



***„A város, amely hív,
és visszavár”***

***Hajdúnánás Városmarketing Terve
- Tervezet -***

I.

MERRE? TOVÁBB!

Talán túlságosan is irodalminak tűnik a fejezet címe, de valóban fontos kérdés, hogy egy több mint 400 éves város (itt tekintsünk el attól a tényről, hogy a település ősről a XII-XIII. századtól tudnak, és hogy már a Várad Regestrum 1301-ben Nánást említi, és hogy a későbbiek során főként Nánásmonostora név alatt bukkant fel, jelezve és egyértelművé téve, hogy egyházzal rendelkező település, amely történelmét 1605. december 12-től származtatja, amikor Bocskai István Korponán kelt kiváltságlevele 9254 szabadhajdút kiemelt, és „elrendelte őket törvényes utódaikkal együtt a mai Magyar és Erdély országok igaz nemesi sorába és számába beírni és számolni”) múltjából táplálkozva, jelenét megélve, hogyan formálja jövőjét.

Áttekintve Hajdúnánás gazdasági, társadalmi, környezeti és más tényezőit megállapíthatjuk, hogy a város eredeti funkciója – a kisvárosi szerep – a jövőben is alapvetően meghatározza annak fejlődését. Hajdúnánás sokáig a nehezen megközelíthető, a rendszerváltás előtt másodlagosan kezelt város volt, ezt nem lehet figyelmen kívül hagyni a városfejlesztés során, emiatt inkább erősíteni kell, előnyként kezelve a sokszor hátrányosnak gondolt jellemzőit.

A gazdasági környezetet szem előtt tartva a magasabb hozzáadott értékű ipari fejlesztésekre kell helyezni a hangsúlyt, hiszen a szomszédos országok itt kevésbé versenyképesek. Emellett a jövőbeni infrastrukturális beruházások, az autópálya mindenképpen erősíteni fogják Hajdúnánás kistérségi logisztikai szerepét is. Magyarországon kevés olyan város van, mely 20 km-en belül három autópálya lehajtó van és szinte egyforma távolságra három megyeszékhely található.

Nyilván nem szabad elfeledkezni arról sem, hogy különösen Debrecen és Nyíregyháza lendületes fejlődése segíti és felértékeli Hajdúnánás logisztikai lehetőségeit is.

A későbbiekben olvasható helyzetelemzés alapján **a város jövőképe egy gazdaságilag erősödő, idegenforgalomra alapozó élhető és vonzó, csendes kisváros** lehet.

A gazdaság fejlődésének egyik alapeleme az új beruházások megvalósítása. Ez lehet akár egy új gép beszerzése is, de zöld- vagy barnamezős beruházások is idetartoznak. Ezen beruházások egyik legfontosabb hozadékai a munkahelyteremtés és a jövedelemtermelés. Emellett az egészséges gazdaságszerkezet kialakulását is elősegítik a gazdaság folyamatos megújulásával.

A prioritás célcsoportjai a külső befektetők, akiknek a megkeresését, fogadását számukra a város lehetőségeinek bemutatását és beruházásuk alatt és után a megfelelő kapcsolattartást biztosítani.

A helyi gazdaság fejlesztésének másik tényezői a helyi vállalkozások, akik szintén különböző befektetésekkel szeretnék fejleszteni szervezetüket.

Kiemelt figyelmet kell fordítani az utóbbi időben az iparág eltűnésével fenyegetett konfekcióiparra, a mezőgazdasági termelőkre, és a kisvállalkozásokra is, mint a munkaerőpiac egyre fontosabb szereplőire.

A helyi vállalkozásoknak leginkább a helyi (főleg önkormányzati) rendszerek fejlesztése a szükséges, a kisvállalkozások részére pedig a széleskörű tanácsadási lehetőségek biztosítása is kiemelt feladat. (Pl.: Vidékfejlesztési Iroda)

A munkaerő-piaci kínálatot folyamatosan közelíteni kell a kereslethez, hogy a leteleplő befektetők és a fejlesztő helyi vállalkozások munkaerőigénye is kielégíthető legyen. Ezért fontos a munkavállalók folyamatos fejlesztése, ami vonatkozik a felnőttképzésre, de a munkahelyi egészségfejlesztésre is.

A prioritás kiemelt célcsoportjai a munkanélküliek, az átképzésre szoruló emberek. Ezért kiemelt feladat kell, hogy legyen a szakképzés, annak minden nehézségével együtt.

Ahhoz, hogy az emberek jól érezzék magukat a városban, egy megfelelő miliő is kell. Ennek az életkörnyezetnek a kialakítása nem csak az ilyen feladatot ellátó szervezeteké, hanem a helyi lakosoké is, ezért a célcsoportok is e két körből kerülnek ki.

Kiemelt célcsoport a fiatalság, akinek el kell sajátítania egy környezetért felelős magatartást.

Egy fejlődő emberi társadalom csak fejlődő emberekre épülhet. Ezért nagyon fontos fejleszteni az emberek egészségét, magatartását, gondolkodásmódját. Ezek lassú folyamatok, amelyek csak hosszú távú gondolkodással indíthatóak el. A prioritás célcsoportjai a helyi lakosok teljes köre, kiemelni nem lehet kisebb csoportokat. Az egyes intézkedések viszont már konkrét célcsoportokra irányulnak.

Amellett, hogy konkrét tevékenységek irányulnak a környezet és az emberek fejlesztésére, szükséges azon rendszerek, mechanizmusok javítása, bővítése is, amelyek biztosítják a lehetőséget a lakosok számára, hogy saját életüket fejlesszék.

Itt kiemelt célcsoport az oktatási rendszer elemei – kapcsolódva az iskolaváros jövőképhez -, de ide tartoznak a szociális és egészségügyi ellátó rendszerek, azon önkormányzati rendszerek is, amelyekkel az emberek nap, mint nap találkoznak ügyeik intézése során, és a különböző igénybe vett szolgáltatások széles köre is.

Hajdúnánáson szükséges a pihenési lehetőségek javítása, bővítése. Új attrakciókat kell kidolgozni, illetve fejleszteni kell a meglévőket. Elengedhetetlen a szálláskínálat bővítése is, figyelembe véve a térségben rendelkezésre álló lehetőségeket is. Ehhez szükséges befektetők bevonása is. A potenciális célcsoportok ennek megfelelően az idegenforgalmi beruházók – helyi és külső vállalkozások is – és a helyi rendezvények szervezői.

A kínálattal párhuzamosan szükséges a kereslet élénkítése is. Ezért a pihenési lehetőségeket minél nagyobb mértékben ismertetni kell a célcsoportok körében. A célcsoportok pedig a pihenni vágyó helyi lakosok (sport, kultúra, szórakozás) mellett az idelátogató turisták is, akiket a városi rendezvények, attrakciók vonzanak ide.

A már létező rendezvények fejlesztéséhez, illetve új attrakciók létrehozásához mindenképpen szükséges a helyi szereplők összefogása, együttműködése, minél szélesebb körű partnerség kialakításával. Egy kulturális rendezvényen például jelenjen meg a város kulturális életének minél több résztvevője.

A célcsoportok az előzőek alapján az egyes rendezvények szervezői, a rekreációs, illetve idegenforgalmi szolgáltatók és a város kulturális, sport és szórakoztatási életének egyéb résztvevői.

Ezek az általánosan megfogalmazott, a marketing tevékenység „célirányát” képező gondolatok, közben nem hallgathatjuk el, hogy Hajdúnánás városnak 2001-ben elkészült az idegenforgalmi koncepciója, mely elsősorban az idegenforgalmi területen részletesebb helyzetelemzést, máshol a megoldásokat kereső felvetéseket tartalmazza.

Hajdúnánás jövőjét csak részben határozza meg a múltja. Rossz út az, ha folyamatosan visszafelé tekintünk. A város jelene jó alapot képez a jövő útjának meghatározásához. Ebben az átpolitizált, olykor téves értékrendű világban kell lenni egy biztos pontnak, amely erősíti a ma erejét és mutatja az irányt.

Ez az értéket meghatározó biztos pont az itt élő EMBER. A hajdúnánásiak, akik hosszú évtizedeken keresztül megtanulták, hogy sikerük legjobb kovácsának önmagukat tekinthetik. Az olykor felerősödő pesszimizmust gyakran felváltotta a lokálpatriotizmus, mely új erőt adott.

Érték és rend! Sokan fogalmazták meg e két szóval válaszukat arra a kérdésre, mit kell tennünk, hogy szlogenünknek, miszerint

„Hajdúnánás a város, amely hív és visszavár!”

eleget tegyünk.

Azt reméljük ez a terv is elősegíti önértékelésünket, és formálja jövőnket.

Legyen így!

II.

B E V E Z E T É S:

Hajdúnánás Városi Önkormányzat Képviselő-testülete a 448/2007. (XII. 20.) számú Határozatával fogadta el 2008. évi munkatervét. Eszerint március hónapban városmarketing terv elkészítésére, annak testület elé terjesztésével bízta meg a város polgármesterét. A rendelkezésre álló rövid idő miatt, az adatgyűjtés elsősorban szakmai kapcsolatokra épült. Miután ez a város első marketingterve, fontos e rövid bevezető keretében néhány definíció közreadását.

A marketing és a városmarketing:

A szakirodalomban többféle értelmezés alakult ki a marketingre és a városmarketingre vonatkozóan. A marketinghez hasonlóan – véleményem szerint – a **városmarketing** is egyfajta **szemléletmód, városvezetői gyakorlat**, amely a rendszer minden elemében érvényesül és összehangolja az egyes alrendszerek működését. A városmarketing tehát egy **komplex folyamat**, egy összefüggő rendszer.

A városmarketing kifejezést a településmarketinggel ekvivalens fogalomként kezelem, és Hajdúnánás városi státusza miatt részesítem előnyben.

