

Diósgyőri nehézipar: vele, vagy nélküle? A diósgyőri ipari övezet, társadalmi marketing stratégiájának tervezete

© RÁCZ Péter

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi kar, Miskolc
marrp@uni-miskolc.hu

Diósgyőr, az egykori fellegrár

A diósgyőri nehézipar hanyatlása nem a rendszerváltozással kezdődött, de csúcspontját ennek következményeként létrejövő gyökeres politikai, gazdasági és társadalmi folyamat változása okozta. Területileg jól körülhatárolható a diósgyőri ipari övezet, amelynek két nagyüzeme, a Lenin Kohászati Művek és a Diósgyőri Gépgyár közel 23 ezer¹ munkavállalót foglalkoztatott, melynek kibocsátása a nemzetgazdaság – nehézipari – szegmensén belül közel 1/3-os részesedést² tett ki. Stratégiai jelentősége megkérdőjelezhetetlen, amit bizonyít, hogy közel kétszáz éves történetén belül túlnyomórészt az állam, vagy annak valamely szakmai intézménye gyakorolta a tulajdonosi jogokat. Ennek okát részben abban kell keresni, hogy rendkívül magas hozzá adott értékkel rendelkező termék kibocsátása történt, ami költségigényes volta miatt a magántőkés tulajdonlást többször is hatékonysági okokra hivatkozva kiszorította. E mellett olyan erős pénzügyi, szociális és kulturális koncentráció jelentkezett, amit már a magántőkés viszonyok között kockázatos lett volna kezelni. Az irányított gazdasági rendszerben a diósgyőri nehézipar szerepe megkérdőjelezhetetlen, még annak ellenére is, hogy strukturális válságának jelei az 1980-as években szembetűnő módon jelentkeztek (Boros, 2005).

A termékszerkezet és a technológia innováció nem követte a világgazdaság várható változás tendenciáit. A központilag meghatározott fejlesztési, értékesítési irányok minőség és mennyiség vonatkozásában jelentős regionális eltéréseket mutattak Magyarországon. Ennek következményeként megbillent az a kényes egyensúlyi állapot, ami az új piaci körülményekhez történő alkalmazkodást, még nagyfokú racionalizáció mellett is lehetetlenné tette. A két nagyüzem – az előzőek ellenére - egymásra épülő komplex és folyamatosan fejlődni képes organikus rendszert alkotott, egy olyan gazdasági, szociális, kulturális halmazt, melynek léte, vagy adott esetben nem léte bizonyítottan emberek, térségek sorsát volt képes befolyásolni (Boros, 2005).

¹ A Lenin Kohászati Művek 1985-ben 12.166, míg a Diósgyőri Gépgyár ugyanebben az évben 7.104 főt foglalkoztatott. A két nagyüzem ezzel a B.-A.-Z. Megyében, az iparban foglalkoztatottakra számított aránya 1985-ben majdnem elérte a 20%-ot. Ez az arány 1988-ban is hasonló értéket mutatott (Czomba, 2008).

² Vizsgálatomban az 1985 és 1988 közötti időszakot vettem alapul. Ezen időszak összegzéseként megállapítható, hogy Borsod-Abaúj-Zemplén Megye nehézipari termelési értéke a nemzetgazdaságon belül elérte a 2/3-os arányt. Ennek megoszlása a három legmagasabb érték szerint a következő: vegyipar 30%, kohászat 25%, bányászat 15%. A megyén belül termelő eszközök 92%-a a klasszikusan értelmezett nehéziparba koncentrált (Czomba, 2008).

Valószínűsíthetően a diósgyőri nehézipar gyors erodálódásának egyik oka az, hogy az 1980-as évek végének globális hatásai³, mind gazdasági, mind kulturális értelemben fellazították az addig uralkodó 'mainstream-et'. Az új domináns irányvonal nem volt képes kontinuitást képezni a meglévő kulturális szokásokkal, normákkal és ezzel lassan tartalmatlanná tette közel kétszáz év organikusán létrejött és erősen rétegződött ipari és társadalmi kultúráját. Az állami szerepvállalást látványosan nélkülöző és ez által magára hagyott térség⁴ nem tudott megújulni és nem is lesz képes, mind addig, míg az elmúlt húsz év stratégiai mulasztásait nem korigálják (Czomba, 2008).

Ennek a negatív tendenciának az egyik lehetséges ellentételezési formulája a társadalmi marketing, mivel annak segítségével oldhatóvá válhatnak azon polémia halmazok, amelyeket kultúra és gazdaság viszonyában felhalmozott negatív tendenciák hoztak létre. A probléma orientált megközelítés metodikai következtetései tökéletesen alkalmasak az életmód szerves befolyásolására. Ezt egy lineáris folyamatnak kell tekinteni, amelynek alapelemeit nem az elrettentés sokszor konstruktívnak és oly gyakran a gyors sikert magán hordozó könnyű víziójára építünk. Ellenpólusaként, a pozitív és közös identitás tudat hosszú távú stratégiáját tekinthetjük. Részt képezheti a diósgyőri ipari hagyományok mellett, az újjá éledő és már tartós sikereket is felmutató diósgyőri labdarúgás. Az alap és középfokú oktatás módszertani sajátosságaira kidolgozott nevelési programokra, illetve annak kiegészítéseként futó közös identitás tudat elemekre, már érdemes építeni egy, az életmódot szervesen befolyásolni képes marketing folyamatot.

