz képest ők más identitással rendelkeznek. Ez erősíti az összetartozás élményét is, amely megjelenik többek között a közös időtöltésben, a hagyományok ápolásában. Ennek az értéknek az ápolása lehetőséget nyújt a környező falvak közül való kitűnésben. Ugyanakkor összefogni, a térségben található, szintén német nemzetiségű lakosság településeivel.

Mint az, a Gánt története című részben kifejtésre került, a helyi lakosság a történelem során többször került nehéz helyzetbe. A legnagyobb csapás, amelynek emléke és fájdalma még mind a mai napig tovább öröklődik, az a kitelepítés volt. Amely esemény a nemzetiségi identitást célozta meggyengíteni. Ennek következtében a helyiekben kialakult az érzés, hogy csak egymásra számíthatnak, így az összefogás, a közösség a mai napig nagy szerepet játszik a helyiek életében. Azonban nem csak egymáshoz kötődnek, hanem a településhez is, ahol élnek. A kutatás során kitűnt, hogy a legtöbb megkérdezett családi kötelekkel rendelkezik a településen és az otthont jelenti az egyének számára. Ezek az értékek pedig a helyhez való kötődés egyértelmű jelei.

Úgy gondolom, hogy a Gánt olyan értékekkel rendelkezik, amelyek lehetővé teszik, hogy a jövőben is fennmaradjon, tovább fejlődjön, amelynek következtében a lakosai életszínvonala emelkedhet. Kétségkívül nem könnyű egyensúlyt fenntartani a hagyományok ápolása és a globalizációs irányok között. Azonban amíg a közösség összetartó ereje, a településhez fűződő kötődés és identitás kétségkívül megkönnyítik ezeket a folyamatokat.

7. Irodalomjegyzék

1. (1923). *1920. Évi népszámlálás I.* Budapest: Pesti Könyvnyomda - Részvénytársaság.
2. (2013). *2011. Évi népszámlálás.* Veszprém: Központi Statisztikai Hivatal.
3. Belügyminisztérium, M. (1945). *Magyarországi Rendeletek Tára.* Budapest: Szikra; Irodalmi és Lapkiadóvállalat, Nyomdai RT. .
4. Berze, I. Z., & Dúll, A. (2021). A helyidentitás mérése identitásorientációként. *Magyar Pszichológiai Szemle*, old.: 43-71.
5. Bindorffer, G. (2001). *Kettős identitás.* Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó.
6. Bödő, I., Czetcz, B., Dakó, P., & Gulyás, A. (2021). *Gánt.* Nyíregyháza: Arany Napsugár Kft.
7. Erikson, E. H. (1960/2002). *Gyermekkor és társadalom.* Budapest: Osiris.
8. Erikson, E. H. (1964). *Childhood and Society.* New York: Norton.
9. Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis.* New York: Norton.
10. Faragó, L. (2001). SWOT-elemzés a területi stratégiák kialakításának folyamatában. *Falu Város Régió*, 6.
11. Farkas, G. (Szerk.). (1987). *Fejér megyei történeti évkönyv 17.* Székesfehérvár: Fejér Megyei Nyomdaipari Vállalat.
12. Gyenge, B. (2009). *Marketingkutató.* Gödöllő: Szent István Egyetem.
13. Hernández, B., Hidalgo, C. M., Slazar-Laplace, E. M., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology* 27(4), old.: 310-319.
14. Hidalgo, C. M., & Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, old.: 273-281.
15. Hivatal, K. S. (1950). *1949. évi népszámlálás.* Budapest: Állami Nyomda.
16. J. Asworth, G., & H. Voogd. (1997). *A város értékestése.* Budapest.
17. József, I. (2011). *Fejlődépszichológia.*
18. Lengyel, I. (2000). A regionális versenyképességről. *12.*
19. Lukovics, M. (2004). A regionális identitás szerepe a regionális gazdaságfejlesztésben. In Czagány L. – Garai L. (szerk.): *A szociális identitás, az infláció és a piac. SZTE GTK Közleményei.* 214–228. Szeged: JATEPress.
20. Magyar Közlöny . (1946). *70 010, I.*
21. Papp-Váry, Á. (2011). Hogyan lesz a településből márka? In *Beszédek Könyve Polgármestereknek.* Raabe Kiadó.