A városfejlesztés célja kell, hogy legyen, hogy egy marketing szemléletű terület- és településfejlesztési stratégián, illetve az erre alapozott tevékenység sorozaton keresztül a polgárok és a település gyarapodását, eredményességét minél sokoldalúbban megvalósítsa. Teszi ezt oly módon, hogy a kiválasztott célcsoportok igényeinek a lehető legnagyobb mértékben alkalmazkodik, miközben az adott területen elősegíti a gazdasági és társadalmi folyamatok optimális feltételeinek kialakulását.

A városmarketing céljai eléréséhez a marketing eszköztárának a települések gyakorlatára adaptált elemeit használja, úgymint:

- ☞ **Termék, termékpolitika**, ami a városmarketing esetén a természeti és épített környezet, az intézményhálózat, a közösségi szolgáltatások, és a város által a célcsoportoknak nyújtott szolgáltatások kialakítását, racionalizálását és fejlesztéseit jelenti.
- ☞ **Ár, árpolitika**, ami jelen esetben egyik oldalról a város, mint termék, „előállításának” költségeire vonatkozik (intézményhálózat infrastruktúra fenntartása és fejlesztése, promóciós költségek, stb.). Másik oldalról ennek a „terméknek” az eladásából származó bevételeket jelenti (a helyi adók és támogatások rendszere, a működési és megélhetési költségek, a helyben elérhető szolgáltatások árai és az ingatlan (üzlet) vásárláshoz és a befektetésekhez kapcsolódó költségek). Harmadrészt ezen bevételek és költségek összehangolását és minél nagyobb „profit” (a város gazdagodása, fejlődése) elérését jelenti.

- ☞ **Disztribúciós (elosztási) csatornák**, amik a települések esetében sokkal inkább kapcsolati rendszerként értelmezhetők, mint például a város érdekeinek érvényesítése.
- ☞ **Marketing kommunikáció**, aminek egyrészt a város arculatának kialakítása, illetve támogatása a feladata, másrészt pedig a település által nyújtott előnyök, szolgáltatások népszerűsítése, továbbá a célcsoportok befolyásolása, meggyőzése az adott előnyök kihasználására és szolgáltatások igénybevételére.

Sajnos gyakran olyan értelmezésekkel is találkozunk, amelyben a marketinget a kommunikációval azonosítják. Ez a definíció azonban nem teljes. A marketing és a városmarketing is több, mint kommunikáció, és ez utóbbi csak kis – de annál látványosabb – részét alkotja a marketing folyamatoknak. A városmarketing tulajdonképpen a marketing szemléletmód specifikus területen történő alkalmazása. Ezáltal több sajátossággal is bír:

- ☞ Maga a szó is utal a jelentés komplexitására (lehet a városnak a marketingje, a városban folyó marketing, vagy a város érdekében történő marketingként is értelmezni).
- ☞ Központjában a település, a város áll, azonban céljai, eredményei kiterjeszthetők a kistérségre és régióra is.
- ☞ A várost egy sajátos, komplex termékként azonosítja, mely komplex termék a településmarketing esetében természeti és épített környezetből, intézményhálózatból, közösségi szolgáltatásokból és a célcsoportoknak nyújtott szolgáltatásokból áll. Ezek egymástól nem elválaszthatók, csak együtt értelmezhetők, hiszen csak komplexen tudják reprodukálni a város által nyújtott kínálat benyomását.
- ☞ A tervezéssel is szoros kölcsönhatásban van, menedzsment jellegű folyamat (tervezés – szervezés – végrehajtás - visszacsatolás).
- ☞ Célja a város fejlesztése, egy hosszú távú vezetési és cselekvési program kidolgozás révén.
- ☞ A városról kialakított vízióն alapul.
- ☞ Szereplői között (önkormányzat, intézmények, fejlesztési társulások, civil szervezetek) szoros kapcsolat áll fenn.
- ☞ Az adott területen folyó társadalmi és gazdasági folyamatokat előre megadott célok szerint maximalizálja.
- ☞ Hangsúlyozza a város vezetői és a helyi érdekképviselői szervek, valamint az egyes célcsoportok közötti minél hatékonyabb együttműködést és kommunikációt.
- ☞ Arra törekszik, hogy a város tökéletesítse, élénkítse cserefolyamatait partnereivel.

A városmarketing tehát olyan irányítási, vezetési és szervezési megoldás – és egyben gondolkodásmód – amely képes érvényesíteni és koordinálni a település egyes célcsoportjainak akaratát a működésben és a fejlesztésben, miközben ennek a komplex társadalmi, gazdasági, környezeti és szociális rendszernek az értékeit, adottságait egyre szélesebb körben ismerteti, tudatosítja.

A településmarketing tehát lehetőséget teremt arra, hogy a város beazonosítsa célcsoportjait, úgymint helyi lakosok, helyi vállalkozók-vállalkozások, befektetők és turisták, ami nagy jelentőséggel bír, hiszen ezáltal lehetőség nyílik az egyes célcsoportok szükségleteinek, igényeinek megismerésére, és így olyan kínálat dolgozható ki mely a célcsoportok igényeihez leginkább alkalmazkodik. Ugyanakkor az egyes célcsoportok igényei között komoly konfliktusok is lehetnek, melyeknek kezelésére szintén a település által folytatott meggyőző marketing aktivitás tűnik a

leghatékonyabb módszernek. Ezáltal a fent említett komplex társadalmi, gazdasági és szociális elvárások valóban harmonizálhatóak a közösség és a település javára.

Miért fontos a városmarketing?

Hazánk Európai Unióhoz való csatlakozása közvetlen hatással van a regionális, fejlődésre, és ezen keresztül a városok fejlődésére is. A megváltozott körülményekhez való alkalmazkodás nehéz feladat elé állítja a városi vezetőket, és szervezeteket.

Az EU csatlakozás mellett kiemelkedő jelentősége van a régiók, illetve a városok fejlődésében a nemzetközi regionális együttműködés erősödésének.

Az együttműködés folyamatos lehetőséget biztosít a különböző partnerségi kapcsolatokra, a közösen megvalósított projektek szervezésére, a testvérvárosi együttműködésre, stb. Mindemelllett a globalizációs folyamatok a régiók, és ezen belül a városok versenyének nemzetközivé válását is erősíti; nő a konkurensok száma, fokozódik a versenyhelyzet. A városmarketing alkalmazása segítséget nyújthat a fenti problémák megelőzésében, illetve orvoslásában, a partnerkapcsolatok szélesítésében, illetve az ismertség és elismertség fokozásában, ezáltal növelheti a város versenyképességét is.

Új kistérségek jöttek létre, községek városokká fejlődnek, súlypontok helyeződnek át. A közigazgatási átalakulással a versenypozíciók újrendeződése történik, amely szintén a városmarketing szerepének erősítését indokolja.

A városmarketing terv, mint minden marketing terv, a meglévő körülményekhez igazodik, és egy átfogó szemléletmódot alkalmazva ad megoldási javaslatokat a problémák kezelésére.

Hajdúnánás városmarketing koncepciójának stratégiai céljai megegyeznek a városfejlesztés fő céljaival. A városmarketing terv azonban a célokat marketing szempontból közelíti meg, és így egy átfogó marketing tevékenységgel lehet majd támogatni a városfejlesztés – hosszútávon egyező – céljait is.

Szeretném hangsúlyozni, hogy a városmarketing tervet nem lehet elhatárolni a városfejlesztés, de tágabb értelemben véve a kistérség, illetve a regionális fejlesztési tervektől.

III.

A HELY, AHOL ÉLÜNK

Hajdúnánás városa Hajdú-Bihar megye észak-keleti ritkán lakott térségében fekszik, a megye negyedik legnépesebb települése. A város Nyíregyházától 27 km, míg Debrecentől 40 km távolságra fekszik. Hajdúnánás Hajdúdoroggal és Hajdúböszörménnyel együttesen alkotja a Hajdúböszörményi Kistérséget.

Hajdúnánáson 2007. január 1-jén 18.360 fő volt az állandó lakosok száma. A születések száma a városban csökken, a halálozások száma nő. A lakosság átlagéletkora növekszik. Megfigyelhető Hajdúnánáson is az országos tendenciákhoz hasonlóan a lakosság „természetes” fogyása.

A város közigazgatási területe 25.962 hektár, ebből 1.032 hektár a belterület. A város az 1970-es évekig agrárváros volt, majd az ipartelepítés következtében agrár-iparváros lett. Ezt a jellegét a mai napig megőrizte. A város lakossága elsősorban a jó minőségű löszhátai földterületek megműveléséből él. Itt működik az

ország egyik legnagyobb és legkorszerűbb gabona-feldolgozó malomüzeme. Több kisebb és közepes nagyságú ipari üzem is munkahelyet biztosít az itt élő embereknek.

A város önkormányzati tulajdonú létesítményei közül elsősorban az 1958. évben 1.019 méter mélységből feltárt 67C°-os hévízre – 14 hektáros területen – telepített, egész évben üzemelő gyógyfürdő emelendő ki, amely által Hajdúszoboszló után Hajdúnánás a megye második legnagyobb idegenforgalmú gyógyfürdő helye lett.

Az önkormányzat a Polgármesteri Hivatalon és intézményein, illetve gazdálkodó szervezetein keresztül látja el feladatit. A költségvetési szerveknél és a kizárólagos önkormányzati tulajdonú HÉPSZOLG Kft.-nél, illetve a Hajdúnánási Gyermekek- és Közétkeztetési Kht.-nél teljes munkaidőben foglalkoztatottak révén az önkormányzat az egyik legnagyobb foglalkoztató a városban.

A költségvetési intézmények közül Óvodai és Általános Iskolai Gazdasági Ellátó Intézmény 2008. január 1-jén 8 fő közalkalmazottal megkezdte működését. Ezen intézmény keretében működik részben önálló intézményként:

- az I. számú Óvodai Egység 39 fővel,
- a II. számú Óvodai Egység 45 fővel,
- a Maklár Lajos Általános Iskola, Gimnázium, Alapfokú Művészetoktatási Intézmény és Pedagógiai Szakszolgálat 65 fővel,
- a II. Rákóczi Ferenc Általános és Művészeti Iskola 40 fővel,
- a Barcsa János Általános Iskola 36 fővel,
- a Bocskai István Általános Iskola 31 fővel.