Társadalmi marketing vs. gazdaság?

A társadalmi marketing összetett és komplex esemény sort takar (Piskóti, 2011:269-273). Nem véletlen, hogy több párhuzamosan futó program elemre szükséges a marketing stratégiánkat alapozni, amelynek mindig egy az életmóddal kapcsolatos magatartási norma, vagy szokás pozitív tartalmú változását kell szolgálnia. Jelen gazdasági és társadalmi környezetben ezzel a marketing koncepcióval érhetjük el a legnagyobb és a hosszútávon sikereket biztosító eredmény sort is. Természetesen azon kitétel figyelembe vételével, hogy a társadalmi folyamatok és azzal kapcsolatos változások csak a helyi, lokális sajátosságok figyelembevételével, illetve az ezzel összhangba lévő makroszintű elvárások szintézisével valósítható meg (Piskóti, 2011:269-273).

Hamis az a gazdaságpolitikai kép, hogy Diósgyőrben minden elavult, illetve csak az állami szubszenciók által lehetséges az állandó és kiszámítható működés. Pontosan az új gazdasági szisztémák teremtette verseny társult, azon negatív privatizációs törekvésekkel, amelyek a kohászati tevékenység rentabilitást pozitívan tudta volna befolyásolni. A metallurgia gazdasági oldalát globálisan vizsgálva rögtön

³ Szubjektív véleményemként megfogalmazva a magyarországi rendszerváltás – gazdasági értelemben – kezdeti dátumát az MSZMP XIII. Kongresszusához kötöm. Itt az adott rezsím legfontosabb döntéshozó szerve nem volt képes sem magát, sem az országot gazdasági és társadalmi értelemben is megújítani. Helyette a sodródás és alkalmazkodás csendes taktikáját választotta, nem látva a hosszútávon fennálló stratégiák fontosságának mibenlétét.[28]

⁴ Az egykori LKM területén, illetve a DIGÉP helyén - 43 hektáron – megvalósított ipari parkban az 1988-as dolgozói létszámnak – több mint 7 ezer – csak a töredéke, becslések alapján valamivel több, mint a 15%-a dolgozhat. Az eredeti termék paletta csak nagyon kis mértékben és rendkívül alulfinanszírozott formában található meg.

érzékeltetővé válik, hogy az a világ kevés pontján képes önállóan és profit szerzés sajátos formáinak megfelelően működni. Azt egy organikus fejlődő, de egyben rétegzett rendszernek kell tekinteni, melyben párhuzamosan kell, hogy jelen legyen a kohászat, a melegalakítás, az egyedi gépgyártás, a sajtolt és húzott termékek tömeggyártása is (Fekete, 1984).

A diósgyőri ipari övezet hasznosítási elképzelései, amelyek egy erőltetett rétegigényeket kiszolgálni képes, kulturális és szabadidős tevékenységet határoz meg - mint maga a cselekvés - úgy maga az eredmény is csak szubkultúra marad. A probléma tényleges feloldása elsősorban állami beavatkozással lehetséges, melynek indító impulzusait a még meglévő kulturális gyökerek, biztosította lehetőségek kiaknázásában kell keresnünk. Ennek a folyamatnak alkalmazkodnia szükséges, a makroszintű gazdaságpolitikában uralkodó 'mainstreamhez', illetve a lokálisan meglévő értékhalmozathoz. Így kísérleti jelleggel a Diósgyőri Ipari Parkban a meglévő termelési folyamatokhoz igazodva, egy az innovatív hiányosságokat pótolni képes fejlesztő bázist indokolt létrehozni. Ennek szellemi és technikai háttérét a Miskolci Egyetem infrastruktúráján keresztül lehet biztosítani, ezzel a helyben működő KKV-k számára stabilá válik az a szellemi háttér, ami képes lehet őket a jelenleg regnáló bér munka kategóriából kimozdítani.

Az alultőkésített, ezzel pénzügyileg erősen kiszolgáltatott vállalkozások, egy a térséghez, illetve annak tevékenységi köréhez szervesen alkalmazkodó finanszírozási formát igényelnek (Berács, 2003). Ennek leghatékonyabb formáját és egyben régen várt hiánypótló voltát, egy állami tulajdonú kereskedelmi bankban vélem megtalálni. A stabil pénzügyi háttér biztosíthatja a klasszikusan értelmezett nehéziparban oly gyakori három, hat és kilenchnapos finanszírozást igénylő tevékenységének kiszámíthatóvá tételét. A kellő hatékonyság és a nagy hozzáadott értékű munkák nem csak lehetővé, ha nem kötelezővé is teszik, hogy a szakképzés húsz évvel ezelőtt elorvasztott formái ismét megjelenjenek a gyár kapukon belül is.

