

KÖZÖSSÉG ÉS PARTNERSÉG

KOVÁCS EDIT

Szövetkezve

A társadalmi összefogás régi-új terepe a helyi gazdasági alapú együttműködés

Egy közösség akkor tud hatékonyan működni, ha van közös cél, ha mindenki ismeri abban a saját feladatát és azt is tudják, miképp lehet ezt megvalósítani. Az emberek ott tudnak együttműködni, ahol vannak jól működő demokratikus helyi szervezetek. Ott az emberek gazdaságilag is képesek az összefogásra, sőt ott szolidárisabbak a közösség elesettebb tagjaival is.

A társadalmi tervezés, olyan integrációt segítő folyamat, melyben a közösség tájékozottabb (informált, döntési helyzetben lévő) tagjai erőfeszítéseket tesznek azért, hogy a közügyektől távolabb élő, a közéletben aktívan részt nem vevők minél szélesebb körűen vegyenek részt az őket érintő döntések előkészítésében, vagy az azokat megalapozó stratégiák kialakításában.

A társadalmi tervezés talán legfontosabb alapelve az arányosság (szubszidiaritás), mely esetünkben annyit jelent, hogy ott kell a döntéset meghozni, ahol a legtöbb információ és a legérintettebb emberek egyszerre vannak jelen.

A társadalmi tervezés nem pusztán módszer, hanem egy demokratikus magatartásforma, mely olyan együttműködést jelent a társadalom különböző szereplői között – döntéshozók, civilek, állampolgárok, intézmények, vállalkozók, lakosok, érdekszövetségek –, amely párbeszédben alakítja ki például a település fejlesztésének koncepcióját, vagy éppen a kistérség jövőbeni arculatát, gazdasági irányultságát, intézményi működését.

A helyi gazdaságfejlesztés olyan folyamat, amelyben a közösség és az önkormányzat a helyi forrásokat használja és a magánszektornal való együttműködés útján ösztönzik a gazdasági tevékenységeket, új munkalehetőségeket és jólétet teremtenek – írja Blakely. Az magyar Országgyűlés 2006 októberében elfogadta az új szövetkezeti törvényt (2006. évi

X. törvény) és hozzárendelt két kiegészítő kormányrendeletet (141/2006. (VI. 29.) sz., 124/2006.), mely részletezi a szociális szövetkezetek specialitásait. Régi, új lehetőség nyílt meg ezzel egy gazdasági alapú, ám működésében és szellemiségében közösségi összefogásra.

A szövetkezés, mint a helyi gazdasági együttműködés lehetséges formája

„Egy helyi közösség fejlődése többek között attól függ, kinek az ellenőrzése alatt állnak a helyi források, vagyis lényeges, hogy a közösség tagjai meg tudják-e szerezni a szükséges ellenőrzést tulajdon helyi forrásaik – úgymint föld, tőke, infrastruktúra, emberi erőforrások és szak tudás – felett.” Alf Ronnby

A szövetkezet egy olyan üzleti vállalkozás, amelyet a benne dolgozók birtokolnak.

A hagyományos üzletmenetben a tőke bérel munkaerőt, míg a szövetkezeteknél a munkaerő használja fel a tőkét és a tulajdon azoké, akik benne dolgoznak. A döntéseket a dolgozók hozzák. A szövetkezet a demokrácia alapelvein működik, erősségét az adja, hogy közösségre épül. Együtt sokkal képzetebbek és körültekintőbbek vagyunk, mint egyenként, mert tudásunk, tapasztalataink, képességeink összeadódnak, értékrendjeink egymás mellé rendelődnek. Ez persze se könnyen, se gyorsan nem megy, hiszen a szociális szövetkezetek esetében fokozottan hangsúlyossá válik egymás megismerése, elfogadása, támogatása, azaz a szolidaritás és a bizalom.

A helyi gazdaság fogalmának az ellentéte a „nem-helyi”. Ez a termékpiacon vagy importot jelent, vagy a helyi termékeket érintő valamilyen felvásárlási-értékesítési monopóliumot. Az erőforráspiacon pedig a versenyképes helyi kínálatra települő termelést. Az a kérdés, hogy egy adott térség számára a nem-helyi gazdaság megjelenése jó vagy nem, nem válaszolható meg kategorikusan, jó is, rossz is lehet. Gazdasági értelemben az a mércéje, hogy távlatosan bővíti, vagy, szűkíti-e az ott élőknek a piacra lépési lehetőségeit.