Ezen részben önálló intézmények látják el Hajdúnánáson az óvodáskorú gyermekek nevelését 3 éves kortól a gyermek iskolába lépésig, maximum 7 éves korig, illetve végzik az alapfokú oktatás és nevelés feladatainak többségét. Az oktatási intézmények teljes profiltisztítást követően pedig kizárólagosan láthatják el az általános műveltséget megalapozó alapfokú nevelést, oktatást 1-8. évfolyamokig.

Habár a Maklár Lajos Általános Iskola, Gimnázium, Alapfokú Művészetoktatási Intézmény is rendelkezik középfokú, kifutó rendszerű gimnáziumi oktatással jelenleg, mégis alapvetően a középiskolai, térségi vonzerővel bíró oktatást elsősorban a nagy múltú Körösi Csoma Sándor Gimnázium és Szakközépiskola, Kollégium, valamint a Csiha Győző Általános, Közép- és Szakképző Iskola biztosítja. A Csiha Győző Általános, Közép- és Szakképző Iskolában 61, a Körösi Csoma Sándor Gimnázium és Szakközépiskola, Kollégiumban 60 fő pedagógus biztosítja a magas színvonalú oktatást. Ez utóbbiakban említett két középiskola 2008 augusztus 1-től már összevontan, egységes középiskolaként fog működni a városban.

A városban a közművelődési, közgyűjteményi feladatokat a 19 fővel működő Móricz Pál Városi Művelődési Központ és Könyvtár látja el. Míg a 41 fővel működő Szociális Gondozási Központ keretében történik a személyes gondoskodást nyújtó ellátások biztosítása, a Családsegítő és Gyermejkölési Szolgálat, valamint a Városi Bölcsőde működtetése.

Az egészségügyi alapellátásokat részben vállalkozási szerződés alapján, részben pedig a 35 főt alkalmazó Városi Szakorvosi Rendelőintézet és Ápolási Intézet révén biztosítja az önkormányzat.

A Polgármesteri Hivatalban több mint 60 fő biztosítja a helyi közigazgatási feladatok magas szintű ellátását. Ezen túlmenően jelentős számú – az elmúlt évben átlagosan 55 fő – a közhasznú és közcélú foglalkoztatás is, elsősorban köztisztasági, parkgondozási és különböző karbantartási-javítási munkálatok elvégzésére. A munkanélküliségi ráta (relatív mutató) a városban 2007 őszén 9,13%, ez magasabb az országos átlagnál.

A város infrastruktúrája alapvetően megfelel a kor igényeinek, további fejlesztése az itt élők elemi érdeke.

Hajdúnánás az M3-as autópálya révén könnyen megközelíthető vált, és ezáltal bekapcsolódott az európai úthálózat vérkeringésébe. A környező nagyobb városok felé, így Nyíregyháza, Debrecen, illetve Miskolc irányába is jelentősen lecsökkentek a közúthálózaton a menetidők. A megnövekedett tehergépkocsi forgalom révén azonban nagyon sok út minősége romlott az elmúlt időszakban. A helyközi tömegközlekedést a volánbuszok és a vasút menetrend szerinti járatai biztosítják. A város területén a szilárd burkolatú utak hossza 72 km, ez az összes belterületi út 80%-a.

Hajdúnánáson 6.921 db lakás mindegyikébe be van vezetve az ivóvíz és villamos energia. A lakások mintegy 81%-a a vezetékes gázhálózatra is rákötött már korábban. 650 db lakás van a távfűtésbe bekapcsolva. A település nagy része, a lakások mintegy 85%-a van rákötve a szennyvízhálózatra.

Az ivóvíz – és szennyvíz elvezetési, tisztítási szolgáltatást, valamint a távhő szolgáltatást a HÉPSZOLG Kft. végzi, míg az E.On biztosítja helyben a villamos energia, a TIGÁZ pedig a gázszolgáltatást. A Hajdúsági Hulladékgazdálkodási Kft. végzi a települési szilárd hulladék elszállítását, a kommunális hulladékgyűjtésbe bevont lakások aránya 95%.

IV.

A VARÁZSSZÓ

Azt mondják, akkor vagyunk képesek tárgyilagos értékitételre, ha ismerjük erősségünket, gyengeségeinket, lehetőségeinket és a veszélyeket. Az ún. SWOT analízist egyfajta varázsszónak tekintik. **Hajdúnánás SWOT analízisét 16 területre vonatkoztatva** készítettem el.

Természeti és épített környezet:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jelentős zöldfelület a város területén ➤ A város telepített erdőinek - köztük a különféle véderdőknek - az igen gazdag cserjeszintje kiváló életteret biztosít számos állatfaj - köztük változatos madárvilág - számára ➤ Rendszeres szűnyogmentesítés ➤ Helyi természeti értékek természetvédelmi oltalom alá helyezése nem megoldott 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város levegője közepesen szennyezett ➤ A városnak a GE területei súlyosan szennyezettek ➤ Zöldterületeink, parkjaink intenzifikálása csekély ➤ A zöldfelületek és a parkolás (lakóhely közeli, belvárosi) létesítményeinek összehangolása nem megfelelő ➤ A városon kívüli vízfolyások, erek mederrendezése nem megoldott
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hajdúnánás 2 autópálya között helyezkedik el, ami logisztikai szempontból nagy jelentőséggel bír. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A szocreál épületállományt egyszerre építették, emiatt egyszerre romlanak el. A restauráció azonban nem oldható meg

<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város térszerkezete egészséges és modern (jól átlátható útszerkezet) ➤ A jelenlegi belterület – ipari és kereskedelmi nagyberuházások kivételével - nagy távlatban is elegendő területet nyújt a fejlesztésekhez (rehabilitáció) ➤ Az épített környezet védelme jellemző ➤ A városi fejlesztések folyamatosak (belváros rekonstrukciója, játszóterek szabványosítása, stb.) ➤ Jelentős szobrászati alkotások vannak a városban ➤ Hajdúnánáson jónak mondható a lakosságra vonatkozó lakásszám, amely 2,76 fő/lakás (országos átlag 2,7 fő/lakás) ➤ Az önkormányzat kiemelten kezeli a családalapítók első lakáshoz jutását kedvezményes ingatlan és telekvásárlással ➤ Minimális a félkomfortos és a komfort nélküli lakások aránya. Vállalkozói lakásépítési kedv fokozódik ➤ a település közművesítettsége kiváló ➤ Középületek akadálymentesítése meg-oldott 	<p>egyszerre, és ez rontja a városképet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A város területén nem lehet nagy, egybefüggő kereskedelmi területet kijelölni (magán-tulajdon lett a meghatározó) ➤ A város nem rendelkezik olyan kimagasló jelentőségű értékkel, mint a hasonló nagyságú városok ➤ A természeti értékeinket nem kellőképpen használjuk ki ➤ Szennyvízcsatornák sokszor kellemetlen szagot árasztanak a lakóövezetekben ➤ Nincs országosan védett műemlék a városban ➤ A zöldfelületek mennyiségileg és minőségileg fejlesztésre szorulnak ➤ A bevezető utak rendezésre szorulnak ➤ A városban meglehetősen terjedelmes alul-hasznosított területek vannak ➤ A meglévő intézményi épületállomány többsége közepesen elavult állapotban van
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kedvező a város földrajzi fekvése, 3 megyeszékhely közelsége ➤ A mezőgazdasági területek az ország legjobb termőterületei közé tartoznak ➤ Az éghajlat kedvező, szélsőségektől mentes és napfényben gazdag ➤ A település kiemelkedő természeti értékekkel rendelkezik (pl. termálvíz) ➤ A város felszín alatti vizei nagy jelentőségűek, az ivóvízkészlet 90%-át adják ➤ Természeti értékek szerepe folyamatosan felértékelődik 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Allergiakeltő növények száma, elterjedtsége egyre nő (parlagfű, fekete üröm stb.) ➤ Egyre több kommunális hulladék keletkezik