Ezzel is bizonyíthatóvá válik azon tétel, hogy napjainkban a növekedéshez szükséges alaptényezők egyik legfontosabbika a kultúra. [6] Az a kultúra, amelynek tartalma kellően széles spektrumú és egyszerre ötvözi az évszázados ipari tudást a köz, illetve felsőoktatási folyamat során elsajátított szellemi értékekkel. Ezt nem lehet csak egyéni individuális tőkeként meghatározni, mert ez éppen annyira a nemzeti vagyon része, mint más konkrét pénzügyi tartalommal rendelkező állami vagyontárgy. Sőt, ez lehet az egyik motorja a kitörésre vágyó és régi fényét keresgélő diósgyőri ipari övezetnek. A még meglévő szakmai tudással párhuzamosan a Miskolci Egyetem infrastruktúráján keresztül létrehozható az a szellemi 'know-how', ami optimális körülmények esetén találkozik a Diósgyőrt mindig is jellemző közös identitás tudattal. Ez viszont már képes lehet a sokat hangoztatott individuális tőke kategóriájának a megvalósítására is (Gröngross, 2000).

A gazdaságmatematika, mint a megoldás lehetősége

A Diósgyőri Ipari Park funkciójában nem képes az eredeti, alapításkor meghatározott célját betölteni. Kohéziós erejét pusztán a területi egységében találjuk meg, amit az osztatlan közös tulajdon zavaros viszonyai naponta képesek szétzilálni.

Az ipari park területén a közszolgáltatások⁵ díjtételei⁶ jóval nagyobb ár-érték arányt mutatnak, mint azt a piaci körülmények között hasonló földrajzi és gazdasági környezetben általánosan tapasztalható. Az elavult és már csak komoly veszteséggel üzemeltethető villamos energia rendszer önmagát emészti fel. A hálózat tervezése és működtetési volumene az eredeti DIGÉP által fenntartott termelési szintre volt beállítva, melynek az időszakos karbantartási munkái a felszámolás után késve, vagy egyáltalán nem lettek elvégezve. Ez a problémahalmaz egy végtelennek tűnő csatározásnak az indikátora, a rendszer üzemeltetője és a szolgáltatást igénybe vevők között. A mindenki számára elfogadható alap cél csak az lehet, hogy a termelési szint növekedésével egyre nagyobb lekötött villamos energiát használjanak fel, ezzel arányaiban csökkentve az elavult rendszer veszteségeit és elodázva a valós tény, hogy ezen energiaszolgáltatás ebben a magántőkés vállalkozáson alapuló gazdasági szisztémában nem tartható fenn. A DIP tulajdonosa a befektetését – adott körülmények között nehéz vitatni – védve⁷ szisztematikusan ragaszkodik a jelenleg regnáló állapothoz. A szolgáltatását igénybe vevők pedig az állandó kiútkeresés közben, rövid távú stratégiai megoldásokkal igyekeznek labilis helyzetüket normalizálni.

A villamos energia alapszolgáltatásnak minősül. Ennek minősége és ára döntően meghatározza minden vállalkozás rövid és hosszútávú működését. Nem véletlen, hogy az ipari park területén termelő, vagy szolgáltató tevékenységet végző vállalkozások erős és egyoldalú függőségi helyzetnek tekintik a köztük és a villamos energiaszolgáltatást végző DIP Kft. között fennálló, vevő-szolgáltató jogviszonyt.

A teljes objektivitás⁸ végett sem hallgatható el azon tény, hogy a DIP Kft. a nemzetközi tapasztalatokat felhasználva, gázolaj alapon működő, komplex hasznosítású, hő és villamos energia termelésére alkalmas lokális berendezésekkel szeretnék, a rendkívül magas hálózati veszteséggel üzemeltethető rendszert kiváltani. Kutatásom jelenlegi szakaszában fontosnak érzem, hogy minden olyan tényezőt figyelembe vegyek, melyek az ipari park versenyképességét jelentős mértékben befolyásolhatják. Ezért nélkülözhetetlen, hogy a jelenleg regnáló villamos energiaszolgáltatás és annak infrastrukturális lehetőségeit feltárjam.

A villamos energia a Diósgyőri Ipari Park területén található transzformátor állomásra az ÉMÁSZ Zrt. rendszerén keresztül érkezik. Ennek ellenértéke kW/Ft-ra számolva üzleti titkot képez, de hasonló adottságokkal és nagysággal rendelkező vállalkozásokat figyelembe véve ennek ára, az általános standardokat figyelembe véve, 65-70 kW/Ft közötti tartományba található. Céлом egyértelmű, hogy a

⁵ A DIP területén tevékenykedő vállalkozások energia ellátását döntő mértékben a DIP Kft. látja el egy sajátos standardok alapján megkötött szerződési keretek mellett.

⁶ A DIP villamos energia szolgáltatásának díjtétele 100 A/h lekötés esetén átlagosan 110 Ft/KW díjtétellel számolnak.

⁷ A magántőkés vállalkozáson alapuló gazdasági rendszerben a magántulajdon szentsége megkérdőjelezhetetlen. A jelenleg regnáló politikai, társadalmi, gazdasági rendszer pontosan erre a megkérdőjelezhetetlen kitételre épül. Ennek bármilyen szintű megbomlása – még mikro szinten is – magát a fenntarthatóság tényét kérdőjelezi meg.

⁸ Kutatásom során igyekeztem a lehetőségeimhez mérten teljes körűen feltárni a Diósgyőri Ipari Park villamos energia szolgáltatására vonatkozó lehetőségeket. Ennek részeként több helyi és az adott körülmények technológia fejlődésének irányát jól ismerő szakemberrel készítettem interjút.

differenciálegyenletbe rejlő lehetőségeket kiaknázva kísérletet tegyek arra, hogy megjelenítsem egy költség takarékosabb villamos rendszer mennyivel hatékonyabb és kifizetőbb a szolgáltató, illetve a szolgáltatást igénybevevő számára (Lugosi & Zsellér, 1976).