A nyolcvanas években iparunk 1,7 millió emberrel termelte meg azt, amit 2002-ben 300 ezer emberrel. A példa tanulsága most legyen csak annyi: nem várhatjuk azt, hogy hazánk problémái csupán a nagy foglalkoztatók álláshely-teremtésével oldódjanak meg, hanem más egyébre is szükség van. A helyi gazdaság fejlesztése szempontjából is cél az emberek piacra lépési lehetőségeinek, vagyis a vásárlóerejüknek a bővítése. Ez egy olyan elsőrangúan fontos gazdaságpolitikai cél, aminek a megvalósítása a helyi piacon keresztül történhet, annak érdekében, hogy minél több embernek legyen munkalehetősége a lakóhelyéhez közel. A helyi piac jelentőségét továbbá az is erősíti, hogy ott olyanok is munkát találhatnak, akik a maguk munkaerő-kínálatával nem tudnak megjelenni a multinacionális cégek által képviselt globális munkaerőpiacon. A közösségi gazdaság helyi tudásra, tapasztalatra épít; új munkahelyeket teremt; helyben lévő hiányokat helyi válaszokkal mérsékli; nem egyéni, hanem közösségi megoldást kínál.

A helyi piac szereplői és gazdasági kapcsolatai¹

A globális szereplő a multinacionális vállalat telephelye. Az ő számára a térség komparatív előnyökkel járó erőforrás, de termékpiacként elhanyagolható, mert elsősorban nem itt akar eladni. Alapérdeke tehát, hogy az erőforrások olcsók legyenek, ezért hozza ide a tőkét, a nyersanyagot. A térség számára azért jelenthet hasznot, mert munkabért, adót, földjáraadót fizet, bedolgozó helyi vállalkozásoknak jelent felvevőpiacot, illetőleg az innovációra irányuló kényszert.

A **helyi gazdasági szereplő** – akár munkaadó, akár munkavállaló – a közhatalomnak közvetlen alanya is (választópolgár). Az erőforrásai helyiek, a befektetői felhalmozása közvetlenül a térséget gazdagítja, számára ez az alapvető termék- és szolgáltató piac is. Munkabért, adót, földjáraadót szintén fizet.

A **helyi, nem piaci szereplők** körébe foglalhatók bizonyos értelemben az újraelosztó szférából finanszírozott tevékenységek (közszolgáltatás, egészségügyi-szociális ellátás, oktatás stb.) dolgozói, ezek a termékpiacon vásárlóerőként jelennek meg. Más értelemben azonban ide sorolható minden olyan gazdasági tevékenység, ami az értéket nem a piacon

¹Miklóssy, 2001 (In: Kajner, 2007) tipizálása alapján

realizálja.² Éppen ezért a ma alkalmazott gazdasági statisztikai módszerek, amelyek az értékesítést mérik, ezt a gazdasági szegmenst nem tudják felfogni sem.

Helyi kontra globális gazdaság. A közösségi vállalkozások életesélyei³

A közösségi alapú gazdaság: a helyi tudásra, tapasztalatra épít; új munkahelyeket teremt; helyben lévő hiányokat helyi válaszokkal mérsékli; nem egyéni, hanem közösségi megoldást kínál. A **Közösség Által Támogatott Mezőgazdaság⁴** (KÁTМ) módszerének lényege a termelő és a fogyasztó közvetlen kapcsolata, a bizalom, a jó minőségű, egészséges, környezetkímélő módon előállított áru és tisztességes jövedelem a gazda számára. A termelő és fogyasztó között közvetlen kapcsolat létezik, ideális esetben a kockázatot is megosztják. Jelentősen növeli a termék eladhatóságát származási helyének jelölése (pl. makói hagyma, paksi halászlé), illetve a termelő(k) személyes védjegye, arcképe.