22. Pataki, F. (1987). *Identitás, személyiség, társadalom (Az identitáselmélet vitatott kérdései)*. Akadémiai Kiadó.
23. Piskóti, I., Dankó, L., & Shupler, H. (2002). *Régió- és településmarketing*. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.
24. Piskóti, I. (2012). *Régió- és településmarketing*. Budapest: Akadémia Kiadó Zrt.
25. Piskóti, M. (2015). A környezeti identitás szerepe a környezettudatos viselkedés kialakulásában. Budapest.
26. Rivlin, L. G. (1982). Group membership and place meanings in an urban neighborhood. *Journal of Social Issues*, 38, old.: 75-93.
27. Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The Past, Present, and Future of an Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, old.: 284-297.
28. Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30, old.: 1-10.
29. Tajfel, H., & Turner, J. (1979). *Social Identity Theory In Psychology*.
30. *Teherán, Jelta, Potsdam*. (1972). Kossuth Könyvkiadó.
31. Tóthné, D. K. (2007). *Statisztika*. Gödöllő: Gödöllői Innovációs Központ Kft.
32. Tózsza, I. (2011). A településmarketing elmélet.
33. Töröcsik, M. (1995). Település- és területidentitás kialakítása marketingeszközökkel. *Tér és társadalom*, old.: 17-23.
34. Wild, K. M.-K. (2002). *Zur Sprache und Volkskultur der Ungarndeutschen*. Budapest: ELTE Germanistisches Institut .

Online források:

35. *bauxitfoldtanipark.hu*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023. 02. 13., forrás: <https://bauxitfoldtanipark.hu/>
36. *esterhazyiskola.hu*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023. 02. 13., forrás: https://esterhazyiskola.hu/about_us/ganti-telephelyunk/bemutakozas
37. *Gánt Község Önkormányzata*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023. 02 13, forrás: <https://www.gantfalu.hu/>
38. *gantfalu.hu*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023. 02 13, forrás: <https://www.gantfalu.hu/oktatas/ovoda>
39. *net.jogtar.hu*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023.. 10. 22., forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=00000003.min&txtreferer=A0300080.TV>.
40. *net.jogtar.hu*. (1913). Letöltés dátuma: 2023.. 02. 11., forrás: <https://net.jogtar.hu/ezer-ev-torveny?docid=91300014.TV&searchUrl=/ezer-ev-torvenyei%3Fpagenum%3D37>
41. *Nyilvantarto.hu*. (2022. Január 01.). Letöltés dátuma: 2023. 01. 29., forrás: www.nyilvantarto.hu/letoltes/statisztikak

42. *vertesvendeglo.hu*. (dátum nélk.). Letöltés dátuma: 2023. 02. 13., forrás:
<https://www.vertesvendeglo.hu>

Mellékletek

1. számú melléklet

Fókuszcsoporthoz fordítókönyv

Fókuszcsoporthoz:	Vezérfonal Témakörök
Köszönet a részvételért. Saját bemutatkozás. Kutatás témájának, céljának bemutatása. Tájékoztatás a hangfelvételtől, adatvédelemről. Biztosítás az információk bizalmas kezeléséről. Nincsenek jó/rossz válaszok. Saját véleménynyilvánítás.	Köszönet Bemutatkozás Kutatás célja Tájékoztatás Adatvédelem Saját vélemény
Hogy hívják Önöket? Mivel foglalkoznak? Hol dolgoznak/ tanulnak:	Résztevők bemutatkozása
<ol style="list-style-type: none">1. Hol laknak Önök?2. Mióta laknak ott?3. Volt már más településen is lakhelyük? (ha igen, milyen hosszú ideig, és mi motiválta Önöket, a jelenlegi lakhely mellett?)4. Amennyiben valaki nem gánti lakos: milyen kötődése van a településhez?5. Mennyi időt tölt a településen? (szabadidőben és hétköznap)6. Mi jut eszükbe a „Gánt” szó hallatán?	Bevezető kérdések lakhely
<ol style="list-style-type: none">7. Élnek a településen rokonaik?8. Tartja a kapcsolatot velük?9. Ha igen, milyen formában és rendszerességgel?10. Hányadik generáció óta él az Önök családja Gánton?11. Vannak közeli ismerősei/ barátai a településen?12. Hogyan, milyen gyakran tartják a kapcsolatot?13. Milyen a közösségi összetartás a településen?14. A különböző nemzetiségűek között érez-e különbséget a településen összetartás terén?15. Bevonhatók-e a fiatalok a helyi közösségbe? Milyen módon?16. Önökben mennyire alakult ki a lokálpatriotizmus? Miért? Önök szerint ez fejleszthető lenne-e? Miként?	Közösség
<ol style="list-style-type: none">17. Milyen szabadidős lehetőségeket ismer a településen?18. Hol tölti Ön a szabadidejét és mivel?19. Gánton milyen intézmények vannak a szabadidő eltöltésére?20. Elégedett Ön a jelenlegi lehetőségekkel? Miért?21. Milyen szabadidős lehetőségeket fogadna szívesen a településen?	Szabadidő lehetőségek