Kiinduló aspektusom az, hogy az előregedett transzformátorok kapacitásának csak töredékét használják, melyek komoly veszteségforrássá váltak. Az egyik gyors és hatékony megoldási lehetőség, az 'erőműben található' transzformátorok cseréje. Ez által jelentős költség megtakarítás érhető el, ami képes lehet generálni a régen várt stabilizáció folyamatát, az adott magán tőkés viszonyok között. Ennek megjelenítésére, illetve megtérülésére kívánok az alábbiakban kísérletet tenni.

$$1, K_{t0} = K_{\text{ÉMÁSZ}(t0)} + K_{\text{üzemeltetés}(t0)} \leq [h_{(t0)} (0,88 \%)]^*$$

$$K_{\text{ÉMÁSZ}(t0)} * [\text{Profit } (1.3\%)]$$

Forrás: Saját kutatás

K_{t0} = Az eredeti és viszonylag instabilnak tekinthető régi transzformátorok költsége.

K_{ÉMÁSZ(t0)} = Az ÉMÁSZ hálózatáról levett és a mérőállomáson rögzített villamos energia ára a régi rendszerbe történő betáplálás előtt.

K_{üzemeltetés(t0)} = A hálózat üzemeltetése során keletkező költség a régi rendszerre kivetítve.

H_(t0) = A régi transzformátorok már elvi síkon sem képesek az elvárható hatékonysággal működni. A veszteséget az általánosan elfogadott 0,88 %-ban határozom meg.

Profit = Az általánosan elfogadott és az energetikai szektorban gyakran alkalmazott értéket – 1,3%-ot⁹ – tekintem modellem profit paraméterének.

$$2, K_{t1} = K_{\text{ÉMÁSZ}(t1)} + K_{\text{üzemeltetés}(t1)} \leq [h_{(t1)} (0,97\%)]^*$$

$$K_{\text{ÉMÁSZ}} * [\text{Profit } (1,3\%)]$$

Forrás: Saját kutatás

K_{t1} = Az eredeti és viszonylag instabilnak tekinthető régi transzformátorok cseréjét követő új transzformátor költsége.

K_{ÉMÁSZ(t1)} = Az ÉMÁSZ hálózatáról levett és a mérőállomáson rögzített villamos energia áraz új rendszerbe történő betáplálás előtt.

K_{üzemeltetés(t1)} = A hálózat üzemeltetése során keletkező költség az új rendszerre kivetítve.

H_(t1) = Az új transzformátorok jelentősen nagyobb hatékonysággal képesek működni, mint a régi és instabil rendszerek. Így ennek értékét az általánosan elfogadott 0,97%-ban határozom meg.

Profit = Az általánosan elfogadott és az energetikai szektorban gyakran alkalmazott értéket – 1,3%-ot – tekintem modellem profit paraméterének.

⁹ Számításaimat empirikus úton a kutatásomhoz szervesen kapcsolódó interjúk alapján végeztem el. Így kerethipotéziseim egyik pillérét a közszolgáltatást végző vállalatok árképzése és annak a Diósgyőri Ipari Parkra vonatkozó következményei jelentik.

$$\begin{aligned}
 K_{(t_0)} - K_{(t_1)} &= [[h_{(t_1)} (0,97)] * K_{\text{ÉMÁSZ}} * [\text{Profit} (1,3)]] \\
 &- [[h_{(t_0)} (0,88)] * K_{\text{ÉMÁSZ}} * [\text{Profit} (1,3)]] \\
 K_{(t_0)} - K_{(t_1)} &= [K_{\text{ÉMÁSZ}} * [\text{Profit} (1,3)] * [h_{(t_1)} (0,97)] \\
 &- h_{(t_0)} (0,88)]
 \end{aligned}$$

Forrás: Saját kutatás

Az alábbiakban bemutatott differenciálegyenlet segítségével tökéletesen megjeleníthető az a tény, hogy a transzformátorok cseréje által gyorsan és hatékonyan, illetve arányosan csökkenthetőek az elektromos energiaszolgáltatásra vonatkozó díjtételek. Mind ezek alapján kijelentem, hogy a transzformátor cserék bizonyíthatóan komoly hatékonyság növekedést és ezzel párhuzamosan jelentős költség csökkenést eredményeznek (Lugosi & Zsellér, 1976).

A közös költség számítás ereje

A villamos energia szolgáltatás anomáliáin túlmutat, a közös költség fizetésének, vagy mi alapján történő kiszámításának kérdés köre. A Diósgyőri Ipari Park léte döntően arra az ipari örökségre épült, amit a DIGÉP egykori múltjában gyökeredzik. Termék palettájának örökösei gyakran jól és rosszul sáfárkodva igyekeznek a globális világrendszer szereplőivel versenyre kelni. Jelen helyzetben ez a lehetetlenség kategóriája, mivel az alul tőkésített és a munkával való ellátottság hektikus ingadozásától¹⁰ kiszolgáltató vállalkozások nem tudnak, nem tudhatnak hosszú távú működési stratégiát alkotni. Ennek a stratégiaalkotási metodikának egyik alap tényezője a kiszámítható és bizonyítható tényekkel alá támasztott szolgáltatási szerződés, az alap tevékenységek ellátására a DIP és annak területé tevékenykedő vállalkozások között.

