

Dr. Dinya László

FENNTARTHATÓ TÉRSÉGEK ÉS TÁRSADALMI MARKETING KIHÍVÁSOK



Prof. Dr. Dinya László a Károly Róbert Főiskola – Gyöngyös rektor-helyettese volt 2000-2012 között, és a fenntartható energiagazdálkodás, fenntartható kistérségek és tudáshálózatok működésének kérdéseit kutatja. Jelenleg a KRF innovációs igazgatója és irányítja a Fenntartható Innovációs Technológiai Központ munkáját. Publikációinak száma 547, ezen belül 18 szakkönyv és 278 hazai és nemzetközi konferencia előadás szerzője. Korábban több különböző főiskola, egyetem, hazai és nemzetközi felsőoktatási testület vezetője, tagja volt. Számos tudományos, üzleti és

civil szervezet alapítója és/vagy vezetője, aktívan részt vesz helyi, nemzeti és EU-szintű fejlesztési projekteknél, amelyek a fenntartható fejlődés elősegítését célozzák.

E-mail: ldinya@karolyrobert.hu

Összefoglaló

Korábban kidolgoztunk és eredményesen teszteltünk egy fenntartható kistérségek megvalósítását szolgáló modellt. Ennek tapasztalatait érvényesítettük a Heves megye területfejlesztési koncepciójának kidolgozását célzó projekt keretében 2012-2013. során. A területfejlesztési koncepciók kialakításakor – miután stratégiai időhorizonttal kell számolni – a gazdasági – politikai – társadalmi prioritások várható változásait is figyelembe kell venni. Ezek a változások felértékelik a komplex kistérségi stratégiákra alapuló, koordinált fejlesztéseket, és a „bottom-up” jellegű (alulról felfelé történő) területfejlesztési stratégiák kimunkálását. A megye hét kistérségében szervezett road-show során (2012. október – november) az általunk „helyi elitnek” nevezett kistérségi fókuszcsoporthoz találkozó keretében több mint 180 emberrel találkoztunk és a helyzetfelméréshez nélkülözhetetlen információkat gyűjtöttünk be, dolgoztunk fel. Képet kaptunk a kihívások és azok helyi megítélésének differenciáltságáról, ennek révén pedig a lehetséges válaszok sokszínűségéről. Megbizonyosodtunk arról, hogy a „best practice” fogalma területi vonatkozásban nem értelmezhető – helyette a sokféle „good practice” kidolgozására kell ösztönözni, támogatást adni. Mindez a társadalmi marketing 8közkeletű kifejezéssel (a társadalmisítás) újszerű értelmezését és gyakorlatának kialakítását igényli. Ezt folytatva 2013 márciusa során egy második road-show keretében bemutattuk a helyzetfelmérés alapján kidolgozott megyei jövőképet, valamint a stratégiai célrendszert és javaslato-



kat is. A helyi véleményformálók jelentősen befolyásolták a javaslatok véglegesítését, és meggyőztek bennünket arról, hogy a későbbi programozási fázis, majd ezt követően a megvalósítás során is rendkívül fontos lesz ennek a sajátos társadalmi marketingnek a folyamatos alkalmazása. Ennek közvetlen és közvetett előnyei szinte felmérhetetlenek olyan térségekben, ahol egyébként a depresszió és a céltalanság vált dominálóvá az elmúlt hosszú időszakban.

1. Bevezetés

Korábban kidolgoztunk és eredményesen teszteltünk egy fenntartható kistérségek megvalósítását szolgáló modellt és annak alkalmazási módszerét. Ennek tapasztalatait érvényesítettük a Heves megye területfejlesztési koncepciójának kidolgozását célzó projekt keretében 2012-2013. során. A területfejlesztési koncepciók kialakításakor – miután stratégiai időhorizonttal kell számolni – a gazdasági-politikai-társadalmi prioritások várható változásait is figyelembe kell venni. Ezek a változások felértékelik a komplex kistérségi stratégiákra alapuló, koordinált fejlesztéseket, és a „bottom-up” jellegű (alulról felfelé történő) területfejlesztési stratégiák kimunkálását. A megye hét kistérségében szervezett road-show során (2012. október-november) az általunk „helyi elitnek” nevezett populációra alapuló kistérségi fókuszcsoporthoz találkoztunk több mint 180 emberrel találkoztunk és gyűjtöttük be, dolgoztuk fel a helyzetfelméréshez nélkülözhetetlen információkat. Képet kaptunk a kihívások és azok helyi megítélésének differenciáltságáról, ennek révén pedig a lehetséges válaszok sokszínűségéről. Megbizonyosodtunk arról, hogy a „best practice” fogalma területi vonatkozásban nem értelmezhető – helyette a sokféle „good practice” kidolgozására kell ösztönözni, támogatást adni. Mindez a kapcsolódó társadalmi marketing (közkeletű, de pontatlan kifejezéssel a társadalmasítás) praktikus értelmezését és újszerű gyakorlatának kialakítását igényli. Ezt folytatva 2013 márciusa során egy második road-show keretében bemutattuk a helyzetfelmérés alapján kidolgozott megyei jövőképet, valamint a stratégiai célrendszert és javaslatokat is. A helyi véleményformálók jelentősen befolyásolták a javaslatok véglegesítését, és meggyőztek bennünket arról, hogy a későbbi programozási fázis, majd ezt követően a megvalósítás során is rendkívül fontos lesz ennek a sajátos társadalmi marketingnek a folyamatos alkalmazása. Ennek közvetlen és közvetett előnyei szinte felmérhetetlenek különösen olyan térségekben, ahol egyébként a depresszió és a céltalanság vált dominálóvá az elmúlt hosszú időszakban.

2. Globális kihívások – helyi válaszok fontossága

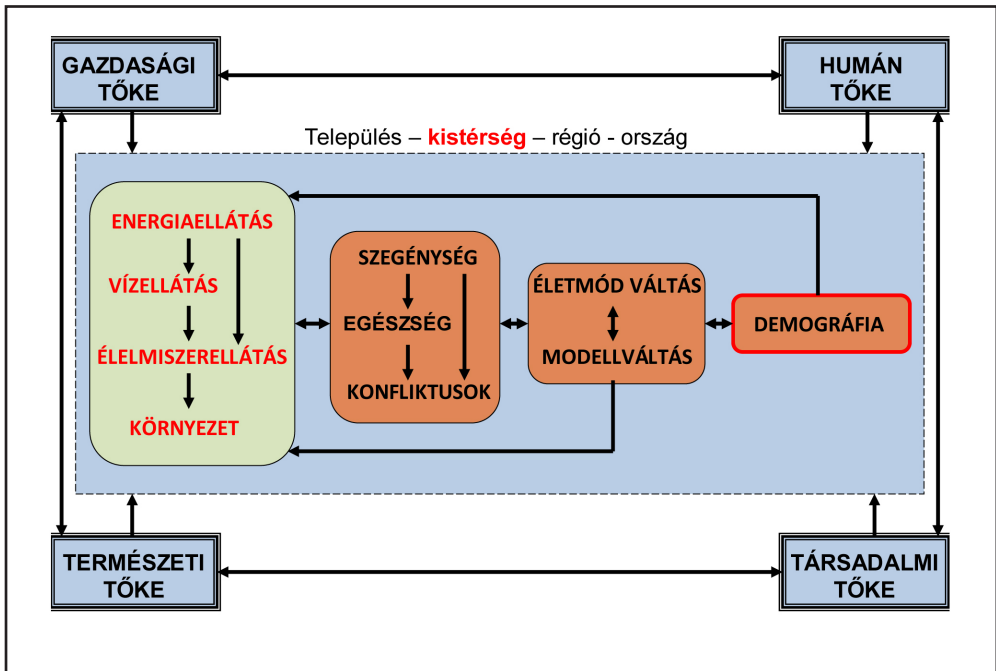
A fenntartható fejlődés követelményeihez történő igazodás ma már evidenciának számít a hosszú távú fejlesztési koncepciók kialakításánál, legyen szó akár globális, makro-