A közvetlen kapcsolaton alapuló eladási rendszerben mind a termelő/szolgáltató, mind a fogyasztó elköteleződése nagyobb, közös érdeké válik a piac folyamatos jó színvonalon tartása. Az elkötelezettség mértéke a KÁTМ működési típusai alapján négyféle lehet:

- 1. Kiszállítási rendszer:** A termelő/szolgáltató létrehozza a logisztikai hátteret, aminek keretében egy elosztási pontra, vagy közvetlenül hához szállítja a fogyasztóknak a megrendelt termékeket, helyben szolgáltat. A megrendelés és a szállítás, munkavégzés rugalmasan történik, a vevők telefonon, faxon, levélben, interneten, vagy személyes kapcsolatok útján rendelhetnek árut. E rendszer nagyobb városok vonzáskörzetében, jelentős felvevőpiac mellett képes működni.
- 2. Gazdálkodók piaca:** E piacok alkalmoszerű, időszakos, vagy rendszeres megjelenési lehetőséget biztosítanak a termelőknek. Szervezést a gazdálkodók vagy a helyi önkormányzat, esetleg egy közvetítő

²A háztartási tevékenységek, vagy az önellátó, természetes gazdálkodás is idetartozik (idézi: Kajner, 2007)

³Kajner, 2007. alapján

⁴Az angol eredetű elnevezés Community Supported Agriculture, CSA.

vállalhatja. Elterjedt forma, aminek keretében a termelők a közeli vagy távolabbi városokba szállítják termékeiket. (Egy változatát jelenti ennek a korábban „MDF-piacként” ismert megoldás.) Ha a gazda közvetlenül a fogyasztónak értékesít, nincs szükség közvetítőre, az árak alacsonyabbak lehetnek. Néha azt is meghatározzák, mekkora távolságról érkezhethet a gazda azért, hogy fenntartsák a piac helyi jellegét.

- 3. Állandó vásárlók rendszere:** A termelők/szolgáltatók és a fogyasztók értékesítési szövetséget hoznak létre, amelyben a termelő/szolgáltató megbecsüli, hogy mikor és milyen termékeket tud szállítani, milyen mértékben tud szolgáltatni, míg a vásárlók kötelezettséget vállalnak arra, hogy amennyire lehet, rendszeresen vásárolnak, igénybe vesz



Ezen elven működik például a gödöllői Nyitott Kert Alapítvány (NYKA)⁵, a hazai KÁTM egyik úttörőjének kiszállítási rendszere.

4. Részarányos gazdálkodás:

A termelő/szolgáltató és a vásárló legszorosabb elkötelezettségét, kapcsolatát igényli. A termelő/szolgáltató az év elején becslést készít a termelésről, felméri szolgáltatási kapacitását, megbecsüli a költségeket és a szükséges jövedelmet, azokat pedig a szerződött vásárlók között arányosan felosztják. A befizetett összegért cserébe a fogyasztó rendszeresen meg-

kapja a termés arányos részét, vagy a részarányának mértékében igénybe veheti a szolgáltatást. Így a mezőgazdasági termelés kockázata megosztható, a szolgáltatás értékesítésének esetlegessége csökkenthető.

⁵www.nytottkert.hu

Alább számba vesszünk néhány, a termelő/szolgáltató és fogyasztó lazább kapcsolatán alapuló módszert⁶, melyek nemcsak szakirodalmi víziók, hanem valós lehetőségek a helyi piacok újjáélesztésében, a város és vidéke új társadalmi szerződésének megkötéséhez, melyek lassan, de hosszú távra hoznak hasznot:

- **Termelői bolt:** olyan kiskereskedés, mely vagy a gazdaságban, vagy ahhoz nagyon közel helyezkedik el. Egy ilyen gazdasági boltban több közelben termelő gazda termékeit is lehet árusítani. Termelői boltot lehet nyitni más – nem mezőgazdasági – termékek eladására is (kézimunka, varrt háztartási textilárú, szőttes, feldolgozott helyi termék, fa-áru, műanyagáru stb.).
- **Szedd magad:** itt a vásárló maga szedi meg a terményt és fizet annak tömege szerint. A terményszedés egy átlagos embernek nem feltétlenül munka, hanem kellemes időtöltés, kikapcsolódás lehet, a gyerekeknek pedig kitűnő játék, csak érteni kell a felvezetéséhez.
- **Mozgóbolt:** hasonló a termelői bolthoz, de itt a termelő megy a vásárlói közelébe. Jól működtethető olyan helyen, ahol a helybeli emberek egyébként is gyakran megfordulnak, pl.: iskola, művelődési központ és egyéb közösségi helyiségek.⁷
- **Mozgó szolgáltatás:** a mozgóbolthoz hasonló elven működik, csak itt nem egy termék eladása a cél, hanem szolgáltatásunkhoz való hozzáférés növelése (házi szakmunkák, kölcsönző: könyv, DVD, kispép stb., szépségápolás: pedikűr, fodrász stb.).
- **Speciális ellátást igénylő fogyasztók:** a hétköznapiakban számos te-repe akad, és számtalan formában valósulhat meg a házi segítségnyújtás. Ezek személyre szabottak, esetenként egyedi kivitelezésűek, alkalmi és rendszeres formában is előfordulnak. Olyan hiányra adnak választ, melynek kielégítése a piacnak nem érdeke (vásárlás, állatellátás, kerti munkák, ház körüli javítások, takarítás, gyermekfelügyelet, időskorú családtag ellátása, korrepetálás, személyi oktatás, nyelvi szolgáltatás, ügyintézés stb.).

⁶Akucs, 2005 (idézi: Kajner, 2007) alapján, kiegészítve

⁷A Waldorf iskolák és óvodák tökéletesen alkalmas helyszínek erre az értékesítési lehetőségre, hiszen pedagógiájuk alapeleme a fenntarthatóság megértése, megélése.

- **Helyi (nem bio) zöldséges boltok:** hasonlít az előzőhöz, de kevésbé szakosodott lehetőség. A hazai zöldségpiac nagy része felvásárlókon keresztül működik, így gyakori, hogy a helyi zöldséges távolabbi városok nagybani piacáról származó termékeket forgalmaz, míg a helyi gazdáktól nem vásárol. Így ennek a módszernek az alkalmazása sokszor akadályokba ütközik, előfeltétele a piac ismerete, majd befolyásolása.
- **Helyi közlekedés szervezése:** akár személy- és/vagy csomagszállítás, helyi, helyközi járat szervezése, alkalmi, vagy rendszeres jelleggel. Telefontaxi.
- **A nyilvánosság megszervezésének helyi lehetőségei** (helyi lap, közösségi rádió, helyi televízió, képújság, faliújság stb.), melyek generátorai lehetnek a helyi kereskedelmi piacnak, közvetíthetnek a termékek és a szolgáltatásokat kínáló és igénylők között, akik ezért részt vállalnak a médium, orgánum működtetésében.
- **Hiánypótló helyi szolgáltatások szervezése:** idesorolhatók azok a közösségi kezdeményezések, melyek megvalósítása gazdasági szervezettel történik (pl. közösségi kávézó, klub, turistaszálló, helyi étterem, játszóház, kölcsönző, gyermek-felügyeleti rendszer kialakítása stb.).
- **Családi napközi szolgáltatás szervezése:** mely lehetőséget kínál egyes korcsoportú gyerekek családi környezetben való felügyeletére rugalmas – a helyi igényekhez alkalmazkodó – nyitva tartással, szolgáltatási struktúrával. (www.csana-info.hu)

... a sor még természetesen folytatható lenne és folytatni is kell, amíg eljutunk a helyben leginkább szükséges és megvalósítható közösségi vállalkozás(ok) ötletéig, melyek lehetnek önállóak, vagy éppen egymásra épülők, egymást kiegészítők.

És közben ne felejtsük, a helyi közösség akkor erős, ha ellenőrzése, s így befolyása alatt tudja tartani a helyi folyamatokat. Ez nemcsak a helyi döntéshozói körre, hanem a bevezetőben idézett gondolat szerint a helyi gazdaság folyamataira, annak működésére és szereplőire is vonatkozik.