Az alapszolgáltatások¹¹ közül állandó és megkerülhetetlen tényezőként szükséges figyelembe venni a kapun történő ki és beléptetést, az úthasználatot, a térvilágítást, illetve az őrzés-védelmet.

Az ingatlan tulajdonnal rendelkező és a DIP területén termelő, szolgáltató, vagy más egyéb tevékenységet végző vállalkozások a kapu használatát nem tudják, nem tudhatják nélkülözni. Véleményem szerint ez egy olyan alap költség, amit minden vállalkozásnak egyetemlegesen fizetni szükséges, de annak gyakoriságát mérhető és nem utolsó sorban átlátható módon szükséges kimunkálni, illetve figyelembe venni a modell alkotás folyamatában (Kocsis, 1996).

Külön indokolt foglalkozni azon gazdálkodó szervezetekkel, vagy magánszemélyekkel, kik nem használják a tulajdonukban lévő ingatlanjaikat, illetve

¹⁰ A Diósgyőri Ipari Parkban tevékenykedő vállalkozások között több is rendelkezik olyan technológia, vagy termék struktúrával, amely nyugodtan összevethető globális versenytársaival. Ilyen a DVK kft. vasúti kerékpár üzemében készült termékek, amit kutatásom időszakában hasonló minőségben és minőség biztosítási rendszerben hét gazdálkodó szervezet képes a világon gyártani.

¹¹ Munkámban a közös költség kiszámításának és annak beszédésének tényét végig megkérdőjelezem. Az elhibázott és jogilag erősen támadható közös használatú vagyion elemek értékesítése, olyan ellehetetlenítési folyamatot indukált, indukál, ami állandó csatározások színterévé zülleszt a sokkal jobb sorsa érdemes ipari parkká minősített terület összességét.

azt rendeltetésszerűen nem látogatják. Így a DIP kft szolgáltatási rendszerét nem terhelik. Ezzel viszont egy erősen támadható jogviszony jön létre, a közös költségként szerepeltetett díjbeszedést szorgalmazó szolgáltató és a ténylegesen nem fogyasztó tulajdonosok között. Remélem sikerült megrajzolni a klasszikus értelemben vett 'cirkulus viciosus' képét, ami a nem fizetésben, tulajdon használati jogvitákban és tartalmatlan jogértelmezésekben ölthet testet. A probléma feloldását két különböző, de rendkívül hatékony formula alkalmazásában vélem megtalálni.

Az egyik az azonnali reprivatizáció és a hatósági jogkörrel rendelkező állami szervek bevonása, a magántőkés vállalkozáson alapuló gazdasági rendszer legfontosabb pillérének, a magán tulajdon védelmének okán. Ugyan akkor sérülnek a DIP kft tulajdonosának érdekei. Ezzel párhuzamosan a szolgáltatást nem, vagy arányaiban csak kevésbé igénybe vevők nem kötelezhetőek a számukra előnytelen és nem utolsó sorban nem használt rendszer költségeinek megtérítésére. Minden olyan erőfeszítés, ami ezt az aránytalanságot és a tényleges munka, vagy szolgáltatás nélküli díjbeszedést kívánja fenntartani, azaz egyik legstatikusabb alkotmányos értéket aknázza alá (Storbech, 2006).

Ezzel párhuzamosan fontos tényszerűen feltárni az alapítás óta eltelt időszak anomáliáit és az ellentmondásoktól terhelt szerződéses tulajdoni állapotok feloldását. A hatósági jogkörrel rendelkező állami, vagy adott esetben önkormányzati szervezet bevonása ezt a folyamatot nem csak generálhatja, ha nem egy hosszú távú szintetizálást is beindíthat. Ezzel strukturális alapot teremtve egy új, akár non profit alapon működni képes szolgáltató számára, amely nem csak a közvetlen, he nem a közvetett bevételi forrásokat is képes figyelembe venni. Ennek következményeként nem végeláthatatlan jogértelmezi vitákkal, vagy a kölcsönös tulajdonosi és tulajdonlasi problémákkal kellene foglalkozni, ha nem tényleges céllal: a termelésen, illetve a szolgáltatáson alapuló növekedéssel (Józsa et al., 2002:43).

A második opciót, ami valós alapon nyugvó szolgáltatást szervezni képes vállalkozás lehetőségeként határozom meg, ami nem zárja ki teljesen a magán tőkén alapuló működtetési formákat. Sőt ezt elsődleges preferenciának lehet tekinteni, de ezzel párhuzamosan magának a tulajdonosi szerkezetnek szükséges figyelembe venni, az ipari parkon belüli tulajdonosi¹², illetve bármilyen tevékenységet végző vállalkozásokat is. Ennek okát abban határozom meg, hogy nagyon sok idő és felesleges egyeztetés megspórolható, ha az érdekérvényesítési folyamatot racionalizáljuk. Az ésszerűsítés nem csak az átláthatóságot és a korrekt, tényleges fogyasztáson alapuló költség megállapítást jelenti, ha nem azon alap társadalmi marketing elvet (Piskóti, 2011) is, amely szerint, ha együtt működsz, és közösen határozzuk meg a jövő fejlesztési irányait, akkor ennyivel jobb, eredményesebb lesz a léted az ipari park területén belül. Ez a szemlélet és az ehhez társítható kompetenciák hiánya okozza azon, bizalmi deficitet, melynek nem léte komoly és egyben számszerűsíthető pénzügyi kárt okoz a DIP tulajdonosának, illetve az ipari park területén dolgozó, vagy tulajdonnal rendelkezők számára (Garett & Sheth, 1986:8).