regionális, ágazati szintű vagy éppen helyi fejlesztési stratégiákról. Miután a különböző szinteken felmerülő kihívások egymásba ágyazódnak a fenntartható fejlődés megvalósítása felülről-lefelé („top-down”), vagy alulról-felfelé („bottom-up”) lépésekkel egyedül nem megvalósítható, ehhez mindkét irányban összehangolt, szisztematikus és hosszú távú cselekvéssorra van szükség. Ebben a meggyőződésben végeztük szakértői munkánkat a Heves megyei területfejlesztési koncepció kidolgozásakor, amelynek fontosabb tapasztalatait az alábbiakban foglaljuk össze.

Eredetileg R. Smalley és társai (2005) vázolták fel azt a koncepciót, amelyben rangsorolták a következő évtizedekben az emberiség előtt álló legfontosabb tíz globális kihívást. Azóta ennek többféle interpretációja is megjelent, attól függően, hogy tartalmilag miként értelmezték ezeket a kihívásokat, illetőleg hogyan vették figyelembe a kihívások összefüggő rendszerében megjelenő kölcsönhatásokat. A koncepció legfontosabb mondanivalójában változatlan az egyetértés, t.i. szóban forgó kihívásainkat együtt, összefüggő rendszerben kell kezelünk (és megválaszolnunk), mert külön-külön kezelve őket fenntartható válasz nem adható. Ugyanakkor, azonban ha a kihívásokat tartalmilag mélyebben (legújabb ismereteinkre is alapozva) értelmezzük a rangsort is érdemes átgondolni. Az 1. ábra ezt a tartalmi és rangsorolási szempontból is újraértelmezett koncepciót foglalja össze. Eszerint:

1. ábra
A minden szinten érvényesülő globális kihívások komplex rendszere



- Míg korábban az energiaellátás állt a rangsor élén, mondván hogy ennek biztonságos megoldása nélkül fosszilis energiára épülő gazdaságunk és társadalmunk működésképtelenné válik, ma már egyértelmű, hogy a fenntartható energiagazdálkodás megvalósításának is több előfeltétele van. (Dinya, 2009) Nevezetesen a klasszikus fogyasztói értékrend (életmód), vagy a jelenlegi gazdaság működési modellje (növekedésre fókuszáló paradigmája) átalakítandó, összhangba kell hozni a „szűkösség” követelményeivel.
- Tehát a kihívások csúcán (rangsorának első helyén) az életmódváltás (azaz a fogyasztói értékrend átalakítása) helyezkedik el, amely a korábbi szűkebb értelmezésben oktatási kihívásként szerepelt a rangsor közepe táján. Az oktatásnak (és nevelésnek) kétségtelenül egyre fontosabb, felértékelődő értékrend formáló szerepe lesz, főként a család ilyen jellegű szerepének folyamatos visszaszorulása miatt, de legalább ilyen fontos a média (beleértve az Internetet), illetőleg a társadalmi marketing hatása is. Ennél fogva célszerűbbnek látjuk a cél (életmódváltás) és nem az egyik eszköz (oktatás) felől megfogalmazni ezt a kihívást.
- Az energiaellátás – vízellátás – élelmiszerellátás rangsor a korábbi értelmezésnek megfelelő: amennyiben nem találunk adekvát megoldást az energetikai (ahogyan R. Smalley nevezi: „terawatt) kihívásra, akkor a víz-, majd ezt követően az élelmiszerellátó rendszerek működtetése is bizonytalanra válik. Illetőleg amennyiben ezeket az ellátó rendszereket nem fenntartható módon működtetjük, akkor a környezeti kihívások kezelhetetlenné válnak. Környezeti kihívások alatt a természeti erőforrások korlátainak, valamint életfeltételeinknek komplexen összefüggő rendszere értendő, beleértve az input- és output oldali korlátokat egyaránt.
- És így eljutunk a szegénység problémáig, amely az előzőekből fakadóan az energiaszegénységet, a vízszegénységet, a minőségi éhezést és az élhető környezet hiányát is magába foglalja. A szegénység direkt módon a különböző szintű társadalmi konfliktusok (feszültségek) egyik legfontosabb oka, mindemellett a globális (nemzetközi) szintű konfliktusok kezelése nem független az energia-, víz-, és élelemforrások, illetve a környezeti problémák feletti kontroll kérdéseitől sem.
- A szegénység (több más tényező mellett, lásd: környezeti, ivóvíz, élelmiszer, vagy éppen életmód ártalmak) egyik fontos forrása a betegségeknek (tágabb értelemben az alacsony életminőségnek és várható életkornak). A betegségek ebben a formában pedig a demográfiai arányok alakulásáért is felelősek, jóllehet ebben az értékrend (életmód), a szegénység és a konfliktusok is szerepet játszanak.
- Így jutunk el a gazdasági modellváltás kihívásáig, amely az előző problémák kezelésére, megoldásra alkalmatlannak bizonyult – sőt javarészt azok előidézéséért is felelős – szabályozási és intézményi rendszer átalakítását jelenti. Ennek a modellváltásnak ugyanakkor nagyon jelentős ösztönző szerepe kell, hogy legyen az életmódváltás minden lehetséges eszközzel történő meggyorsításában.

Mindezeket alapul véve ne feledjük el, hogy éppen jelenlegi „működési modellünk” következménye a szakadékok bővülése (divergencia) a társadalmi rétegek, illetve az egyes



térségek között, és ami ezzel jár: a társadalmi feszültségek növekedése, népességmozgás, demográfiai anomáliák, stb. Ma már ott tartunk, hogy amikor például a térségek, vagy társadalmi rétegek versenyképességének növeléséről van szó, először ennek alapfeltételként a felzárkózást (konvergenciát) kellene megvalósítani (lásd: EU-2020 stratégia!). Elfogadottá vált, hogy térségi szinten (de ez igaz települési-kistérségi-regionális, sőt országos vonatkozásban is!) a felzárkózáshoz – praktikusán az élhetővé tételhez – meg kell teremteni négyféle „tőke” megfelelő mennyiségét és arányát: ezek közé tartozik értelemszerűen a gazdasági tőke, de nem kisebb fontossággal a humán-, a társadalmi- és a természeti tőke is (lásd az 1. ábrát). Ehhez néhány megjegyzés:

- Mindegyik fajta „tőke” szükséges egy térség élhetővé (fenntarthatóvá) tételéhez, meg a versenyképességéhez is – csak mások az élhetőség, illetve a versenyképesség feltételei.
- Bármelyik tőke lehet szűk keresztmetszet, amely a fenntarthatóság akadályát képezi, és a többi tőkefajta hatékony érvényesülését gátolja.
- Fontos különbséget tenni az elméleti és a gyakorlati „tőkepotenciál” között: az elméletileg meglévő (rendelkezésre álló) potenciál tényleges bevonása még sok tényező függvénye (pl. ha egy kistérségben meglévő mezőgazdasági földterület néhány nagybirtokos kezén koncentrálódik az a kistérség társadalma számára kvázi hozzáférhetetlen).
- Nincs két egyforma kistérség, következésképpen nincs két egyforma (másolható) megoldás. A közkedvelt „best practice” (legjobb gyakorlat) követését felejtjük el – célszerűbb „good practices”-ben (jó gyakorlatokban) gondolkodni, ami a konkrét adottságokhoz illeszkedő legjobb helyi megoldásokat jelenti.
- És még figyelembe veendő egy ötödik tőkefajta, az „időtőke” is, mégpedig kettős értelemben: mennyi idő áll rendelkezésre a célzott fejlesztési programok megvalósításához (hiszen a kedvezőtlen változásokkal gyakran időben versenyt kell futni!), illetve hogy mennyi időre lenne szükség a kívánatos állapot eléréséhez?

Mindez látszólag csak a globális kihívások szintjén fontos kérdés, de mint a 2. ábrán kitűnik, a hálózati gazdaság és társadalom korában valamennyi szintű szereplő érintett, és fejlesztési stratégiák, koncepciók készítésekor figyelmen kívül nem hagyható. Látszólag egyszerű, de valójában nagyon komplex a kérdés: „Milyen országban éljünk 2030-ban?” A kérdés komplexitását mutatja, hogy a rendszerváltás óta erre még kielégítő válasz nem született – ha született volna (voltak próbálkozások), és többségi támogatást nyert volna (de nem nyert), akkor ma nem itt tartanánk, ahol vagyunk. A dilemma (leegyszerűsítve) abban rejlik, hogy az emberek döntő többsége nem szereti, mert nem is érti a komplex válaszokat – ellenkezőleg: rendkívül nagy az affinitás a minél egyszerűbb, „fekete-fehér” típusú leegyszerűsített válaszokra. Ez nem magyar sajátosság, a világon mindenütt így van, legfeljebb (mint számos társadalmi értékrendi kutatás alátámasztja) nálunk az átlagosnál is nagyobb a hajlam erre. Az okait most nem célunk taglalni (kvalifikáltság, tájékozottság, nyitottság, tolerancia, frusztráltság, manipulációk, stb.), a következményei viszont sajnálatosak. Miután a választási győzelmekhez döntő többségű támogatottság kell, és ekkora tömeget csak a problémákra adott egyszerű válaszokkal lehet mobilizálni,

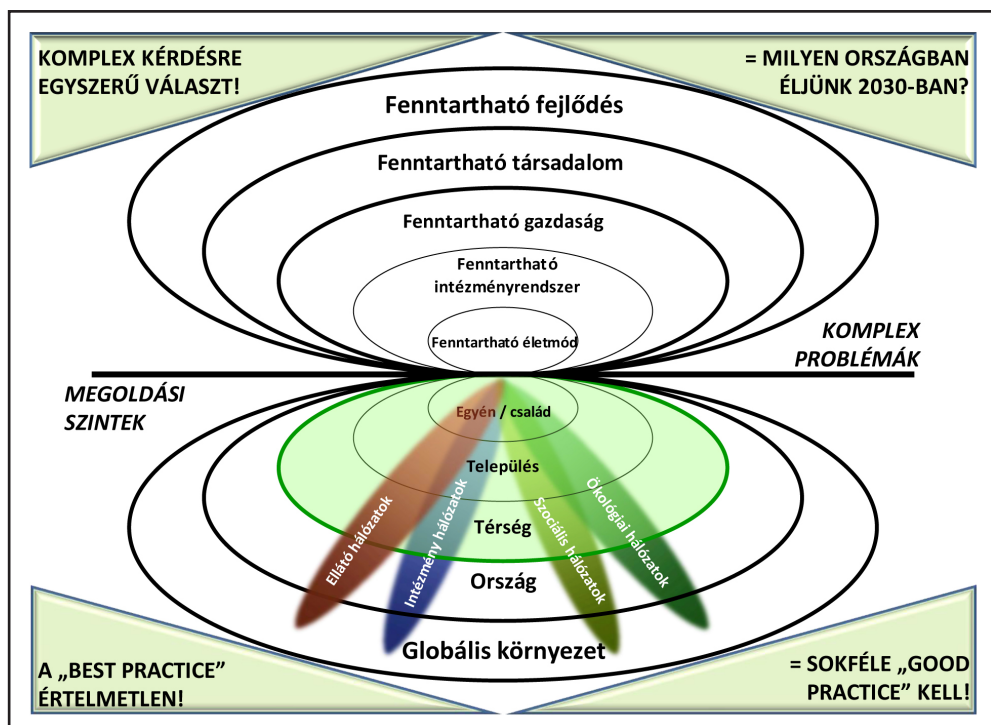


ennél fogva a hatalomba kerülők egyben csapdába is esnek, mert a választás előtt ígért egyszerű megoldások működésképtelenek.

A komplex, hierarchikusan is egymásba ágyazódó problémák középpontjában nyilván az élhető ország (értelmezésünk szerint a fenntartható életmód) megvalósítása áll, amely lehetetlen jól működő ellátórendszerek (fenntartható intézményrendszer), illetve az ennek háttérét képező fenntartható gazdaság nélkül. Mindez a társadalmi fenntarthatóságot alapozza meg, amely a fenntartható fejlődéshez vezető utat jelenti.

2. ábra

A komplex kihívások és válaszok egymásba ágyazódása



Mivel a különféle szintű szereplőket számos hálózat összeköti, kénytelenek nemcsak horizontálisan (adott szinten egymással), de a szintek között is kooperálni ebben a feladatban. Ezek a hálózatok részben az energia, víz, élelmiszer ellátást szolgálják („ellátó hálózatok”), részben a játékszabályokat határozzák meg és érvényesítik („intézményi hálózatok”, lásd: helyi – területi – országos szintű intézmények, vagy akár az EU globális szinten). Ugyanakkor léteznek szociális hálózatok (egyének, civil szervezetek társadalmi kapcsolatrendszerei), illetőleg azok az ökológiai hálózatok is, amelyek létünk alapját képezik (táplálékláncok, vízrendszerek, klíma, stb.).



Ezek a hálózatok közvetítik az egyes szintek szereplői között a kihívásokat (fenyegetéseket, lehetőségeket) éppúgy, mint a különböző szinteken született megoldásokról az információkat. A helyi „good practice”-re törekvés nem azt jelenti, hogy mások megoldásairól nem veszünk tudomást – csak annyit jelent, hogy mások jó gyakorlatait nem másoljuk kritikátlanul és szolgai módon. Másként: nem spórolható meg helyben a gondolkodás.