<p>22. Milyen programlehetőségeket ajánlanának Gánton egy idegennek?</p>	
<p>23. Általában hol tölti Ön az ünnepnapokat? 24. Gánton, a különböző ünnepnapokon milyen ünnepségek, rendezvények vannak? 25. Részt szokott venni Ön ezeken a rendezvényeken? Miért? 26. Ha igen, akkor aktív résztvevőként/ szereplőként vagy inkább nézőként 27. Ön szerint elegendő rendezvény van a településen? Esetleg bővítené a jelenlegi lehetőségeket? Milyen programokkal?</p>	<p>Ünnepnapok, rendezvények</p>
<p>28. Gánton milyen hagyományok élnek még? 29. Hogyan jelenik ez meg a falu életében? Mikor és milyen keretek között? 30. Mit gondolnak ezekről a hagyományokról? Önök szerint szükség van ezeknek az ápolására, fenntartására? 31. Mit gondolnak, ez a falu hírnevéhez hozzájárul? 32. Önök aktív résztvevői a hagyományok ápolásának? Milyen formában jelenik ez meg az életükben? 33. Milyen érzelmeket vált ki Önökben a hagyományok ápolása? Esetleg ettől erősödik az érzés Önökben, hogy gántiak?</p>	<p>Kultúra, hagyományápolás</p>
<p>34. Mely településen dolgoznak/tanulnak Önök? 35. Milyen munka/ tanulási lehetőségeket ismernek Gánton? 36. Elégedettek ezekkel a lehetőségekkel? Esetleg bővítenék ezeket?</p>	<p>Hétköznapiak</p>
<p>37. Milyen közintézményeket ismer Gánton? 38. Igénybe veszi az ott lévő intézményeknek a szolgáltatásait. 39. Elégedett Ön ezeknek az intézményeknek a szolgálataival? 40. Ön szerint, még milyen intézmény tenné az Önök életét könnyebbé? Mivel?</p>	<p>Közintézmények/ szolgáltatások</p>
<p>41. Egy vaktérkép segítségével igazítsanak útba egy járókelőt! (cél: az ismertebb pontok, épületek felsorolása) 42. Önök miként ítélik meg Gántot? 43. Önök szerint milyen Gánt megítélése mások által? 44. Soroljon fel minimum 5 dolgot, amiért jó Gánton élni? 45. Soroljon fel minimum 5 tényezőt, amiért nem jó Gánton élni? 46. élni? 47. Ajánlaná barátainak/ismerőseinek, hogy látogassanak el a településre, esetleg oda is költözzenek? Miért? 48. Ha egy ismerősét meg akarná győzni, hogy Gántra látogassanak vagy oda is költözzenek, milyen érveket hozna fel? 49. Önök szerint miben különbözik Gánt a környező településektől? Miben?</p>	<p>Településről alkotott vélemények, települési imázs</p>