E tények figyelembe vételével szükséges egy állandó és mindenkire kötelező érvényű kapu, vagy portaszolgáltatási díjat megállapítani. Szakítva az eddig bevett díj beszédési formulával, a közös költség megállapítás helyett, kizárólag a

¹² A Diósgyőri Ipari Park területén – közel 44 ha – a munkám készítésének időszakában 38 vállalkozás működött, ingatlan tulajdonnal pedig vállalkozás, illetve magánszemély 53 rendelkezett. Ennek a ténynek birtokában nem nevezhető korszerű és részrehajlás nélkülinek a DIP által alkalmazott közös költség számítási formula, ami az ingatlan tulajdoni hányad nagyságát tekinti szavazási alapnak.

ténylegesen igénybe vett és számon kérhető szolgáltatáshoz, illetve kötelezettséghez lehetséges kapcsolni a beszédhető díjtételeket. A további díjtételek változó nagyságúak, melyek egy több változós függvényben kerülnek bemutatásra (Lugosi & Zsellér, 1976).

$$K = \dot{A}_k + V_k \rightarrow \Sigma K_x = \dot{A} + \Sigma V$$

$$\Sigma V_x = \Sigma V_{1,x} + \Sigma V_{2,x} + \Sigma V_{3,x}$$

K = Közös költség

\dot{A}_k = Állandó költség

V_k = Változó költség

$$K_x = \dot{A} + V_{x1} + V_{x2} + V_{x3}$$

K_x = Közös költség¹³

\dot{A} = Állandó költség, mely minden ingatlan tulajdonosra, vagy bármilyen tevékenységet végző egyéni, illetve társas vállalkozásra egyetemlegesen vonatkozik. Ezt fix költségként határozom meg, melynek nagyságát a már fentiekben bemutatott érdekegyeztetési formában kell, konszenzusos alapján meghatározni. Ennek a díjtételnek a meghatározásánál szükséges figyelembe venni az ingatlan (földterület) nagyságát, a rajta lévő épület, vagy építmény nagyságát, illetve a területen végzett tevékenységhez kapcsolódó infrastruktúra beépítettségét.

$$V_{1,x} = [t_{1,x}(m^2) * f_1(ft/m^2)] + [t_{2,x}(m^2) * i_1(ft/m^2)] + [t_{3,x}(m^2) * nf_1(ft/m^2)]$$

$V_{1,x}$ = Változó költség, amely minden ingatlan tulajdonosra, vagy bármilyen tevékenységet végző egyéni, illetve társas vállalkozásra egyetemlegesen vonatkozik.

$t_{1,x}$ = Terület nagysága, tényleges m^2

f_1 = A közös költséget kiváltani hivatott állandó szorzó tényező, amit a tényleges földterület alapján, konszenzusos alapon állapítanak meg.

$t_{2,x}$ = Terület nagysága, tényleges m^2

i_1 = A területen található építmény, építmények alapján megállapított, m^2 alapú szorzó tényező,¹⁴ amit konszenzusos alapon állapítanak meg.

$t_{3,x}$ = Terület nagysága, tényleges m^2

nf_1 = A nem használt, vagy funkció nélküli földterület alapján megállapított, m^2 alapú szorzó tényező, amit konszenzusos alapon állapítanak meg.

$$V_{2,x} = \dot{u}_{t,x}(m) * u_e(Ft/m)$$

V_{x2} = Változó költség, mely bármilyen tevékenységet végző egyéni, illetve társas vállalkozásra egyetemlegesen vonatkozik, ami a ténylegesen igénybe vett ipari park területén használt útra vonatkozik, a kaputól a telephelye bejáratáig.

¹³ Munkámban végig ragaszkodom azon tényszerű és empirikusan is visszaigazolt konklúziómhoz, hogy a Diósgyőri Ipari Park területén nem szedhető és nem fizethető közös költség, mivel sem jogilag, sem struktúrájában nem áll fenn az a jogviszony, hogy ezen díjtétel kivethető, illetve beszédhető legyen. A könnyebb és gyorsabb áttekinthetőség véget használok a modell alkotás kezdeti fázisában a közös költség fogalmát.

¹⁴ A modellem megalkotásának folyamatában és az adott körülményekhez igazodva, az építési engedély köteles, illetve építményadó köteles építményeket veszem alapul, mivel ezek rögzített és nyilvántartásba vett adatok.

$$V_{3,x} = V_3(w) * V_{ai}(Ft/W)$$

V_{x3} = Változó költség, mely bármilyen tevékenységet végző egyéni, illetve társas vállalkozásra egyetemlegesen vonatkozik, akik az ipari park területén ténylegesen használt térvilágítást igénybe tudják venni. Ezt a területükhöz közvetlenül kapcsolódó, vagy azzal határos térvilágításra értem.