A közösségre alapozott gazdasági és foglalkoztatási fejlesztés⁸

Blakely⁹ a helyi gazdasági fejlődéshez szükséges feltételeket háromszögként rajzolja fel, amelynek elemei a következők: *közösségi intézmények, az önkormányzat és a magánszektor*. Blakely úgy véli, hogy a helyi közösség tagjainak kell a kezdeményezőknek lenniük. A helyi kormányzat pedig azért játszik fontos szerepet, mert a közpolitika a helyi fejlődés alapja. Ha a közösség megfelelő élet-, munka- és vállalkozási környezetet és feltételeket teremt, elérheti, hogy a gazdasági tevékenységek vidéken folyjanak. A közösségi élet minősége – állítja Blakely – olyan valami, ami vonzza a vállalkozni kész, képzett embereket.

Az „életminőség tényező” kulcsfontosságú. A helyi fejlesztési csoportoknak először abba kell befektetniük, hogy vonzó helyi közösségeket teremtsenek: jó lakások vagy jó építési telkek, szép természet, társadalmi és kulturális környezet és egyéb értékek, aktív közösségi élet. Az új középosztálybeli betelepülők vásárlóerőt jelentenek és odavonzák a munkáltatókat. Ezenkívül a friss beköltözők inkább fognak vállalkozásba. Ennek eredményeképpen több közösség hagyott fel az irányú erőfeszítéseivel, hogy vállalkozásokat hozzanak a közösségbe és megpróbálnak inkább embereket odacsábítani. A probléma ezzel a stratégiával az lehet, hogy sok falusi közösségben az emberek kicsit szkeptikusan viszonyulnak az újonnan jöttekhez és esetleg nem hajlandóak egy ilyen stratégiába befektetni. Megtörténhet azonban, hogy az olyan közösségek, amelyek nem fektetnek be az oktatásba, új emberekbe és új technológiába a fejlődés vesztesei lesznek.

A helyi fejlesztés kezdeményezésére sok esetben akkor kerül sor, ha a helyi lakosok veszélyeztetve érzik létüket, vagy valami miatt válsághangulat alakult ki (iskolabezárás, közlekedés-átszervezés, szolgáltatás megszűnése stb.). Ekkor a bizalmat élvező helyi kezdeményezőkön, a lelkes vezéregyéniségeken a sor, hogy mobilizálják az embereket és megszervezenek egy akciócsoportot vagy helyi fejlesztési csoportot a további munkához. Egy kívülről jött ötlet nemigen fogan meg a közösségben. *A fejlesztési projektnek a helyi népesség igényéből, érdekéből kell kiindulnia és az emberek képességeire kell épülnie*. A közösségfejlesztés alap-

⁸Ronnby, 1996., Vercseg, 2000. alapján

⁹idézi Ronnby, 1996.

elve, hogy a település körülményei és a latens forrásai alkotják a helyi mobilizálás kiinduló pontját.

A helyi fejlesztési projektek három tartóoszlopa:

- (1) a helyi kezdeményezés és helyi emberi és anyagi erőforrások mobilizálása;
- (2) hivatali támogatás és a helyi önkormányzat segítsége;
- (3) esetleges külső hatások és támogatások.

A helyi közösségek mobilizálásának előfeltételei pedig az alábbiak:

- (1) Hiszünk céljainkban.
- (2) Hozzá tudunk férni és használni tudjuk (erő)forrásainkat.
- (3) Képesek vagyunk saját döntéseinket meghozni.
- (4) A helyi lakosság mobilizálása akkor lesz hatékony, ha a projektben a lehető legtöbbben részt vesznek.
- (5) A közösség egészét figyelembe kell vennünk, azaz nem csak a szűken vett gazdasági szempontokat.
- (6) Figyelni kell a társadalmi, kulturális kérdésekre, a kommunikációra és az együttműködésre.
- (7) Meg kell próbálnunk mindenkit részvételre ösztönözni és a helyi identitástudatot kialakítani.
- (8) Önállóságra kell szert tenni azzal, hogy tulajdon energiáinkra támaszkodunk.
- (9) Úgy szervezzük a munkát, hogy a helybeliek készségei növekedjenek.
- (10) Valamilyen támogatásra szükség van külső forrásokból is.