50. Önök szerint az idelátogatók és a környékbeli települések lakosainak mi a véleménye Gántról?	
51. Ön „gántinak” érzi magát? Ez miben jelenik meg? 52. Milyen érzés „gántinak” lenni? Milyen érzelmek jelennek meg Gánt esetén? (büszkeséggel tölti el, esetleg szégyennel? 53. Mit jelent Önnek gántinak lenni? Mitől érzi magát gántinak? Mitől különbözik más települések lakóitól? 54. Mivel tud azonosulni Gánton? 55. Hol képzelel el a jövőjét? 56. Ön szerint 5-10 év múlva hol fog élni? 57. El tudja képzelni, hogy esetleg nem Gánton fog élni? 58. Miért költözne el a településről?	Helyidentitás
59. Hol képzelel el a jövőjét? 60. Ön szerint 5-10 év múlva hol fog élni? 61. El tudja képzelni, hogy esetleg nem Gánton fog élni? 62. Elköltözne Gántról vagy sem? 63. Kötődik-e Gánthoz? Miért? Mi köti ide?	Helykötődés
Résztevők kérdései, megjegyzései	Kérdések, megjegyzések
Köszönetnyilvánítás	Befejezés, köszönetnyilvánítás

2. számú melléklet

Kérdőív

Üdvözlöm! Fülöp Eszter vagyok, a Magyar Agrár-, és Élettudományi Egyetem végzős hallgatója. Szakdolgozatomban azt vizsgálom, hogy a gánti lakosok hogyan kötődnek a településükhöz, és ez hogyan járul hozzá a településen élők jóllétéhez. Kérem, az alábbi kérdőív kitöltésével járuljon hozzá a kutatásom sikerességéhez.

Az adatokat csak ehhez a kutatáshoz használom fel, harmadik fél részére azokat nem adom ki. A válaszadás anonim és önkéntes. A kérdőív kitöltése 10-15 percet vesz igénybe.

1. Az Ön állandó lakcíme vagy tartózkodási helye Gántra szól?

- 1 Igen
- 2 Nem

2-as válasz esetében megköszönöm a választ és elköszönök.

8/2. Szakasz

Lakóhelyválasztás oka

2. Hol van az Ön munkahelye/ iskolája? Válasszon az alábbi lehetőségek közül!

- 1 Gánton
- 2 Gánttól 5-15 km távolságra
- 3 Gánttól 15-30 km távolságra
- 4 Gánttól 30-50 km távolságra
- 5 Gánttól több mint 50 km távolságra

3. Mióta él Gánton?

- 1 Kevesebb, mint 1 éve
- 2 1-2 éve
- 3 3-4 éve
- 4 5-10 éve
- 5 Több mint, 10 éve

4. **Mennyiben érzi magát... (A 4 szempontnak összességében nem kell 100%-ot kiadnia)**

	0%	25%	50%	75%	100%
Gánti lakosnak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fejér vármegyei lakosnak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magyarországi lakosnak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Európai lakosnak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. **Önnek élnek rokonai Gánton?**

- 1 Igen
- 2 Nem

6. **Az alábbi szempontok közül válassza ki, amely miatt Ön Gántot választotta lakóhelyéül. Kérem, 3 állításnál többet ne válasszon!**

- 1 Család/ rokonok
- 2 Nyugalom
- 3 Közösség
- 4 Gazdasági szempontok
- 5 Természeti adottságok
- 6 Születésem óta itt élek
- 7 Házastárs/ élettárs idevalósi
- 8 Egyéb, és pedig:

7. Mi befolyásolja Önt leginkább a lakóhelyének kiválasztásában? Kérem, az alábbi állítások közül válasszon egyet!

- 1 Nyugodt, békés környezet
- 2 Szeretteim/rokonok közelsége
- 3 A hely szeretete
- 4 Jól kiépített infrastruktúra
- 5 Munkalehetőség a környékben
- 6 Helyben lévő szolgáltatások
- 7 Helyben lévő oktatási intézmények
- 8 Egészségügyi ellátottság
- 9 Intézmények elérhetősége (önkormányzat, művelődési ház, orvosi rendelő, oktatási intézmények)

8. Mennyire fontosak az alábbi szempontok az Ön lakóhelyének kiválasztásában? Jelölje, kérem, az alábbi skálán! (1= egyáltalán nem fontos;5=nagyon fontos)

	1	2	3	4	5
Ingatlan ára	0	0	0	0	0
Munkalehetőség közelsége	0	0	0	0	0
Település földrajzi fekvése	0	0	0	0	0
Településhez való kötődés	0	0	0	0	0
Családi kötelékek	0	0	0	0	0
Közösség	0	0	0	0	0
Helyi hagyományok tisztelete	0	0	0	0	0

9. Mennyire kötődik Gánthoz és a térséghez? Jelölje, kérem, az alábbi skálán! (1= egyáltalán nem kötődöm; 5=erősen kötődöm)

1	2	3	4	5
0	0	0	0	0

10. Tervezi, hogy a településről elköltözik? Kérem, válasszon egyet az alábbi felsorolások közül!

- 1 Egyáltalán nem tervezem
- 2 Igen, 1-2 éven belül
- 3 Igen, 5 éven belül
- 4 Talán

11. Ön tagja valamely gánti közösségnek?