A matematikai modellem empirikus vizsgálatát a Diósgyőri Ipari Parkon belül több¹⁵ társas vállalkozáson keresztül valósítottam meg. Ezek elhelyezkedését egy területi aszimmetria által végeztem el, amelynek alapját az a metódus képezte, hogy a jelenleg használt egyetlen kapu, a rögzített és tényleges megközelítési lehetőség. A vállalkozások különböző területi nagyságon, különböző beépítettséggel, és nem utolsósorban eltérő tevékenységi körrel rendelkeznek. Természetesen a modellem által sem érhető el a tökéletes egyensúlyi állapot, de a jelenleg regnáló helyzet kimozdítására tökéletesen alkalmas, mivel a tényleges és valóban visszaigazolható szolgáltatásokat tekint irányadónak. Ezzel kellő képen alátámasztható a magántőkés vállalkozáson alapuló gazdasági rendszer egyik legfontosabb pillérének 'szentsége', a magántulajdon védelme (Storbech, 2006).

Matematika, modell, empiria

A matematikai modellem (Woerner, 1991:25-49) alkotási folyamatának kezdeti időszakában, egyértelmű célként határoztam meg, hogy a kész és struktúrájában stabilnak tekinthető képletet a gyakorlatban többszörösen szeretném visszaigazolni. Ennek szellemében három tevékenységében és a Diósgyőri ipari Parkon belül tulajdoni hányadában is eltérő vállalkozáson keresztül kívánom elvégezni a kísérletemet.¹⁶

A 'modell' alanya, a Konkretika Kft. – Miskolc, Rákóczi út 14. –, amely transzportbeton készítéssel, illetve hosszú távú fejlesztésként betontermék előállításával kíván foglalkozni. Az ipari park területén, sem föld, sem más ingatlantulajdonnal nem rendelkezik. A vállalkozás bérlőként van jelen a vizsgált területen és minden szolgáltatást a DIP Kft.-től vásárol.

¹⁵ A publikáció meghatározott keretszáma végett, csak egy az általános paramétereknek leginkább megfelelő vállalkozás közös költség számítás modelljét mutatom be.

¹⁶ A publikáció meghatározott keretszáma végett, csak egy az általános paramétereknek leginkább megfelelő vállalkozás közös költség számítás modelljén mutatom be számszakilag modellem eredményességét.

$$K_{\text{Konkretika}} = \dot{A} + V_{1,x} + V_{2,x} + V_{3,x}$$

$$K_{\text{Konkretika}} = [15.000$$

$$\text{Ft}] + [[4.150\text{m}^2 * 5\text{Ft/m}^2] + [0\text{m}^2 * 8\text{Ft/m}^2] + [3.650\text{m}^2 * 2\text{Ft/m}^2]] + [550\text{m}$$

$$* 15\text{Ft/m}] + [250\text{W} * 10\text{Ft/W}]$$

$$K_{\text{Konkretika}} = [15.000 \text{ Ft}] + [20.075 \text{ Ft} + 7.300 \text{ Ft}] + [8.250 \text{ Ft}] + [2.500 \text{ Ft}]$$

$$K_{\text{Konkretika}} = 15.000 \text{ Ft} + 27.375 \text{ Ft} + 8.250 \text{ Ft} + 2500 \text{ Ft}$$

$$K_{\text{Konkretika}} = 53.125 \text{ Ft}^{17}$$

A matematikai modellem segítségével kiszámított általános szolgáltatási értékek jóval nagyobb ár-arány értéket mutatnak, mint a jelenleg alkalmazott formula által kalkulált összegek. Természetesen a modellem sem tökéletes, de ezt egy kezdeti, kiindulási pontnak tekintem. Az állandó költség kategóriáját érdemes lenne megbontani, ha mérhetőség feltételei adottak lesznek. Így a kapun történő belépést, illetve az útburkolatnak a tehergépkocsik által történő terhelését is figyelembe lehetne venni.

A végső cél csak az egy síkon történő gondolkodással, a tényleges megoldást lehetővé tevő alap modell alkalmazásával érhetjük el. Ennek véglegesítése még több kiegészítést, illetve empirikus kísérletet igényel, de a közgazdaságtanban annyira fontos egyensúlyi¹⁸ állapot irányába történő elmozdulást mindenféleképpen eredményezheti (Kiss, 2005:12).

A lehetőség és annak határai

Az erősen polarizált társadalmunk majd minden szegmense kívánja a pozitív tartalmú értékek jelenlétét. Vitathatatlan tény, hogy az újkori demokratikus rezsimek és benne a gazdasági háttérükként szolgáló magántőkés vállalkozáson alapuló rendszereknek, még soha nem kellett ilyen mélységű társadalmi és szociális törésvonalakkal szembesülni. Így nem véletlen, hogy gyorsuló tempóban keresik a megoldási alternatívákat és minden olyan elmélet, vagy gyakorlati módszertan lehetőségként szerepel, amire probléma-megoldási stratégiát lehet építeni (Czomba, 2008).