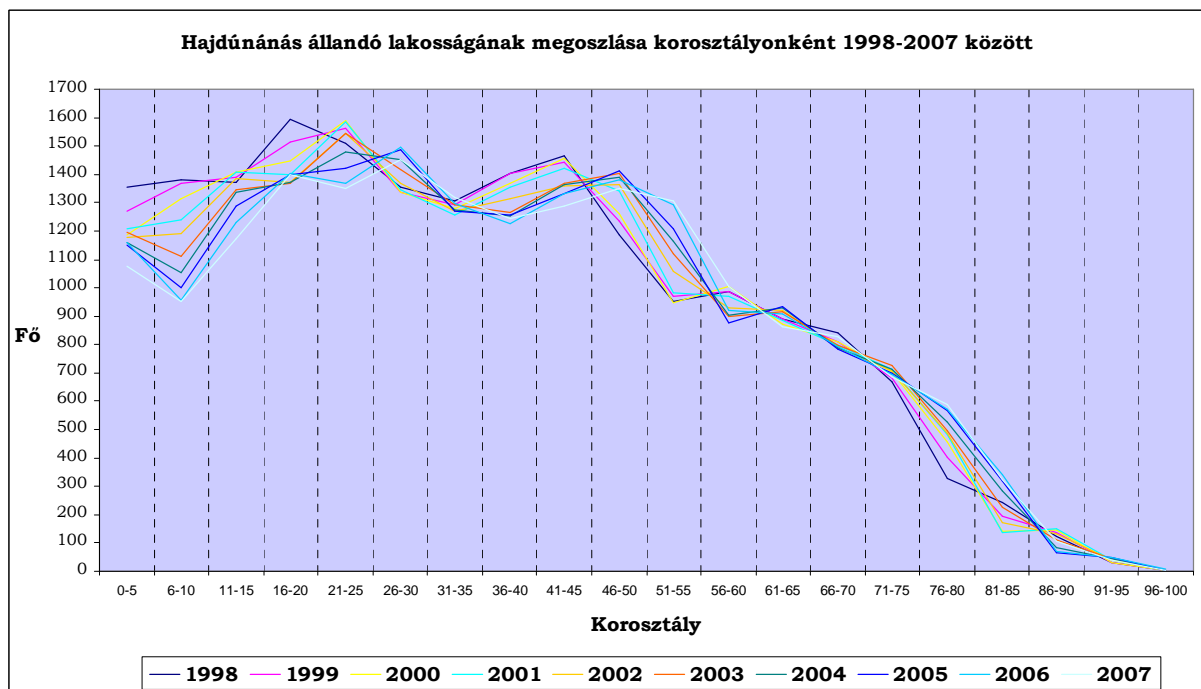
Infrastruktúra és közlekedés:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város térszerkezete egészséges és modern ➤ Hajdúnánás közlekedés-fejlesztési szempontból igen kedvező helyen fekszik ➤ Közműellátottsági mutatóit tekintve hazai viszonylatban jelenleg is előkelő pozíciót tölt be ➤ A gyalogos közlekedést is szolgáló csillapított forgalmú övezetek vannak kijelölve 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nincs helyi közlekedés ➤ A szomszédos településekről beérkező utak katasztrofális állapotban vannak ➤ A csapadécsatornák, szennyvízcsatornák nem megfelelő vízzáróságúak, a felszíni vizeket nem megfelelően vezetik el ➤ A távolsági autóbusz-járatok városi állomásán a várakozási szolgáltatás nem megfelelő (pl. nincs büfé, WC, sőt épület sem)
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kedvező a város földrajzi fekvése ➤ Az infrastrukturális beruházások a város vonzáskörzetét kiterjesztik 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az infrastrukturális beruházások megvalósulása növeli a környezeti terheléseket (zaj, lég, por, hulladék)

➤ A logisztika szerepe felértékelődik	➤ A jelenlegi mintegy 220 személygépkocsi/1000 lakos ellátottsági érték várhatóan 15 év alatt megkétszereződik ➤ A várható forgalomterhelés a parkolásban, a gépjárműtárolásban problémát okozhat ➤ A város vasúti megközelíthetősége nehézkes és színvonalaltalan
---------------------------------------	--

Környezetvédelem:

Erősségek	Gyengeségek
➤ A modern szennyvíztisztító mű működik a városban ➤ Szelektív hulladékgyűjtés van városban, 14 éve elszállítják a hulladékot ➤ A tudatos környezetvédelmi tevékenység folyik a városban ➤ Nagy hangsúlyt kap a lakosság környezetvédelmi tudatának formálása ➤ Szemétgyűjtő akciókat szerveznek a civil szervezetek bevonásával ➤ A városban sok a véderdő, a telepített erdő, amely hozzájárul a levegő szennyezettségének csökkentéséhez ➤ A környezetvédelemben több hajdúnánási szervezet aktívan közreműködik. ➤ A Tiszta Virágos Hajdúnánásért Mozgalom már több éve működik, és egyre többen csatlakoznak a versenyhez. Mind ezt pedig nem pénzdíjért teszik; a nyertesek ugyanis a következő virágosítást megalapozó magvakat nyerhetnek. ➤ Sikeres a parlagfű irtás is a városban. ➤ A természeti értékek helyi védelme megvalósult; az értékeket jelző táblák kihelyezése még nem történt meg. ➤ Az önkormányzat évente kétszer megszervezi a lomtalanítást, és az elektromos hulladék begyűjtést.	➤ A levegő pollentartalma magas ➤ Az illegális hulladék-elhelyezések, illetve a lakosság szemetelésének megelőzése és a szankcionálása nem elég hatékony ➤ A GE telephely szennyezett ➤ Hajdúnánás szeméttelépének felszámolása még csak terv ➤ A hulladékgazdálkodás terén a megelőzés, a hasznosítás és az újrahasznosítás aránya kicsi ➤ A város ipari üzemeiben keletkező termelési hulladékok besorolásuk szerint történő kezelése, ártalmatlanítása nem megoldott ➤ A lakosság az energiatakarékosság iránt nem elkötelezett ➤ Az allergiakeltő növények számának visszaszorítása nem megoldott (parlagfű, fekete üröm stb.) ➤ A város köztisztasága nem megfelelő
Lehetőségek	Veszélyek
➤ Jelentős pályázati források állnak rendelkezésre a környezetvédelem területén ➤ A környezetgazdálkodás, a környezet-tudatosság szerepe felértékelődik ➤ Egyre modernebb technológiai eszközök állnak rendelkezésre a környezeti állapot felmérésére és javítására ➤ A jogszabályi környezet is ösztönzi a környezetkímélő technológiák bevezetését	➤ Az infrastrukturális beruházások megvalósulása növeli a környezeti terheléseket (zaj, lég, por, hulladék) ➤ A nem motorizált közlekedés egyre jobban háttérbe szorul ➤ A városban évről évre egyre több kommunális hulladék keletkezik ➤ A környezetvédelmi szankciók eredményessége gyakran nem megfelelő ➤ A várható forgalomterhelés növeli a levegő- és zajszennyezést

Népesség:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az önkormányzat kiemelten kezeli a családalapítók első lakáshoz jutását kedvezményes ingatlan és telekvásárlással ➤ Az önkormányzat kedvezményeket nyújt a letelepedő szakembereknek 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város népessége folyamatosan, ha kismértékben is, de csökken, ➤ A lakosság-megtartó képesség romlik ➤ Szakképzésből kikerülő fiatalok elvándorolnak ➤ Jellemző a népesség előregedése ➤ A városban magas a válások száma
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A jogszabályi környezet egyre jobban támogatja a családalapítást, gyermek-nevelést (családi pótlék emelése, szocpol támogatás, stb.) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Népességfogyás és a belföldi elvándorlás, ➤ Csökken a gyermekvállalási kedv ➤ A lakosság mobilitási hajlandósága gyenge

Szociális helyzet:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hajdúnánás város önkormányzata szociális feladatait magas színvonalon, teljes körűen látja el, az intézményrendszer sokrétű, egymásra épülő ➤ A bentlakásos intézménystruktúra folyamatosan bővült ➤ Szociális ellátás területén Hajdúnánásnak meghatározó szerepe van a kistérségben ➤ A helyi politika elkötelezettsége ez ellátórendszer fenntartása iránt ➤ Az önkormányzat a nehéz költségvetési helyzet ellenére a vállalt feladatainak körét nem szűkítette ➤ Az egyház, magánvállalkozás is megjelent, -mint szociális tevékenységet folytató -, a városban ➤ A középületek akadálymentesítése megoldott 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A meglévő szociális épületállomány többsége kedvezőtlen építészeti adottságú ➤ Kevés a szociális alapellátást végző nonprofit szervezet, kevés az ellátási szerződés útján történő feladatellátás ➤ A fogyatékos emberekről, helyzetükről kevés adat áll rendelkezésre ➤ A fogyatékos személyek társadalmi integrációja, foglalkoztatásának, rehabilitációjának esélye kedvezőtlen, ➤ Az önkormányzati lakáshoz juttatás folyamatából teljes mértékben kiszorulnak a fogyatékos emberek, hiszen jelenleg az önkormányzat 1 akadálymentes lakással rendelkezik
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az alapfokú szociális szakképzettséggel rendelkezők száma növekszik ➤ A szociálpolitika szerepe folyamatosan felértékelődik ➤ Számos pályázati forrás nyílt meg a szociális tevékenységek támogatására ➤ A jogszabályi környezet is támogatja a hátrányos helyzetű emberek integrálását (oktatás, foglalkoztatás) ➤ A hátrányos helyzetű társadalmi rétegek érdekképviselője erős (pl. Fehér Bot Alapítvány) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A szociális rendszer rugalmatlan és alulfinanszírozott (bár nem mindegyik kötelező önkormányzati feladat) ➤ Folyamatosan nő a társadalmi rétegek közötti szakadék ➤ Folyamatosan nő a szociális ellátási igény (a népesség folyamatos előregedésével) és változik az összetétel ➤ A segélyezés nem teremt új esélyeket, a jelenlegi helyzetet csak konzerválja ➤ Generációs szakadékok, feszültségek folyamatosan nőnek ➤ A csonka családban felnövő gyerekek speciális problémákkal küzdenek

Ifjúság:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A nemzetközi ifjúsági és szakmai együttműködési formákat, a cserét, testvérintézményi kapcsolatokat, hálózati együttműködések batorítja, anyagilag támogatja az önkormányzat ➤ Ifjúsági intézményrendszer működik, Gyermekjóléti és Családsegítő Szolgálat, Ifiház ➤ Az önkormányzat kiemelten kezeli a családalapítók első lakáshoz jutását, kedvezményes ingatlan és telekvásárlással ➤ A városban kielégítő számú és megfelelő szaktudással rendelkező gyermekorvosi praxis működik 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Szakképzésből kikerülő fiatalok elvándorlása ➤ A diákok és a diákönkormányzatok nincsenek maximálisan tisztában a jogaikkal, lehetőségeikkel és kötelezettségeikkel ➤ Diákönkormányzatok működése nem elég hatékony ➤ Az oktatási intézményekben a pályaválasztási felelősi rendszer nem működik (hatékonyan) ➤ A közművelődési intézményekben működő művészeti csoportok híre kevés fiatalhoz jut el ➤ Ifjúsági szabadidős tevékenységi kínálat mennyisége és minősége nem megfelelő ➤ Kommunikáció és együttműködés nem elég hatékony az önkormányzattal ➤ Az ifjúsági szervezetekkel sajnos nem sikerült szoros partnerségi viszonyt kialakítani a városnak. ➤ A diákönkormányzatok tagjainak képzése fejlesztésre szorul.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A fiatalság példaképeket találhat magának a sportolók között ➤ A fiatalok mobilabbak, rugalmasabbak, könnyebben képezhetőek 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A gyermek és ifjúsági korosztályok nem határolhatók el egyértelműen, a gyerekek fejlődési üteme eltérő ➤ A város gazdasági egységei nem tudják felszívni a pályakezdeket ➤ Szakmai gyakorlat megszerzése nehéz ➤ Az ifjúsági szervezet kivételezett helyzete (költségvetési és politikai értelemben) fokozott megosztáshoz vezethet.