- 1 Igen
- 2 Nem

12. Ön tartozik valamilyen nemzetiséghez?

- 1 Igen
- 2 Nem

„Nem” válasz esetén ugrás a 16. kérdésre

8/3. Szakasz

A település és a nemzetiségi hovatartozás összefüggései

13. Milyen nemzetiséghez tartozónak érzi magát? Kérem, válasszon az alábbi lehetőségek közül!

- Német
- Cigány (roma)
- Román
- Magyar
- Egyéb, és pedig

14. Milyen kapcsolatot érzékel Ön aközött, hogy gánti lakos és hogy milyen nemzetiségűnek vallja magát! Jelölje, kérem, az alábbi skálán! (1= egyáltalán nem érzek kapcsolatot; 5=úgy érzem, a kettő teljes mértékben összefügg)

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Miben jelenik meg a nemzetiségi hovatartozása? Kérem, válasszon az alábbi lehetőségek közül! Kérem, 3 állításnál többet ne válasszon!

- Nemzetiséghez tartozó hagyományok ápolása
- Tradicionális ételek készítése és fogyasztása
- Nemzetiséghez köthető eseményeken való részvétel
- Táncsoportban való részvétel
- Nyelv ismerete
- Énekkarhoz való tartozás

8/4.Szakasz

Gánt imázsa

16. Milyen mértékben ért egyet az alábbi, Gántra vonatkozó állításokkal! Jelölje az alábbi skálán! (1=egyáltalán nem értek egyet;5 =teljes mértékben egyetértek)

	1	2	3	4	5
A közösség összetartó	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jellemző a lokálpatrióta szemlélet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fontos a hagyományok ápolása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A rendezvények színesek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A rendezvények színvonalasabbak, mint a környező településeken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A helyiek befogadóak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A helyiek büszkéek a településre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A legtöbben fontosnak tartják a lakosság jólétét	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Mi jut eszébe Önnek a "Gánt" szó hallatán! Kérem, válasszon az alábbi lehetőségek közül minimum 1-et és maximum 3-at!

- 1 Család
- 2 Közösség
- 3 Otthon
- 4 Bauxitbánya
- 5 Természet
- 6 Német nemzetiségi kultúra
- 7 A hely, ahol élek
- 8 Gyermekkor
- 9 A Vértes lába
- 10 Erdő
- 11 Hegyek
- 12 Vértes Vendéglő
- 13 Büfé
- 14 Nyugalom
- 15 Béke
- 16 Összetartás

8/5. Szakasz

A település jellemzése

18. Ön büszke a településére?

- 1 Igen
- 2 Nem

19. **Hogyan értékeli Gánt adottságait? Jelölje kérem az alábbi skálán! (1=nem megfelelő;5 =kiváló)**

	1	2	3	4	5
Elhelyezkedés és megközelíthetőség	0	0	0	0	0
Szórakozási lehetőség	0	0	0	0	0
Közterületek tisztasága	0	0	0	0	0
Zöld területek - vonzó környezet	0	0	0	0	0
Helybéliek vendégszeretete	0	0	0	0	0
Vendéglők színvonala	0	0	0	0	0
Szálláshelyek színvonala	0	0	0	0	0
Kulturális programok	0	0	0	0	0
Vásárlási lehetőségek	0	0	0	0	0
Közbiztonság	0	0	0	0	0
Úthálózat minősége	0	0	0	0	0

20. **Milyen szolgáltatást vesz igénybe Gánton? Kérem az alábbi lehetőségek közül válasszon!**

- Posta
- Orvosi ellátás
- Fodrász
- Kozmetika
- Masszázs
- Hivatali ügyek
- Bevásárlás
- Oktatás
- Vendéglátás
- Mindegyiket
- Egyiket sem