3. Helyi válaszok – a kistérség fejlesztési modell és annak gyakorlati alkalmazása

A területfejlesztési koncepciók kialakításakor – miután stratégiai időhorizonttal kell számolni – a gazdasági-politikai-társadalmi prioritások várható változásait is figyelembe kell venni. Ezek a változások felértékelik a komplex kistérségi stratégiákra alapuló, koordinált fejlesztéseket, és a „bottom-up” jellegű (alulról felfelé történő) területfejlesztési stratégiák kimunkálását. A teljesség igénye nélkül néhány fontos változás:

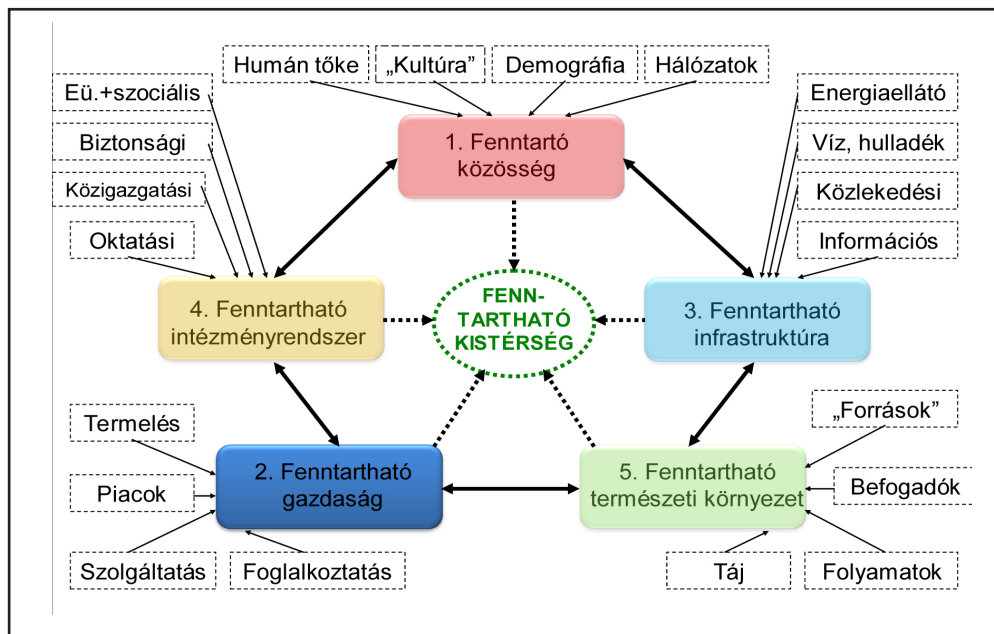
- az EU 2014-2020 közötti költségvetési időszakában ezen a téren előtérbe kerül a multifund-alapú támogatási rendszer, amely a komplex, integrált kistérség fejlesztési stratégiákat preferálja
- ezen belül kiemelt prioritásnak minősülnek a környezeti és társadalmi fenntarthatóság szempontjai a gazdaságfejlesztéssel összhangban
- a hazai közigazgatás átalakítása (járások megjelenése, települési önkormányzati feladatok átcsoportosítása), valamint a munkahelyteremtés prioritása felértékeli a faluvállalkozások, falugazdaság, szociális gazdaság kiépítésének fontosságát, és ehhez kapcsolódva a kistérségi (járási) szinten összehangolt projektek megvalósítását
- ebbe a vonulatba illeszthető a növekvő támogatású közmunka program, amely a foglalkoztatási célú szociális gazdaság (szociális vállalkozások) irányába elmozdulva a megyei területfejlesztési koncepciókba ágyazott kistérség fejlesztési stratégiák hatékony megvalósítását is szolgálhatná.

Mindemellett az egyes kistérségekben a kistérségi véleményformálók („helyi elit”) közreműködésével megszervezett helyszíni találkozók tapasztalata az, hogy hihetetlenül erős a hiányérzet, mert a helyi szinten megfogalmazott, konkrét problémákra hatékony megoldásokat célzó javaslatok, vélemények rendre elhalnak az államigazgatás különböző szintjein, és nem jutnak el a valós döntéshozókig.

A kistérségi kihívások számos hasonló vonás mellett nyilvánvalóan egyedi sajátosságokkal is rendelkeznek, ezért univerzális – minden kistérségre egyaránt érvényes – válaszokra törekedni éppoly hiábavaló, mint egyes problémákat, kihívásokat a többitől különválasztva kezelni. Meg kell találni minden kistérségen belül az optimális komplex megoldást, amelyeknek közös és egyedi összetevői is lehetnek. A kistérségek fenntarthatóságának modellünkben szereplő legfontosabb összetevői 3. ábrán láthatók. Eszerint minden kistérségben öt fő területre (pillérrre) kell koncentrálnunk, ezeken belül pedig négy-négy (összesen 20) részterületre:



3. ábra
A fenntartható kistérség modelljének elemei



Forrás: saját szerkesztés

- Fenntartó közösség: egy kistérség társadalmának fenntarthatóságát döntő részben a közös célok érdekében mobilizálni képes civil hálózatok alapozzák meg. Amíg egy kistérség lakosságának (ezen belül gazdasági – társadalmi – politikai döntéshozói-nak) többsége nem mobilizálható a közös társadalmi célok érdekében (nem azonosul azokkal), addig hogyan lehetne megteremteni az üzleti (gazdasági) érdekek összehangolását? Másrészt pl. a halmozottan hátrányos helyzetűek számára fontos ugyan a munkahelyteremtés (foglalkoztatás), de ezzel egyidejűleg legalább ennyire fontos a társadalmi integrációjuk (be- vagy visszailleszkedésük a helyi közösségbe), vagy a képzésük – továbbképzésük (munkára alkalmasság megteremtése). Mindez a helyi társadalmi kohézió alapfeltétele. Településenként újra kell teremteni a korábban már létezett, de mára már széthullott, atomizálódott helyi közösségeket.
- Fenntartható gazdaság: erős helyi gazdaság nélkül nincs fenntartható kistérség. Mivel duális gazdaságban élünk („bolhák és elefántok világa”), a lokális gazdasági szereplők versenyképessége a gazdasági hálózatokon múlik (Szabó, 1999), ehhez pedig a gazdasági érdekek integrálására, megfelelően menedzselt szerveződésekre van szükség, meg kellő nagyságú, mobilizálható helyi tőkére. Gazdasági tőke nélkül a versenyképesség még lokálisan is lehetetlen, hiszen a tőkeerős globális szereplők helyben is jelen vannak. Ugyanakkor a versenyképes helyi gazdaság kibontakozása nem légiures térben történne,



már létező, ellenérdekű helyi konkurenciával is szembesül: egyrészt a mindenütt jelenlevő globális szereplőkkel, másrészt az ugyancsak létező „feketegazdasággal”.