Oktatás:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jelentős térségi szerepkörrel rendelkezik a város az oktatás terén ➤ Az oktatási kínálat széles körű ➤ Sajátos nevelési igényű gyermekek részére iskolai programok léteznek ➤ Szakmailag jól felkészült az oktató apparátus ➤ Fejlett és folyamatos megújulásra alkalmas középfokú oktatási intézmények a városban ➤ Gyógypedagógiai nevelés-oktatás folyik a városban 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oktatási intézményhálózat kihasználtsága megfelelő, de a tendencia figyelembe vevő. ➤ Erős az oktatási intézmények önkormányzati függősége. ➤ Az oktatási épületek műszaki állapota csak megfelelő. ➤ Szakképzésből kikerülő fiatalok közül sokan elvándorolnak. ➤ Az oktatási intézményekben a pályaválasztási felelősi rendszer nem működik (hatékonyan). ➤ Oktatási lehetőségek kommunikációja nem megfelelő .

<ul style="list-style-type: none"> ➤ A gyermekek beszédhibáinak korrigálásával, javításával is foglalkozik intézmény ➤ Az iskolák sokat tesznek a hírnevükért; nyílt napok, szóróanyagok, kiadványok, ismertető 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az oktatási intézmények kapacitása (tornaterem, stb.) nem teljes. ➤ Cégek bevonása az iskolai vagy iskola melletti szakképzésbe alig megoldott. ➤ A tanárok gyakori fluktuációja a diákokban is negatív benyomást kelt. ➤ A bentlakásos intézménystruktúra (kollégium) állapota, a műszaki színvonala maximum a 70-es éveknek felel meg. ➤ A szakképzés nincs minden esetben összhangban a cégek igényeivel.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Minőségirányítási rendszerek elterjednek az oktatási szférában ➤ A középfokú oktatási intézmények területi vonzó hatása erősödik ➤ Életen át tartó tanulás szemléletmód egyre jobban elterjed ➤ A TISZK kitágítja a város kistérségi szerepkörét az oktatás területén is 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az oktatás is alulfinanszírozott ➤ Túlkínálat van pedagógusokból ➤ Szűkül az oktatási intézményhálózat, csökken a választék ➤ Finanszírozási problémák miatt csökkennek a speciális programok ➤ Országos szinten túlképzés van a diplomás munkavállalókból ➤ A munkaerő-piaci igények sokkal gyorsabban változnak, mint amennyire a képzési kínálat reagálni képes ➤ A város imázsa nagymértékben befolyásolja az oktatási intézmények imázsát is, és ezáltal az itt tanuló diákok számát.

Egészségügy:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mikro térségi szerepkörrel rendelkezik a város az egészségügy területén ➤ A helyi politika elkötelezett az ellátórendszer fenntartása iránt ➤ Egészségügyi beruházás tervezése van folyamatban ➤ Jó az alapellátási rendszer (iskolaorvosok is) ➤ A városban kielégítő számú és megfelelő szaktudással rendelkező gyermekorvosi praxis működik ➤ Nagy figyelmet fordítanak a városi betegségmegelőzésre ➤ Sokszínű és fejlett szakellátási szolgáltatás-paletta ➤ Széles vállalkozói kör az alapellátásban, magánszolgáltatás is van a városban ➤ Az önkormányzat kedvezményeket nyújt a letelepedő szakembereknek 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tűzoltásszerű önkormányzati forrás-allokáció az egészségügyben ➤ Ellentmondásos finanszírozási rendszer, érdekeltségi rendszerek különbözősége, összehangolatlansága ➤ Az egészségügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos megítélés negatív, a kommunikáció nem hatékony ➤ Szív- és keringési rendszer, a rosszindulatú daganatok, a légzőszervi betegségek miatti halálozások száma az országos átlagnál magasabb, sok az alapellátást igénybevevők száma (143.495), szakrendelés (84.960) ➤ Az egészségügyben az előjegyzés ellenére is hosszú a várakozási, rövid rendelési idő ➤ Elavult műszerek, berendezések ➤ Súlyos szakemberhiány az egészségügyben ➤ Túlnyomórészt rosszkedvű és csalódott ellátó személyzet
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Infrastrukturális beruházások növelik a rendelőintézet vonzáskörzetét 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A betegek érdekeinek érdekképviselése gyengén ellátott ➤ Együttműködések fejlesztésre szorulnak az egészségügyben (házi orvosok tájékoztatása, stb.)

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A minőségi definíciók elégtelenek az egészségügyben ➤ A paraszolvencia elterjedt ➤ Nincs ideje, pénze az embereknek az egészséges életmódra ➤ Folyamatosan változó jogi környezet (egészségügyi reformok) ➤ Növekszik a fokozott ápolást igénylő fekvőbetegek száma, szenvedélybetegek részéről az intézményi ellátás igénylése ➤ Az egyre szaporodó egészségügyi hiányterületek kevésbé értékes szakemberekkel töltődnek fel ➤ Egyre több az allergiás megbetegedések száma ➤ A város imázsa erősen befolyásolja az idelepedő (vagy itt rendelő) orvosok számát.
--	--

Közbiztonság:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Szakmailag megalapozott átfogó iskolai megelőzési program működik a városban (DADA) ➤ Oktatási intézményekben van kiképzett és elkötelezett pedagógus, gyermek és ifjúságvédelmi felelős, drog-koordinátor, s működik a jelzőrendszer. ➤ Városi szintű egyeztető fórumok, bűnmegelőzési célú civilszervezetek (közbiztonsági közalapítvány, polgárőr szervezetek) működnek. ➤ Megtörtént a térfigyelő rendszer megvalósítása. ➤ Az önkéntes alapú bűnmegelőzési célzatú közterületi jelenlétnek hagyományai vannak a városban. ➤ A polgárőr szervezetek és a rendőrség közötti együttműködés jó. ➤ Rendkívül korrekt a kapcsolat az önkormányzat és a rendőrség között ➤ A helyi médiában gyakori a bűnmegelőzéssel, illetve a bűncselekményekkel kapcsolatos információ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nincs a korosztály számára biztonságos szórakozóhely a városban. ➤ A szülők felvilágosítása nem megfelelő a fiataalkori bűnözésről, annak kockázatairól. ➤ A helyi média szerepe (pl. mintamutatás, ügyfélirányítás) ezen a területen fejlesztésre szorul. ➤ Szülői szereppel kapcsolatos felvilágosítás, segítségnyújtás fejlesztésre szorul. ➤ Az önkormányzati hatósági ellenőrzés erősítésre szorul az élvezeti cikkeket árusító üzletek, szórakozóhelyek vonatkozásában. ➤ A csellengő gyermekek számának felmérése hiányzik, a velük való foglalkozás módszertana nem él a városban. ➤ Nincs, vagy hiányos az adatgyűjtés a fiataalkori devianciákról a városban. ➤ Hiányzik a város lakosságának tájékoztatása az áldozattá válás kockázatairól. ➤ Hiányos az együttműködésben érintett szervezetek között az áldozattá válás körülményeiről szóló információáramlás. ➤ Hiányos az áldozattá válás megelőzésére irányuló szolgáltatások ismerete. ➤ A társadalmi bűnmegelőzésről szóló párbeszédbe nincsenek bevonva az érintett gazdasági szereplők, szolgáltatók. ➤ A városba érkező külföldi és belföldi látogatók személy- és vagyonbiztonsága fejlesztésre szorul (koordináció)- közterületi jelenlét ➤ Nincs kellő lehetőség a lakosság körében a mentális- és fizikai önvédelmi képességek

	<p>elsajátítására és fejlesztésére. Az önvédelmi képességet fejlesztő egyéni, nem fizikai önvédelmi technikák megismertetése hiányos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hiányoznak a kultúrált alkohol fogyasztás társadalmi mintái. ➤ Hiányos a tudatállapot módosítású szerek használatáról szóló tájékoztatás. ➤ Növelésre szorul a helyi társadalom toleranciája, integrációra való hajlandósága a büntetett előítéletekkel szemben. ➤ Nincsenek programok, intézkedések a pozitív példák megismertetésére, megerősítésére és a negatív példák ellensúlyozására. ➤ Hiányos a társadalmi tájékoztatás az integráció lehetőségeiről és előnyeiről. ➤ A kommunikációban nem kap kellő szerepet az áldozattá válás ismétlésének és a bűn megelőzésének kapcsolata.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az értelmes időeltöltésnek egy jó lehetősége a szakképzés. ➤ Az állam támogatja a lecsúszott egzisztenciával rendelkező fiatalok számára szervezett képzési programokat. ➤ Az állam pályázati rendszerrel támogatja a városok biztonságának javítását ➤ Technikai bemutatók szervezése a bűnmegelőzés érdekében 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A fiatalok könnyen hozzájutnak a dohányáruhoz, alkoholhoz, kábítószerhez. ➤ A jogi és erkölcsi értékek, normák kellő ismeretének hiánya, ehhez kapcsolódó fejlesztő tevékenységek, pozitív minták hiányossága. ➤ Család-gyermekek-iskola hármasa nincs összhangban. ➤ A lakosság biztonságérzete az elmúlt években érezhetően romlott. ➤ Az emberek félelme a retorziótól, visszatartó erő a jelzőrendszerben. ➤ Hajdúnánás az átutazó bűnözés területén célterületté válhat. ➤ Romlik a városban a közlekedési morál, főleg a motorosok körében.