21. **Mennyire elégedett a Gánton lévő vállalkozások számával? Jelölje, kérem, az alábbi skálán! (1= egyáltalán nem vagyok elégedett;5=teljes mértékben elégedett vagyok)**

1	2	3	4	5
0	0	0	0	0

22. **Ön ajánlaná a települést mások számára?**

- 1 Igen
- 2 Nem

23. **Ön szerint a település miért vonzó a turisták számára? Kérem, válasszon ki az alábbi felsorolás közül egyet!**

- 1 Természeti adottságok
- 2 Rendezvények
- 3 Helyiek vendégszeretete
- 4 Vendéglő színvonala
- 5 Helyi látványosságok

24. **Mit tart a település legfőbb értékének? Válasszon az alábbi lehetőségek közül!**

- Nyugodt, csendes környezet
- Összetartó közösség
- Hagyomány és kultúra ápolása
- Vendéglátás
- Természeti adottságok
- Megközelíthetőség
- Helyi rendezvények
- Szolgáltatások minősége
- Rendezett, tiszta közterületek
- Egyéb, és pedig...

25. Milyen programot ajánlana a településre látogatók számára? Kérem, válasszon ki az alábbi felsorolás közül egyet!

- 1 Túrázás
Látványosságok megtekintése (templom, forrás,
- 2 bányamúzeum...)
- 3 Valamely rendezvényen való részvétel (advent, májfadöntés...)
- 4 Valamely vendéglátóhely kipróbálása

26. Milyennek ítéli meg a települést? Válasszon az alábbi lehetőségek közül egyet!

- 1 Pozitív
- 2 Negatív
- 3 Vegyes

8/6. Szakasz

Fejlesztések

27. Ön mely fejlesztéseket tartaná a legfontosabbnak? Kérem, az alábbi felsorolásból válasszon ki maximum hármat!

- 1 Bicikliút kiépítése
- 2 Rendezvények színvonalának fejlesztése
- 3 Rendezvények témájának színesítése
- 4 Helyi egészségügyi ellátás javítása
- 5 Helyi oktatás színvonalának javítása
- 6 Új munkahelyek létesítése
- 7 Vásárlási lehetőségek bővítése
- 8 Telefonhálózat javítása
- 9 Internet szolgáltatás javítása
- 10 Vendéglátó egységek javítása
- 11 Helyben elvégezhető hivatali ügyek bővítése
- 12 Szabadidős tevékenységek bővítése
- 13 Közterületek tisztaságának javítása

8/7. Szakasz

Demográfiai adatok

28. **Hány éves Ön?**

- 1 18 év alatt
- 2 18-25 év közötti
- 3 26 - 40 között
- 4 41 - 50 között
- 5 50 év felett

29. **Mi az Ön neme?**

- 1 férfi
- 2 nő

30. **Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége**

- Befejezett 8. osztály
- Szakma-, középfokú szakképesítés
- Érettségi
- Felsőfokú képzettség

31. **Hány személy él jelenleg az Önök háztartásában?**

- 1 fő
- 2 fő
- 3 fő
- Több mint 3 fő

32. Kérem jelölje meg, mennyi az Ön családjában az egy főre eső havi nettó átlagjövedelem nagysága!

- 154 280 Ft alatt
- 154 280 Ft - 340 000 Ft
- 340 001 Ft - 450 000 Ft
- 450 001 - 680 000 Ft
- 680 000 Ft felett

8/8. Szakasz

Köszönetnyilvánítás

Köszönöm, hogy válaszaival hozzájárult a dolgozatom sikerességéhez!

Függelék

NYILATKOZAT

szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Fülöp Eszter
A Hallgató Neptun kódja: XLGOTW
A dolgozat címe: Gánt településmarketing tevékenységének vizsgálata,
különös tekintettel a helyidentitásra és annak településen
megjelenő hatására
A megjelenés éve: 2023
A konzulens intézetének neve: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozategyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2023. év november hó 03. nap


Hallgató aláírása

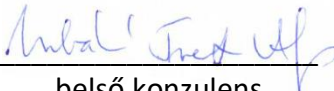
NYILATKOZAT

Fülöp Eszter (hallgató Neptun azonosítója: XLGOTW) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védelemre **javaslom** / **nem javaslom**¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen **nem**^{*2}

Kelt: 2023. év november hó 03. nap


belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.