- Fenntartható infrastruktúra: az említett egyre erősödő és összefonódott globális kihívások a nemzetgazdasági és regionális szintek közvetítésével a kistérségekben is érvényesülnek – minél szegényebb (periférikusabb helyzetű) a kistérség, annál gyorsabban és drámiaibb módon. Az ellátó rendszerek infrastruktúrájának (közlekedési, energetikai, víz- szennyvíz-, bel- és árvízvédelmi rendszer, informatikai hálózat) fejletlensége ennek a következményeit megsokszorozza, a jól működő infrastrukturális hálózat biztosítása a fenntarthatóság szempontjából fontos prioritás.
- Fenntartható intézményrendszer: a közszolgáltatások (oktatás, egészségügy, szociális ellátás, rendvédelem, közigazgatás) színvonala egy térségben népességmegtartó, vagy –tasztító tényező, így a fenntartható intézményhálózat szintén fontos követelménye a térség fenntarthatóságának.
- Fenntartható természeti környezet: a kistérség fenntarthatóságát biztosító felsorolt összetevők mindegyikével szemben alapvető követelmény, hogy a természeti környezettel összhangban legyenek, ne tegyék tönkre az élhető (egészséges) környezetet biztosító ökológiai hálózatokat. Az egyre szigorodó környezetvédelmi előírások és a lakosság jól felfogott érdeke miatt is erre a fenntarthatóság érdekében összehangolt fejlesztési programokra van szükség

Az öt pillérhez sorolt részterületek gyakorlatilag megfelelnek a legújabb szakirodalmi források szerinti négy „alaptőke” összetevőinek (gazdasági-, humán-, természeti-, szociális tőkevagyon), csak a gazdasági tőkét számos szakmai (és a célcsoportok számára jobb megérthetőséget biztosító) megfontolás alapján kettéválasztottuk a klasszikus gazdasági, illetve az infrastrukturális tőkére, a szociális tőkét pedig közösségi és közszolgáltatási (fenntartható intézményrendszer) összetevőkre.

A részterületek némelyike túlságosan összevontnak tűnhet, egyik-másik pedig kevésbé jelentősnek, de mindegyik mellett alapos szakmai érvek szólnak. A helyi önkormányzatoknak a fenntartható infrastruktúra, vagy a közszolgáltató intézményrendszer terén különösen, de valamennyi felsorolt területen is rendkívül fontos feladataik vannak, mert egyfajta koordináló – közvetítő – ösztönző – érdekegyeztető – tárgyaló – konfliktuskezelő szerepet töltenek be a társadalom és a gazdaság, illetve a helyi és az országos szint között. Hangsúlyozzuk, hogy a fenntartható fejlesztés megalapozása nemcsak egy szokványos stratégiai fejlesztési koncepciót jelent, mert egy fenntartható kistérség fejlesztési programnak nagyon fontos helyi társadalom- és gazdaságépítő funkciója is van. Amíg egy adott kistérségben kidolgozzák, megvitatják, elfogadják a programot, régen elfeledett erők ébrednek. A résztvevők rájönnek, hogy problémáik, kihívásaik jelentős hányada saját erőből, összefogással is megoldható, nem szükséges hozzá feltétlenül kormányzati támogatás. Mivel a magyar társadalom az EU-tagországok között a leginkább paternalista beállítottságú, ez sem utolsó szempont.

A megyei összkép a kistérségi felmérések összesítésével alakítható ki. Mint azt hangsúlyoztuk, mindegyik kistérség részben sajátos, részben közös fejlesztési kihívásokkal



szembesül, és tehetők olyan átfogó megállapítások, amelyek a megyei szintű fejlesztési koncepciónál figyelembe veendőek:

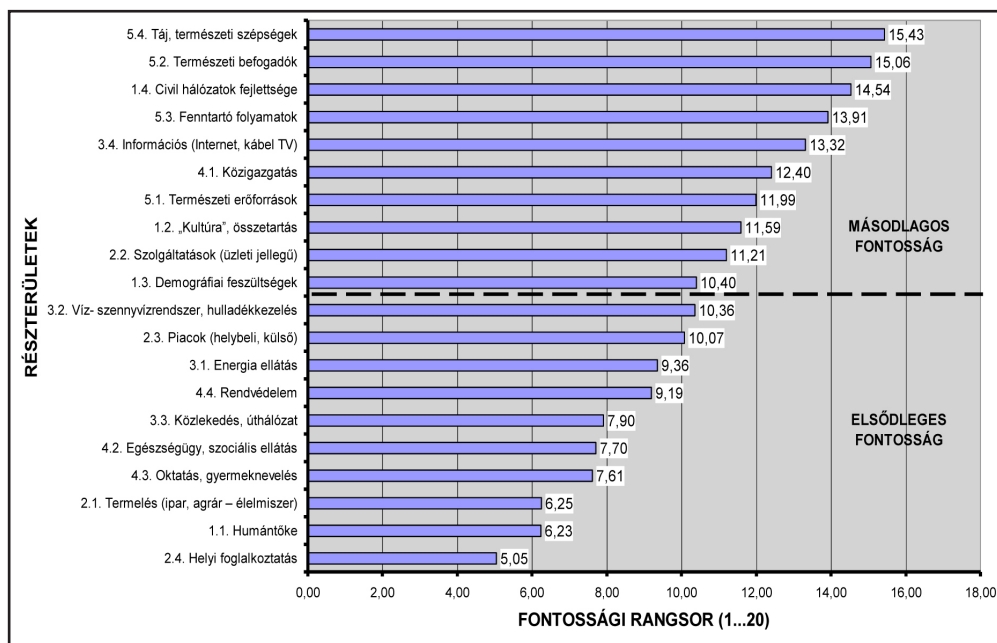
- valamennyi kistérségben a felmérésekben résztvevő „helyi elit” (összesen 177 fő!) egységesen úgy ítéli meg, hogy a jövőben – a járások létrejöttétől függetlenül, sőt éppen azok vezetésével együttműködésben – nélkülözhetetlen az alulról szerveződő kistérségi gazdasági-társadalmi együttműködések valamilyen formában történő fenn-tartása, támogatása
- ezt alátámasztja a szubszidiaritást, valamint a gazdasági-társadalmi-környezeti fenntarthatóságot preferáló EU-támogatások várható életbelépése is
- óriási igény van az ilyen típusú társadalmi kommunikációra, a helyi kezdeményezéseket, ötleteket és javaslatokat intézményes formában történő intenzív áramlására
- dacára annak, hogy nincs két egyforma kistérség, vannak közös gyenge és erős pontok is, amelyek egy megyei szintű területfejlesztési koncepcióban helyet követelnek maguknak.

A felmérés során a megye hét kistérségében 177 fő formált véleményt a kérdőíves helyszíni fókuszcsoportos megkérdezések során. A részletes statisztikai feldolgozás a javaslatok megfogalmazásánál nagyon fontos és elmélyült elemzésre adott lehetőséget, helyszűke miatt csak a legfontosabb átfogó képet vázoljuk fel ezúttal.

A hét kistérség véleményformáló szereplőinek fókuszcsoportos megkérdezése (177 fő) a következő eredményeket hozta. (4-8. ábra).