A társadalmi marketing, mint eszköz tökéletesen alkalmas arra, hogy pozitív értéket hozzon létre és közvetítsen a megszólítani kívánt célcsoportok felé. Ezzel generálva azt az organikusán fejlődő folyamatot, aminek outputja, mind az egyén, mind a társadalom számára is egyértelmű haszonná válik (Kocsis, 1996). Ezzel párhuzamosan fontos szempontként kell kezelni, hogy a társadalmunk rétegződése ne váljon statikussá, mert az átjárhatatlan viszonyrendszerek egy önmagába záródó

¹⁷ A matematikai modellem empirikus visszaellenőrzési folyamatában csak nettó, áfával nem terhelt értékeket vettem figyelembe. Így az összegszerű eredmények 27%-os áfával terheltnek kell tekinteni, melyet havi botontásban, minden tárgy hónapot követő 10-ik munkanapon köteles a szolgáltatást igénybevevő a szolgáltatást végző számlájára befizetni.

¹⁸ Az egyensúlyi állapotot természetesen egy elvi megközelítési lehetőségként kezelem, ami adott szituációban a magán tőkés viszonyokra értelmezve, sajnos nem érhető el.

cirkulációt indítanak el, amelynek végeredménye mindig kiszámíthatatlan. Ez a bizonytalansági tényező pedig szervesen átjárja az élet minden szegmensét, benne a számomra oly fontos társadalmi értékek és gazdasági érdekek egyensúlyi helyzetének megteremtésének vizsgálatát. Kutatásom újdonság erejét pontosan ezen alapok szolgáltatják. A problémaorientált megközelítésre támaszkodva egy pozitív metodológia alapján, olyan fejlődni képes rendszert hozunk létre, ami a marketing elveknek megfelelően, de az interdiszciplinalitásban rejlő lehetőségeket is beépítve határozott válaszokat ad a társadalmi értékek védelme érdekében.

Munkámat ezért némi küldetés-tudattól átítatott, szubjektív vélemény halmaznak is tekintem. Az egykori diósgyőri nehézipar romjain törtnő építkezés nem reménytelen feladat, de az csak egy hosszú és kiszámítható formulák által működtetett folyamat részeként indítható el, aminek számos, sőt lehetőleg minél több tudományterület elemeit is figyelembe kell vennie. Ezért is alkalmas a társadalmi marketing arra, hogy befogadja és alkalmazza a gazdasági matematika, a stratégia menedzsment, vagy a gazdaság elmélet legújabb kutatás eredményeit. Mind ezt a marketing módszertanában rejlő lehetőségekkel kiegészülve – várakozásom szerint - képesek lehetünk a hosszú évek során meghozott hibás döntések korrigálására, illetve egy új reorganizációs folyamat beindítására is. A végső cél egyértelmű, az egykor több tízezer munkavállalót foglalkoztatni képes infrastruktúrára, illetve a közös kulturális gyökerekre alapozva ismét, a termelés és a fenntartható fejlődés irányába tudjuk terelni ezt a különleges és sokkal jobb sorsra predesztinált ipari, gazdasági összességet.

A társadalmi marketing egy sokoldalú és megoldási javasolataiban is komplex rendszer, melyet nem lehet elemek és modulok kiragadásával értelmezni. Ennek ellenére fontos – zárógondolatként – megjegyezni, hogy a társadalmi marketing nem egy idealisztikus, elméleti síkon történő polémia halmaz.

A gyakorlatban ez többszörösen kipróbált marketing elvek és technikák alkalmazását jelenti, amit komplex stratégiák vezetnek a meghatározott célok eléréséhez. Ezen célok pedig egyértelműen azon társadalmi értékek jobbítását jelentik, amelyek által könnyedebbé, jobbá és igazságosabbá tehetjük magunk és mások életét.

Irodalomjegyzék

- BERÁCS J. (2003): Marketing erőforrások koncepcionális megközelítése. *Vezetéstudomány*, (2), 2-13.
- BOROS Á. (2005): *Tények és képek a diósgyőri kohászat életéből 1770-2005*. Miskolc. Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Levéltárért Alapítvány.
- CZOMBA S. (2008): *Iparfejlesztési tendenciák Borsod-Abaúj-Zemplén megyében a rendszerváltás előtti és utáni évtizedben. Különös tekintettel a szakember ellátottságra*. Budapest: Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Technika- Mérnök és Tudománytörténeti Doktori Iskola.
- FEKETE F. (szerk.)(1984): *Politikai gazdaságtan 1. Közgazdasági alapvetések*. Budapest. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- GARETT, D. E., & SHETH, J. N. (1986): *Marketing Theory: Cincinnati, Classic and Contemporary Readings*. South-Western Publishing.
- GRÖNGROSS, C. (2000): Creating a Relationship Dialogue: Communication, Interaction for Value. *The Marketing Review*, (1), 5-15.
- JÓZSA L., PISKÓTI I., REKETTÉ G., & VERES Z. (2002): *Döntésorientált Marketing*. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó.

- KISS M. (2005): *Alapmarketing*. Budapest: Aula.
- KOCSIS P. (1996): *Gazdasági matematika*. Budapest: Pénzügyi és Számviteli Főiskola.
- LUGOSI G., & ZSELLÉR Gy. (1976): *Gazdasági matematika*. Budapest: Munkaügyi Minisztérium Munkaügyi Kutatóintézete.
- PISKÓTI I. (2011): *A marketing elmélete – a vevőorientációtól a társadalmi marketingig*. Miskolc: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar.
- STORBECH, O. (2006): *A valóság nyomában. Köz-gazdaság*, 1 (2), 138-140.
- WOERNER, J. (1991): *Marketing mindenkinek*. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.