Kultúra:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kiemelt térségi szerepkörrel rendelkezik a város a kultúra területén is ➤ Könyvtári kultúra magas színvonalú a városban ➤ Az önkormányzat jelentősen támogatja a egyedi kulturális eseményeket ➤ Összefogásra, együttműködésre képes önálló, széles spektrumú kulturális intézmények, mozi, egyre több kiállító terem, stb. működnek a városban ➤ Aktív és széles skálájú civil szerveződések tevékenykednek a kultúra területén (nyugdíjasklubok, hobby körök) ➤ Rendszeres és széles spektrumú kulturális rendezvények vannak a városban 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nincs városi levéltár ➤ A helyi képzőművész-társadalom megosztott, ➤ A közművelődési intézményekben működő művészeti csoportok híre kevés fiatalhoz jut el ➤ A különböző kulturális ágazatok, kulturális szervezetek között gyenge a koordináció ➤ Kulturális programok, lehetőségek nem állnak kellő mennyiségben és minőségben rendelkezésre ➤ A kulturális szervezetek anyagi helyzete, megítélésünk szerint nem elégséges ➤ A kulturális intézmények épületei közepesen elhasználtak

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jelentős szobrászati alkotások találhatóak a városban ➤ Több szakmailag elismert képzőművész tevékenykedik a városban ➤ A helyi klubok, szerveződések gyakran muttkoznak meg városi szinten ➤ Gazdag könyvkiadási hagyomány ➤ Egyedülálló a város nagyságához mérten a NANÁ Színház ➤ A kulturális intézmények kihasználtsága megfelelő. ➤ A város hivatalos honlapja segít a kulturális intézmények és programjaik kommunikációjában. ➤ Jelentős képzőművészeti gyűjtemény található a városban (Pituk gyűjtemény) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A kulturális programok lehetőségek országos szintű kommunikációja nem elég hatékony. ➤ A városban egykor élő, országos hírű művészeket nem támogatják kommunikációs tevékenységükben, így nem tudnak a várost országosan képviselő emblematikus alakká válni. ➤ A városi vezetők egy része nem érdeklődik a kultúra iránt, nem jelennek meg rendezvényeken, előadásokon, kiállításokon. ➤ Sok olyan projekt ötlet merült fel az elmúlt 15 év alatt, ami elveszett, és soha sem valósult meg. ➤ A kultúra irányítását végzők identitás tudata erős tényezővé, ezáltal kirekesztővé is válik.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vannak kulturális pályázati források (NKÖM, NKA) ➤ Az infrastrukturális beruházások növelik a kulturális intézmények, események vonzáskörzetét 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A magánszféra és a vállalati szféra művészetpártoló tevékenysége, hajlandósága gyenge ➤ A nehéz és bizonytalan gazdasági helyzetben csökken a támogatói kör ➤ Nincs ideje, pénze és igénye az emberek többségének a kultúrára ➤ A kulturális intézmények iránti igény csökken ➤ A kulturális szféra magánfinanszírozása a jelenlegi adótörvények miatt nem elterjedt, nehézkes. ➤ Politikai nézet szerint alakulnak a kulturális műsor szervezések

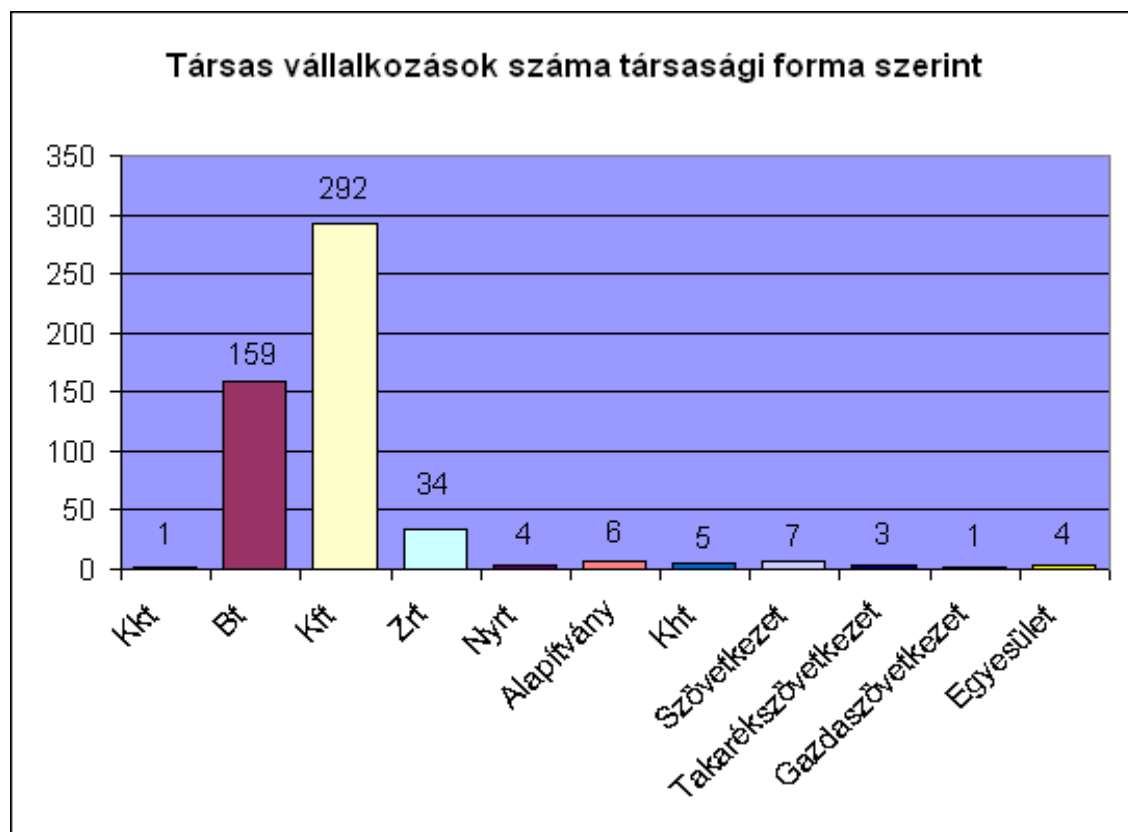
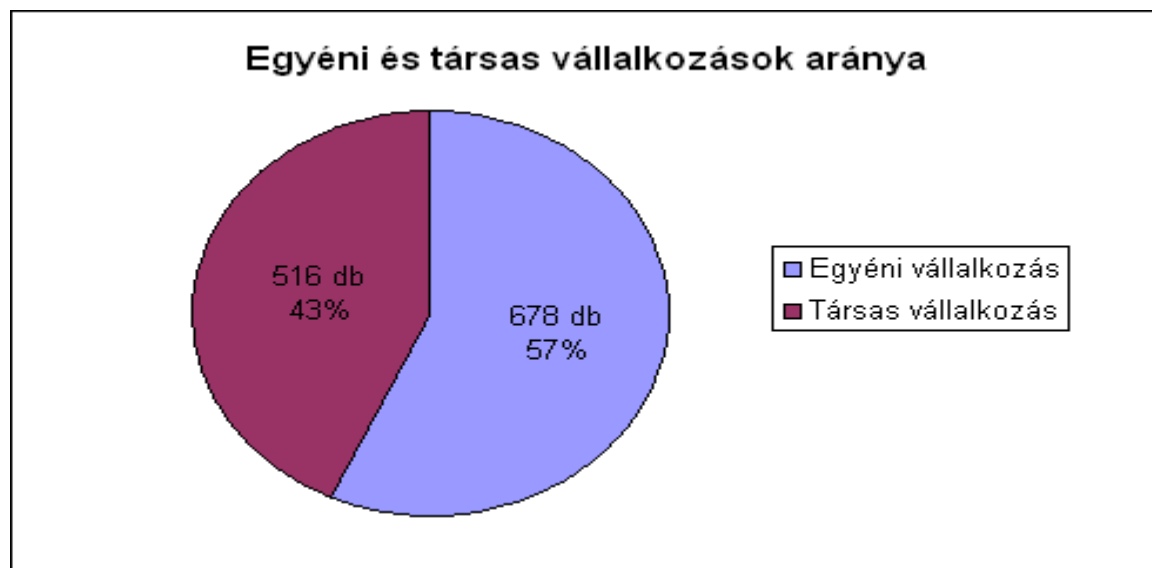
Sport:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város sportolói kiemelkedő eredményekkel büszkélkedhetnek, a városban működő összes szakosztály a város lélekszámához méltó, vagy a fölötti teljesítményt mondhatnak magukénak ➤ Az önkormányzat jelentős részt vállal a városi sportfinanszírozásban ➤ Mind a helyi, és regionális média figyelemmel kíséri a városi sportéletet ➤ A város lakossága büszke, szereti a sportolóit ➤ A sportlétesítmények kihasználtak 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az egyes helyi szakosztályok gyakran egymással versenyeznek a sporttámogatás elnyeréséért ➤ A sportlétesítmények egy része 10-20 éves, modernizálásra, felújításra szorul ➤ A város élsportja nagymértékben támaszkodik a helyi vállalkozások pénzinjekciójára, ➤ A szabadidős lehetőségek publicitása nem megfelelő ➤ Az iskolaigazgatókat nem vonják be kellőképpen a sportfejlesztésbe, az érdekeket nem hangolják össze. ➤ Alig jellemző a tömegsport, kevesen vesznek részt ilyen jellegű eseményen ➤ A városi fürdőben rejlő lehetőség nincs kihasználva, (pl. nincs úszószakosztály)

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A fiatalság példaképeket találhat magának a sportolók között 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nincs ideje, pénze az embereknek az egészséges életmódra, sportra ➤ A városi sportbarát társadalom is öregszik ➤ Egyre drágábbak és költségesebbek a sportok ➤ A város sportjának nincs határozott jövője, jövőképe. ➤ A vállalati tőke sportba való bevonása nehézkes. ➤ A siker hajhászás közben háttérbe szorul az utánpótlás nevelés