4. ábra

Fenntarthatósági részterületek fontossága – Heves megye (N=177 fő)



A fenntartható (élhető) térséghez szükséges alapvető feltételek fontossági sorrendjében kiemelkednek a mezőny első felében (az első 10 között) helyet kapó tényezők, közülük is főként az első öt tényező: (4. ábra)

- helyi foglalkoztatás
- humántőke
- termelés (ipari, agrár- és élelmiszer)
- oktatás
- egészségügyi és szociális ellátás

Legkevésbé fontosnak minősítettek az alábbiak:

- természeti táj szépsége, vonzereje
- civil hálózatok fejlettsége
- természeti befogadók (szennyezettség) helyzete
- természeti környezetet fenntartó folyamatok
- informatikai infrastruktúra

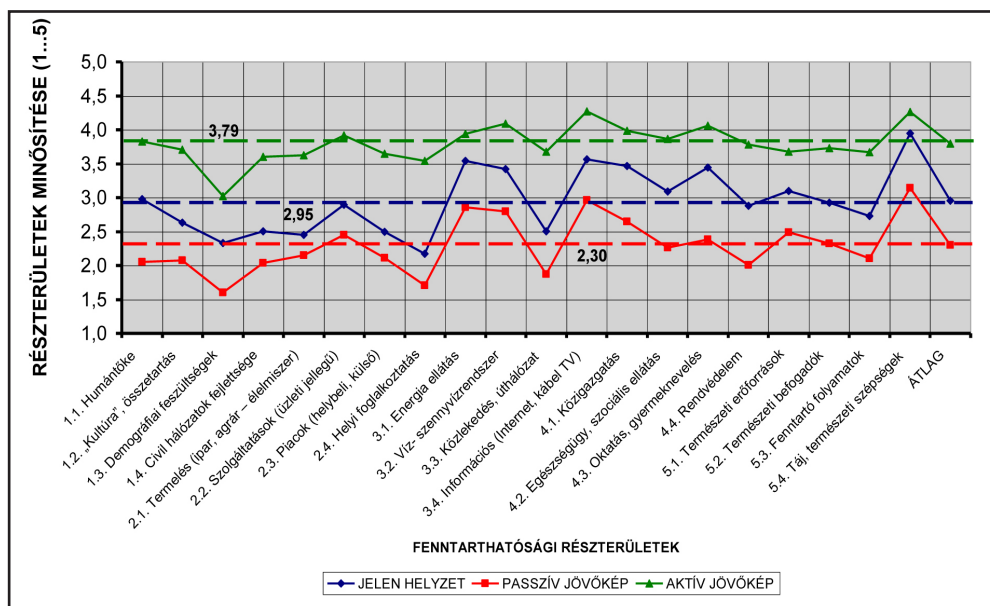
Látható módon a helyi elitben megyei szinten sem tudatosul a szociális tőke, illetve a természeti tőke fontos szerepe egy térség élhetővé tételében, és ennek az attitűdnek a megváltoztatása (ezek fontosságának a tudatosítása) a készülő területfejlesztési koncepcióban a társadalmi kommunikáció (társadalmi marketing) számára kiemelt feladatként is megjelenik.

A térségi „elit” a fenntarthatósághoz szükséges feltételek jelenlegi helyzetét közepesen elfogadhatónak látja (a tényezők jelenlegi átlagos színvonala 2,95), de igen kritikusnak ítélik a következő területeket (5. ábra):

- a fenntartható közösség legtöbb összetevőjét (közösségi kultúra, összetartás, demográfiai feszültségek, civil hálózatok)
- a fenntartható gazdaság számos részterületét (termelő ágazatok helyzete, piacok helyzete, foglalkoztatás)
- valamint a közlekedési infrastruktúra helyzetét



5. ábra
Fenntarthatósági alternatívák – Heves megye (N=177 fő)



Passzív jövőkép esetén (amikor nem történik semmi érdemleges helyi, kistérségi fejlesztési lépés, és az eddigi trendek folytatódnak) gyakorlatilag a legtöbb fenntarthatósági terület (a természeti táj szépsége és az információs infrastruktúra kivételével) fenyegetetté válna. Különösen fenyegetőnek látják a már jelenleg is fenyegetett fenntartható közösségi területeket (humántőke, demográfiai helyzet, kultúra, civil hálózatok), a fenntartható gazdaságon belül a termelés, a helyi foglalkoztatás további jelentős csökkenését, a közlekedési infrastruktúra lerobbanását, de a közszolgáltatások és a természeti tőke további csökkenését is. Vagyis a térség élhetőségét meghatározó, húsz vizsgált tényező közül legalább tizenhat tényezőnek a kezelhetetlen szintre sülyedését (az átlagos színvonal 2,30 értékű, ami nagyon problematikus helyzetet vetít előre).

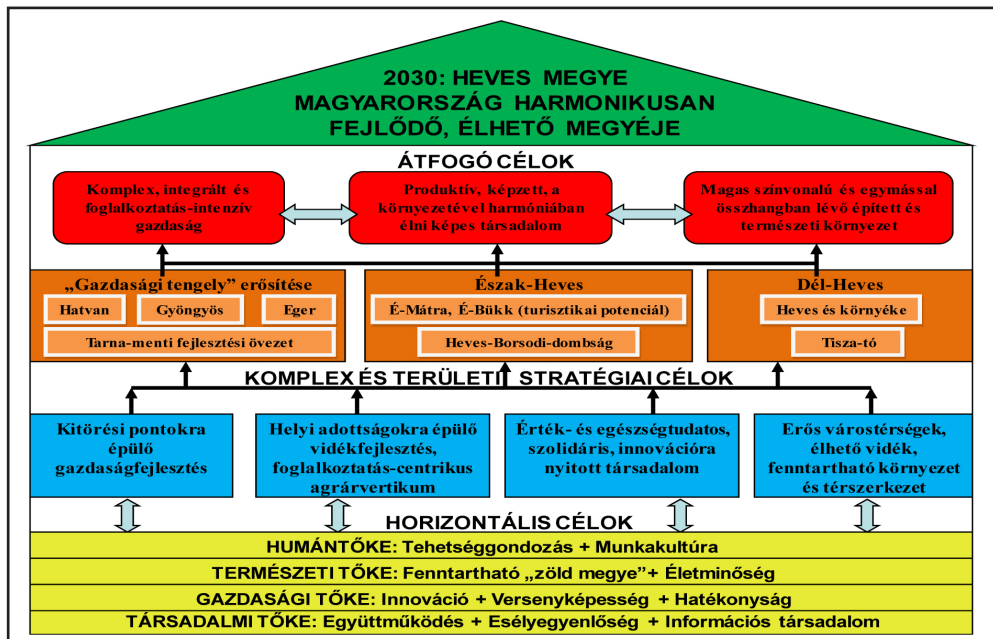
Aktív jövőkép esetén (amikor minden lehetséges erőt mozgósítanak a térség helyzetének a javítására) ugyanakkor elérhetőnek látják a 3,79-es átlaggal jellemezhető szintet, ami ugyan nem éri el a jó színvonalat, de jelenösen meghaladja a passzív jövőképnél prognosztizálható 2,30-as átlagszintet. Legnagyobb lehetőséget (a jelenlegi helyzethez és az aktív jövőképhez tartozó értékek közötti legnagyobb különbséget) az infrastruktúrák fejlesztésében, a közszolgáltatások fejlesztésében és természeti adottságok (tőke) kiaknázásában látnak. A demográfiai helyzet romlásának megállítására viszont kevés lehetőséget látnak. A jelenlegi helyzetkép és a fenntarthatósági tényezők rangsorolásával meghatározhatók azok a kritikus pontok, amelyek a legnagyobb fenyegetést jelentik a kistérségek fejlesztésére nézve (az aktív jövőkép megvalósítására), illetve azok a terü-



letek, amelyek kitörési pontokat képezhetnek, lévén a kistérségek elsőrendű potenciális erősségei.