Gazdaság és vállalkozások:

Hajdúnánás közigazgatási területén működő egyéni és társas vállalkozások



Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meglévő ipari kultúra, szakképzett munkaerő (több műszakos munkavégzéshez szokott) áll rendelkezésre ➤ Az önkormányzat a helyi gazdasági folyamatok fejlesztésében és támogatásában szerepet vállal 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város gazdasági fejlődésének üteme a hasonló nagyságrendű városokétól alig tér el ➤ A város térségi gazdasági vezető szerepe folyamatosan gyengül ➤ Meglévő vállalatok közötti kommunikáció, együttműködés és partnerség gyenge ➤ Országos átlagnál alacsonyabb adóerő-képesség ➤ Városunkban a pályakezdekők munkanélküliségi rátája az országos és megyei átlagnál magasabb ➤ A lakosok elégedetlenek a munkahelyek sokszínűségével ➤ Nagyterületű ipari és kereskedelmi létesítmények elhelyezésére a város adottságai csak korlátozott mértékben adnak módot, nincs további megfelelő terület ➤ A társadalomorientált marketing szemléletmód és eszközei nem elterjedtek a helyi vállalatoknál ➤ A vállalkozások és a képző intézmények közötti partnerség gyenge.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A Nemzeti Fejlesztési Terv főleg a gazdaság fejlesztését támogatja (munkaerő képzése, új munkahelyek, beruházások, stb.) ➤ Versenypozíció nőhet a logisztikai előnyök kihasználásával 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az EU belépéssel nem adható gazdasági kedvezmények lehetősége ➤ Kieleződik a verseny a kistérségek között a befektetőkért, a lakosokért és a forrásokért ➤ Országos szinten túlképzés van a diplomás munkavállalókból ➤ A város nem tudja felszívni a pályakezdekőket ➤ A szakmunkások megítélése, a szakmunkás szakma presztízse nagyon alacsony

Turizmus, idegenforgalom:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Több projekt valósult meg a látogatottság növeléséért ➤ A városban még Tourinform iroda működik ➤ A városi szálláslehetőségek fejlődése, fejlesztése folyamatban van. ➤ Legnagyobb turista csalogató, a város fürdője ➤ A testvérvárosokkal kialakított kapcsolat kedvező, fejlesztése költségvetési támogatás növelését teszi szükségessé 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alacsony idegenforgalmi kínálat, pedig vannak potenciálok, de azok kihasználatlanok (természeti értékek, kultúra, sport, stb.) ➤ A közterületek elhanyagoltak a külső városrészekben ➤ Az állattartás sokszor kellemetlen szagot áraszt az üdülőövezetben ➤ Nincs elég szálloda, szálláshely és nincs elég idegenforgalmi attrakció ➤ A lakosság és a vendégforgalom pihenési igényeit a felszereltség-berendezettség miatt nem kellő színvonalon kielégítő kínálat jellemzi

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város nem rendelkezik olyan nagy tömegű, kimagasló jelentőségű értékkel, mint a hasonló nagyságú városok többsége ➤ A városban eltöltött vendégéjszakák száma kevés ➤ Alacsony a városi szálláshelyek száma ➤ A kereskedelmi és szórakozóhelyek minősége és száma nem kielégítő ➤ Nem összehangolt a turisztikai- és a városfejlesztés (nincs szállás↔nincs attrakció) ➤ Ifjúsági szabadidős tevékenységi kínálat alacsony ➤ A város zöldterületeinek, parkjainak intenzifikálása (köztéri virágosítás) nem kellően megoldott ➤ A városban valaha élt, országos hírű művészeket nem támogatják kommunikációs tevékenységükben, így nem tudnak a várost országosan képviselő emblemikus alakká válni. ➤ A kulturális programok, lehetőségek országos szintű kommunikációja nem elég hatékony. ➤ A városban a sportturizmus lehetőségeit nem használják ki. ➤ A városban kevés a kapcsolatteremtést elősegítő szórakozóhely, és ezek színvonala is gyenge. ➤ A helyi buszmenetrend főként az iskolák munkarendjéhez igazodik. ➤ A rendezvénykoordináció gyenge a városban.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kedvező a város földrajzi fekvése ➤ A kistérségben is vannak turisztikai értékek ➤ A belföldi turizmus iránti igény nő (üdülési csekk hatása) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Erős a turisztikai verseny ➤ A környezet leromlása ➤ Szomszédos turisztikai területek erősödése ➤ Az emberek igényei a rekreációs lehetőségekkel kapcsolatban egyre csökkennek; manapság már kevesebben járnak sportolni, szórakozni

Imázs:

Erősség	Gyengeség
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A város meglévő formai arculati elemeinek alkalmazása megfelelő ➤ Nagy hangsúly a lakosság környezetvédelmi tudatának formálása ➤ A város lakossága büszke, szereti a sportolóit ➤ Regionális szinten a városi szakértők elismertek, képviselik a térséget 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A lakosok nem értékelik eléggé a város esztétikai értékeit és a földrajzi adottságokat ➤ A lakosok nem ismerik, értékelik a helyi értékeket, adottságokat, erősségeket ➤ A város nem rendelkezik kimagasló jelentőségű értékkel, mint a hasonló nagyságú városok többsége ➤ Idegenforgalmi arculat hiánya

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az imázskutatás nem terjed ki a környező településekre ➤ Helyi lakosok tudatformálása nem elég hatékony ➤ Az itt lakók elégedetlenek a város köztisztaságával ➤ A városhierarchiában elfoglalt hely romlik
Lehetőség	Veszély
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A városban tanuló diákok elősegíthetik a városról kialakult kedvezőtlen imázs javítását (kommunikációs célcsoport) ➤ Új eszközök jelentek meg e területen (honlap) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A településmarketing megítélése és céljai tisztázatlanok ➤ A helyi médiumok között van, mely a városmarketing aktivitást, a marketing kommunikációt politikai alapon közelíti meg ➤ A negatív információk hírértéke magasabb a pozitívakénál a média számára ➤ A nemzetközi kapcsolatok kialakítása, fenntartása nagyon költséges

Kommunikáció, PR:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az önkormányzat médiakapcsolatai jók ➤ Mind a helyi, mind a regionális média figyelemmel kíséri a városi sportéletet ➤ Városháza és az önkormányzat intézményei, önkormányzati tulajdonú társaságok közötti kommunikáció jól funkcionál ➤ A polgármesteri hivatalban rendszeresen használnak kommunikációs eszközöket (tábla, ügyféliroda) az ügyfelek tájékoztatására. Egyre „életszerűbb” a honlap információs ereje. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az ügyfelek és a hivatal, városháza közötti kommunikáció esetleges ➤ A városi kommunikáció célja és a célcsoportok nincsenek definiálva (szegmentáció) ➤ A város külső kommunikációja esetleges, szakmailag nem átgondolt és nem követ egy egységes koncepciót, tervet, időrendet, célokat ➤ A lakosok nem ismerik a helyi értékeket, adottságokat, erősségeket ➤ A városról évente kevés információs anyag jelenik meg ➤ A város nemzetközi kapcsolatai kulturális szempontból költségesek ➤ A különböző kulturális ágazatok, kulturális szervezetek között gyenge a koordináció ➤ A szabadidős lehetőségek publicitása nem megfelelő ➤ Országos és nemzetközi médiumok alkalmazása nem elég hatékony ➤ A lakosság városra vonatkozó információigényének kielégítése nem megfelelő ➤ Helyi lakosok tudatformálása nem hatékony, ➤ Az egészségügyi marketing és kommunikáció nem hatékony ➤ Kulturális intézmények internetes elérése nem lehetséges ➤ A szabadidős lehetőségek publicitása nem megfelelő ➤ Az önkormányzati kommunikáció

	<p>rendszeretlen, „kampányszerű”.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A hivatali munkával kapcsolatban a média kevés hírt közöl. ➤ A média legtöbbször csak a tájékoztató jellegű hírekre reagál, a figyelemfelkeltésre összpontosít, és főként a testületi ülésen elhangzottak érdeklik. ➤ Sokszor zavar van a kommunikációban, nem közlik le időben a híreket, csúsztatásokat közölnek. ➤ A helyi média nem eléggé felkészült, gyakran a cikkeket írók nem értenek az adott területhez.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ A kommunikációs eszközök forradalmi fejlődésen mentek, mennek keresztül ➤ A partnerség és kommunikáció alapelv a fejlesztési szakpolitikákban 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A helyi médiumok között van, amely a városmarketing aktivitást, marketing kommunikációt politikai alapon közelíti meg ➤ A negatív információk hírértéke magasabb a pozitívakénál a média számára ➤ A nemzetközi kapcsolatok kialakítása, fenntartása nagyon költséges ➤ Fontos az ügyintézés a hivatal szempontjából, viszont nem biztos, hogy a normális működésnek van hír értéke. ➤ A médiában sok a közérdekű információ, de ez nem biztos, hogy érdeklődésre talál a lakosság körében. ➤ Manapság jellemzően információdömping van a médiában. Az egyes emberek gyakran nem tudnak kellően eligazodni a hírek között.