Mindezekre (és számos további primer, illetve szekunder információra) alapozva megfogalmazhatóvá vált a területfejlesztési koncepció jövőképe és célrendszere (6. ábra).

6. ábra
A Heves megyei területfejlesztési koncepció célrendszere



A jövőképből és a célrendszerből is kitűnik, hogy megyei szinten a hosszú távú fejlesztési programokban egyensúlyba kerülnek a gazdasági - társadalmi – ökológiai fenntarthatóság pillérei, valamint a fenntarthatóság alapfeltételeit képező négyféle tőkevagyon területileg és ágazatilag is differenciált gyarapítása. Ehhez a fenntartható kistérség fejlesztési modell diagnózis céljára történő alkalmazása a megye hét kistérségében nélkülözhetetlen információkat szolgáltatott.

4. A társadalmi marketing és szerepe, feladatai a kistérségek fejlesztésében

A klasszikus marketing az értékesítés vállalati funkcióján túllépve az elmúlt évtizedekben jelentős változáson ment keresztül, vezetési filozófiává, a vállalkozások, sőt tágabb értelemben a szervezetek átfogó koncepciójává, komplex eszközzé vált (Piskóti I., 2012). A nemzetközi marketing szakirodalomban egyre több tanulmányt találunk, melyek szociális, társadalmi kérdésekhez nyúlnak (Kotler-Zaltman, 1971). Ezek megoldása-



ban az ismert marketing elveket, eszközöket igyekeznek átvinni a nem üzleti területekre is. Ugyanakkor erősödnek a „social” és a „generic” koncepcióra vonatkozó kritikák is (Meffert-Bruhn, 2007).

Kialakult a társadalmi marketingnek egy olyan definíciója, amely felfogásunkhoz közel áll, mert a fenntarthatósággal, illetve ezzel összefüggésben a kistérségek komplex fejlesztésével kapcsolatos gyakorlati projektjeink során hasonló értelmezésre jutottunk. Eszerint: „a társadalmi marketing szervezetek, intézmények és azok együttműködését realizáló közös marketingstratégia és marketingaktivitások tervezése, szervezése, megvalósítása és kontrollingja, melyek közvetlenül vagy közvetetten társadalmi feladatok, problémák megoldására irányulnak. Azaz a társadalmi marketing egyrészt több szereplő közös, kooperatív marketingje, illetve az egyes szervezetek azonos, kapcsolódó célra irányuló marketingjének összehangolásából épülhet fel, s mint sajátos stake-holder menedzsment jelenik meg.” (Piskóti, 2012)

Egyetértünk azzal, hogy a társadalmi marketing fő célja, hogy társadalmi problémák, kérdések megoldására, annak irányába terelje az abban érintetteket, konstruktív megoldásokat fejlesszen ki a kívánt magatartásváltozás érdekében, tegye világossá a célcsoportoknak, hogy az új magatartás haszna nagyobb a magatartásváltozás fáradságánál. Ugyanakkor éppen saját kutatási tapasztalataink arra ösztönöznek, hogy ezen a ponton további javaslatokat tegyünk. Nevezetesen a fenntarthatóság bármilyen szinten (egyénicsaládi, szervezeti, települési, kistérségi, regionális, országos, globális) vagy bármelyik területen (üzleti, köz- vagy civil szféra) történő megvalósításakor egymástól elválaszthatatlanul, komplex módon jelennek meg a gazdasági – társadalmi – ökológiai pillérekhez kapcsolódó feladatok. Másként szólva, ha gazdasági fenntarthatóságot célozunk meg, előbb-utóbb szembesülünk a társadalmi és ökológiai fenntarthatóság kérdéseivel is, de ugyanez történik, amikor a társadalmi fenntarthatósághoz szükséges gazdasági háttér (eszközrendszer) megteremtése kerül napirendre, és így tovább. Nem véletlen, hogy a piac mindenhatóságán alapuló neoliberális gazdaság- és társadalompolitika kritikájaként megjelent a szociális piacgazdaság víziója, sőt ma már a fenntartható szociális piacgazdaságé is (ökoszociális piacgazdaság). (EU, 2005)

Ebben a megközelítésben pedig már elválaszthatatlan a fenntartható fejlődés három pillérének együttes kezelése, és ennek értelemszerűen tükröződnie kell a társadalmi marketing előzőleg említett, szűken társadalmi problémák megoldását segítő eszközként történő definíciójának szélesítésében. Továbbra is fennállnak viszont a klasszikus és társadalmi marketing összevetésekor jelentkező eltérések – azonosságok, amelyeket az alábbiakban foglalunk össze (7. ábra). (Piskóti, 2012 nyomán).

Mindezt azért tartjuk fontosnak hangsúlyozni, mert a kistérségek fenntartható fejlesztése olyan hosszú távú, komplex feladat, amelyben a konkrét fejlesztési lépések (előkészítés – diagnózis – stratégiai javaslat – programozás – megvalósítás – korrekciók) folyamatosan igénylik a társadalmi marketing változatos módszereit és eszköztárát (8. ábra). Ezeknek a feladatoknak a megoldásához az általunk kidolgozott modell gyakorlati alkalmazási tapasztalatai kiváló támaszt nyújtanak.



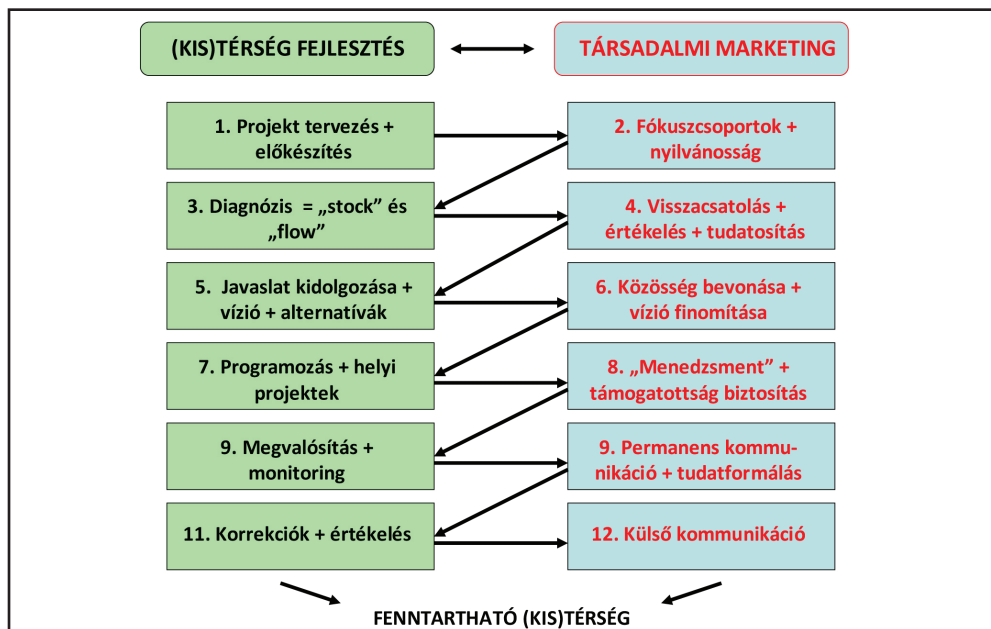
7. ábra

A társadalmi marketing és a klasszikus marketing összevetése (Piskóti, 2012 nyomán)