Önkormányzati funkciók:

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Épített környezet védelme jellemző az Önkormányzatnál ➤ A városi fejlesztések folyamatosak (belváros rekonstrukciója, játszóterek szabványosítása, stb.) ➤ Az önkormányzat támogatja az egyedi kulturális rendezvényeket ➤ Az önkormányzat médiakapcsolatai jók ➤ A Városháza és az önkormányzat intézményei, önkormányzati tulajdonú társaságok közötti kommunikáció jól funkcionál ➤ Az önkormányzat a nehéz költségvetési helyzet ellenére a vállalt feladatainak körét alig szűkítette ➤ A polgármesteri hivatal belső kommunikáció jól funkcionál ➤ Hajdúnánás önkormányzata szociális feladatait magas színvonalon, teljes körűen látja el, elkötelezett ez ellátórendszer 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Az ügyfelek és a hivatal, városháza közötti kommunikáció nem megfelelő ➤ Önkormányzat és a lakosság közötti kommunikáció nem kielégítő ➤ A csökkenő ráfordítások és a vagyonértékesítések nyomán csökken az önkormányzati befolyás ➤ Az érdekérvényesítés nem elég hatékony (nincs országgyűlési képviselő) ➤ A lakosok negatívan ítélik meg a közelet tisztaságát ➤ Az önkormányzati lakáshoz juttatás folyamatából teljes mértékben kiszorulnak a fogyatékos emberek, hiszen jelenleg az önkormányzat 1 akadálymentes lakással rendelkezik ➤ Minőségi definíciók elégtelensége az önkormányzat oldaláról, az önkormányzat nem fogalmazza meg elégségesen az intézményekkel szemben az elvárásait

fenntartása iránt ➤ Az önkormányzat kiemelten kezeli a családalapítók első lakáshoz jutását ➤ Az önkormányzat részt vállal a városi sportfinanszírozásban ➤ Az önkormányzatnál tudatos környezetvédelmi tevékenység folyik (környezetvédelmi rendelet), ➤ Ösztönző az új munkahelyek teremtését támogató intézkedés, beruházás	➤ Országos átlagnál alacsonyabb a lakossági adóerő-képesség ➤ Az önkormányzat anyagi helyzete romló ➤ Egyes civil szervezetek és az egyházak támogatása politikai erőviszony függvénye
Lehetőségek	Veszélyek
➤ Bővülő pályázati lehetőségek az önkormányzatok számára ➤ Új eszközök fejlődtek ki az önkormányzati funkciók ellátására ➤ Sok fajta képzés áll rendelkezésre a személyi állomány szakmai fejlesztésére	➤ Az önkormányzatok normatív forrásai folyamatosan szűkülnek ➤ Az EU belépéssel nem adható gazdasági kedvezmények lehetősége ➤ Kieleződő verseny a kistérségek és városok között a befektetőkért, lakosokért és a forrásokért ➤ Átalakuló közigazgatási rendszer (régiók, kistérségek, települések változó szerepe)

V.

Hajdúnánás eddig marketing tevékenységét a takarékoság figyelembevételével, a sokszínűség határozta meg. Ezen túl nem szabad elhallgatni azt sem, hogy a szálláshelyek hiányában nem lett volna szerencsés intenzív marketing tevékenységbe kezdeni, hiszen a családás jóval kedvezőtlenebb megítélést eredményezett volna. Persze mindezek ellenére egy-két, a kistérségi összefogást igazoló rendezvény bizonyította, hogy keveset tudnak rólunk, vagy hogy érdeklődés van irántunk. (Városi Polgármesterek Randevúja (2005.) Magyar Televízió „Főtér” című műsora a hajdúvárosokról).

Országos szinten is példaértékű a „Nánási füzetek” sorozat, melynek keretében az alábbi kiadványok jelentek meg.

Szerző, szerkesztő neve	Cím	Kiadás éve
Magi Béla	Kertészet, szőlőművelés, gombászat Hajdúnánáson	1986.
Draviczky Imre	Határ – város részek	1987.
Czeglédi László	Nánáson éltek, alkottak	1988.
Dankó Imre	Nánási művelődéstörténeti emlékek	
Simon Zoltán	Pásztori város, magyar Hajdúnánás Antológia	1989.
Sebestyén Miklós	Összhangban, összetartásban. A dalárda története	1990.
Sebestyén Miklós	A nánási futball aranyvasárnapjai	1990.
Buczkó József	Hajdúnánási anekdoták	1991.
Nábrádi Mihály	Kéky Lajos emlékezet	1990.
T. Horváth Ildikó	Hajdúnánás természeti értékei	1991.
Hadas Ferenc	„Hol sírjaik domborulnak” Hajdúnánási elhurcoltak	1991.
Buczkó József	A hajdúnánási szőlőskertek népi építésze	1992.
Völgyesi Zoltán	Helyi forradalom. Hajdúnánás 1956-ban	1993.
Buczkó József	Kovács mesterség Hajdúnánáson	1994.
Mónus Imre	Hajdúnánás részvétele a szabadságharcban	1998.

	Hajdúnánási Fórum – Hajdúnánási Újság 1979-2003. Tallózás 25 év írásaiból	2003.
Rigó Tamásné	A hozomány. Szemelvények a malomipar, a molnárság történetéből.	2005.
Bakó Endre	Csiha malom története A birkózás akrobatája. Hódos Imre élete	2006.
Nyakas Miklós	Nánási Oláh Mihály hajdúkerületi főkapitány	1987.
Barcsa János	Hajdúnánás város és hajdúk történelme. Reprint kiad.	1990.

Hasonlóan kivételes a „Nánási Kalendárium” című kiadvány, melynek értékét nem itt kell minősíteni.

Jól szolgálta a város hírnevének öregbítését a „Hajdúnánás” című fotóalbum.

Évente készült az önkormányzat kiadásában igényes prospektus, de kistérségi összefogás eredményeként programajánló füzet is.

Hajdúnánásról 2005. december 11-én mutatták be a „Virágzó Magyarország” sorozatban készült filmet. Az ATV csatornán 2003-ban egy órás filmet mutattak be, melyben helyi amatőr csoportok bemutatkozására is sor került.

A Helyi Televízió készítette a „Hódolat a szülőföldnek” című filmet, melyet a város lakói a 2000. december 12-i városnapi ünnepségen láthattak. Az idei Utazás 2008. kiállításon már bemutatták a Helyi Televízió munkatársai által készített filmet a Hajdúnánás Gyógyfürdőről, és erre az alkalomra készült el a város új prospektusa.

Hajdúnánás Város Önkormányzata három településsel tart testvéri, partner városi kapcsolatot: 1993-tól a lengyelországi Ustron, 2002-től a szlovákiai Pöstyén, míg 2002-től romániai Érmihályfalvával.

Ezek a kapcsolatok jól szolgálják a város hírének terjesztését, ugyanakkor önkritikusan kell megállapítani, hogy a promócionálás tekintetében a túlzott takarékoság és az általánosan tapasztalható bizalmatlanság okán nagyon szerény eredményeket tudunk felmutatni. A jelenlegi képviselő-testület centralizálási törekvése identitás szegregációja ezt a helyzetet tovább rombolja.

A városnak van címerhasználati szabályzata, ezt általában figyelembe veszik, akik használni kívánják a város címerét, de rossz példaként említem, hogy önkormányzat nem képviselő tagja is – jogosulatlanul – használta (használja) névjegykártyáján a címet.

Kritikusan kell elmondani, hogy a város „logó”-ját alig ismerik, pedig azt pályadíj kifizetésével készítette el a város.

Álláspontom szerint a város honlapja jó marketingeszköz, és e funkciójának megfelelően eleget is tesz.

VI.

OPERATÍV TERV

Az V. fejezetben kifejtettek okán 2008-2010 között az alábbi intézkedések indokoltak:

- Film a Helyi Televízió által elkészítve magyar, angol, lengyel nyelvű információval.
- Új képeslapok készítése (elsősorban marketing szemlélet érvényesítésével).

- TOURINFORM iroda megtartása és szolgáltatásainak szélesítése.
- Új partnertelepüléssel kapcsolatfelvétel (holland vagy német).
- Az M3 és az M35 autópálya mentén nagy alapterületű felületen a város szlogenjének és logójának feltüntetésével „hívogató” tábla elhelyezése.
- Évenként prospektusok készíttetése
- Részvétel az UTAZÁS kiállításokon, bartel megállapodásban testvérvárosaink számára információs anyag biztosítása.
- Szálloda megépülése esetén a konferencia turizmus elősegítése, rendezvények szervezése.
- Rádiós, televíziós nyereményjáték szervezésével felhívni a figyelmet a városra.
- Tudatosabb sajtókapcsolat építés (pl. sajtódíj alapítás)
- Az „Én városom” címmel egy könyv megjelentetése, melyben egykori és mai városlakók nyilatkoznak arról, milyen „NÁNÁSINAK” lenni, az illusztrációkat helyi képzőművészek készíthetnék.
- Nagyobb hatékonysággal kell használni a sportban rejlő reklám lehetőséget. (pl. versenyeken a logó felirat elhelyezése).
- A város költségvetésében kell marketing anyagokra forrást biztosítani, de ügyelni kell, hogy ezek a tárgyak, eszközök a célzott területre kerüljenek, ha szerény értéket képvisel, sem legyen „bóvli” vagy „giccs”.
- A városi nagyrendezvények propagálásával igénybe kell venni a TV-ből ismert ingyenes lehetőséget az „Itthon-otthon” című műsort (M1), illetve a szerény díjazás fejében a „Duna-tér” című programajánlót. (Duna TV)
- El kell érni, hogy különösen a Hajdúnánási Újság tárgyilagos informátora legyen a városi eseményeknek. A jelenlegi újság tartalmi és tipográfiai színvonalán sürgősen javítani kell.
- Erősíteni kell a jelenleg is jól működő együttműködést a HÉPSZOLG Kft-vel, az idegenforgalom, reklám és marketing feladatai területén.
- A város kereskedelmi és vendéglátó üzletei részére az önkormányzat hirdessen versenyt, és évente mindkét kategóriában a lakosság véleményét is figyelembe véve, adja ki az „Év üzlete” oklevelet, és az üzletet jogosítsa fel e cím használatára.
- A Képzőművészeti Alkotótábor kiállítását a résztvevők településén (évente legalább 2 helyen) be kell mutatni, ezzel is ismertebbé téve a várost.
- A viszonyosság elvét tartva, nem csak kulturális, művészeti csoportjaink utaztatását kell megoldani, hanem a csoportok fogadását is, hiszen ahogyan nekünk fontos a bemutatkozás, úgy nekik is.

Hajdúnánás, 2008. március 21.