8. ábra

A társadalmi marketing feladatai a kistérségek fejlesztésében



5. Összefoglalás

Hasonló fókuszcsoporthoz felmérések alapján „alulnézetből” viszonylag rövid idő alatt kialakítható az egyes kistérségek vázlatos helyzetképe, beleértve a helyiek értékrendjét, jövőképét is. Ebből következnek a helyi fenntartható fejlesztési stratégiák eltérései, és még számos hasznos következtetés. Nevezetesen: a fenntartható területfejlesztési paradigmaváltásnak alapvető feltétele az, hogy helyi, regionális és kormányzati szinten egyaránt egy egységes metodika (például a most felvázolt modell) alkalmazásával differenciált képet alakítsunk ki a megyékről, az országról, és ennek alapján helyi (kistérségi) szinten komplex fejlesztési stratégiák kidolgozása kezdődjék meg. Ennek kiemelt aktualitást kölcsönöz a korábban felsorolt néhány jelentős prioritás előtérbe kerülése.

Nem gondoljuk, hogy ezen az úton egyetlen üdvözítő megoldást kínálunk a kistérségek fenntartható fejlesztésének megalapozására. Annál is inkább, mert hazai és nemzetközi téren hasonló (bár felfogásukban kevésbé komplex) kezdeményezések szép számmal ismertek (Gergely S., 2010; ---2011; Gwen Swinburn et al., 2004; Philip Cooke-Bruna De Marchi, 2002). Bizonyára vitathatók a javaslat szakmai és metodikai megfontolásai egyaránt: lehetne bővíteni (vagy szűkíteni) a vizsgált részterületek körét, lehetne eltérő módon modellezni a kistérségi fenntarthatóság komplexitását (másféle modell-struktúrával), lehetne a tesztelést más módon (és másfajta statisztikai értékeléssel) is elvégezni. Tegyük hozzá, hogy elvégeztük az eredmények főkomponens- és klaszter elemzését is, továbbá különféle statisztikai próbákkal teszteltük a megbízhatóságot, ezeket további szakmai anyagokban hozzuk nyilvánosságra.

Az viszont remélhetőleg egyértelmű: a fenntartható fejlesztés kistérségi szintű megvalósítása több mint aktuális feladatunk, mert hiába a kormányzati, vagy a megyei szintű elszántság, ha az előbbi nem párosul helyi kezdeményezések tömegével, az utóbbi pedig megfeneklik a támogató környezet hiányában. És a helyi kezdeményezések sokkal gyorsabban egymásra találhatnak, felerősíthetik egymást, ha kistérségenként rendelkezésre áll egy összehangolt, hosszú távú fenntartható fejlesztési koncepció, meg a hozzá párosuló helyi társadalmi – gazdasági akarat.

Fontos szempont az is, hogy a kistérségek fenntartható fejlesztésével összefüggő komplex problémahalmaz megoldásához ilyen célú központi források jelenleg (és belátható távon) nincsenek, csak egyes részterületek fejlesztéséhez szerezhető támogatások. Ezek a források már ma is (távlatilag pedig egyre inkább) igen korlátozott nagyságúak, viszont egy átfogó, minden részterületet felölelő fenntartható fejlesztési koncepcióba illesztve ezek a támogatások (meg a szintén korlátozott saját erő) sokkal hatékonyabban érvényesülhetnek (gondoljunk elretentő példa gyanánt pl. az egymástól néhány kilométerre levő kistelepüléseken támogatásokkal létesült, és ennek következtében alig kihasznált sport-, vagy szabadidős és kulturális intézményekre). Különösen igaz ez, ha a pályázati kiírásoknál kiemelten preferálják azokat a pályázókat, akik ilyen kistérségi koncepcióba illeszkedve jelennek meg.



Azt nem állítjuk, hogy a modell megvalósítása révén garantáltan fenntarthatóvá tehető egy kistérség, mert a külső – belső kihívások mértéke, az adottságok (induló helyzet), valamint a környezettől való függőség mindenütt eltérő. Következésképpen lehetnek (vannak) kistérségek, ahol a fenntarthatóság alapvetően biztosítható, másutt ehhez egyszerűen nincs elegendő muníció. Azt viszont állítjuk, hogy a kihívásokat a javaslat szemléletében komplex módon kezelő, időben végrehajtott, a külső – belső erőket ésszerűen kombináló (és mobilizáló), hosszú távú programmal minden kistérség az eddigi próbálkozásoknál jóval hatékonyabban lehet képes megőrizni a fenntarthatóságát.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- DINYA, L. (2009): *Fenntarthatósági kihívások és biomassza-alapú energiatermelés* Gazdálkodás, ISSN 0046-5518, 53. évf., 4. sz., 311-324. p.
- DINYA, L. (2011): *Fenntartható gazdaság – fenntartható értékrend*. In: „Felelős marketing” – MOK 2011 Tanulmánykötet, ISBN 978-963-642-392-6, Pécs, 529-541. p.
- GERGELY, S. (2010): *Magyar megújuló stratégia 2010-2030* In: „A magyar megújuló energia stratégia hangsúlyai és kísérleti bemutatása”, szerk.: Gergely S., KRF-Gyöngyös, ISBN 978-963-9941-10-6, p. 5-16.
- SWINBURN, G. – GOGA, S. – MURPHY, F. (2004): *A helyi gazdaságfejlesztés kézikönyve*. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh; UK DFID, London; The World Bank, Washington, D.C., p. 108.
- COOKE, P. – De MARCHI, B. (2002): *Generative growth, knowledge economy and sustainable development*. European Commission, Research DG – Directorate K, Brussels, p. 28.
- (2005): *Az Unió fenntartható fejlődési stratégiájának végrehajtása és felülvizsgálata*. Magyar Természetvédők Szövetsége, Budapest, p. 1-33.
- KOTLER, P. – ZALTMAN, G. (1971): *Social marketing - An Approach to Planned Social Change*. Journal of Marketing, Vol. 35, p. 3-12.
- BRUHN, M. (2007): *Kundenorientierung*. Deutschen Taschenbuch Verlag, München
- PISKÓTI, I. (2012): *Társadalmi marketing jelene és jövője - a marketingtudományban és gyakorlatban*. „A marketing új tendenciái”, konferencia kiadvány, 2012, ISBN: 978-963-7175-75-6, Győr – SZIE, p. 56-74.