E téziseket erősíti egy közösségépítő tanfolyam hallgatóinak közös gyűjtése¹⁰ is a „miért érdemes közösségben dolgozni” kérdésre:

- sikerélményt ad, értelmes életet szeretnék élni, társasági létet ad, közös célok elérését hozza, együtt megvalósítható;
- közös öröm, valahová tartozás, élni az összefogás örömeivel és lehetőségeivel;
- különféle problémák együttes megoldását adja;

¹⁰Mészáros, 2004.

- gazdasági szükségszerűség a nehézségek közös megoldása, így csökkenthetjük kiszolgáltatottságunkat;
- lássuk meg lépéslehetőségeinket, lakóhelyünk lakhatóbbá tételét, felbátorítás a cselekvésre;
- kitanulni a demokratikus állampolgári létet csak közösségben lehet;
- hogy megértsük saját helyzetünket, **otthon legyünk a saját életünkben**;
- arra ad lehetőséget, hogy olyan üzleti vállalkozást fejlesszünk ki, amelyben az egyéni célok a közösen kitűzött célokkal összhangban valósulnak meg.

A mindenén átnyúló, mindenhova bekúszó globális gazdaság egyetlen ellenfele a helyi gazdaság fejlesztése, azok megerősítése vásárlói bizalommal, helyi kedvezményekkel. A kicsi, rugalmas közösségi vállalkozások helyi megoldásokat nyújtanak, mélyen a közösségben gyökereznek, ismerik a helyi szükségleteket, a helyi kapacitásokat, ezért életképesebbek és tovább fennmaradnak. Ez a gazdasági társulási forma ott és akkor tud fenntartható módon megélni majd, ahol nem az esetek tömörítése, gyors – rövid távú – megtámogatása, majd magára hagyása jelenti a projektet, hanem ahol a közösség tanultabb, tehetősebb, vállalkozóbb szellemű tagjai a környezetükben élő hátrányosabb helyzetű, ámde sorsán fordítani kívánókkal akar és tud is közösen dolgozni. Napról napra.

Felhasznált, és ajánlott irodalom

- Alf Ronnby: Helyi közösségek mozgósítása. Szövetkezetfejlesztés. In: Parola 1996/2. Közösségfejlesztők Egyesülete, Budapest.
- Bodorkós B., Kajner P., Kovács E., Peták P., Péterfi F.: RAJTunk múlik! Hogyan szervezkedjünk és képviseljük érdekeinket lakóhelyünkön?. Közösségfejlesztők Egyesülete, Budapest, 2004., 2006. 101 oldal.
- Fülöp Sándor, dr.: A közérdekű adatok hozzáférhetősége. In: Tanulmányok a részvételi demokrácia gyakorlatából. Nonprofit Szektor Analízis Program, Budapest, 2005.
- Gyekiczky Tamás dr.: Emberi erőforrások és modernizációs stratégiák. In: Szociológiai adalékok az emberi erőforrás-fejlesztések és az emberitöke-beruházások társadalomtörténetéhez. T-Twins Kiadó, Budapest, 1994. 209. oldal. Az idézet az 50–51. oldalról való.

- Kajner Péter: Gazda(g)ságunk újrafelfedezése. Fenntartható vidéki gazdaságfejlesztés elméletben és gyakorlatban (szerk.). In: Fenntarthatóság és globalizáció 3. L'Harmattan Kiadó, Budapest, 2007. 153 oldal.
- Mészáros Zsuzsanna: A Felső-Kiskunsági fejlesztési folyamat bemutatása egy kunbábonyi példa alapján. Előadásanyag. Budapesti Művelődési Központ, Budapest, 2003.
- Mészáros Zsuzsanna: A szövetkezés előnyei, avagy mire is szövetkezzünk? Kézirat. Kunbábony, 2004.
- Mészáros Zsuzsanna: A Retextil Alapítvány „Árnyékból a fénybe” elnevezésű projekt szövetkezetfejlesztő tevékenységéről. Kézirat. Kunbábony, 2006.
- Mészáros Zsuzsanna: Közösségi vállalkozás és/vagy szövetkezet. Kézirat. Komárom, 1998., javítva: Kunbábony, 2007.
- Varga A. T., Vercseg I. dr.: Közösségfejlesztés. Magyar Művelődési Intézet, Budapest, 1998. 293 oldal.
- Vercseg Ilona dr.: Közösségfejlesztés leckék kezdőknek és haladóknak (Módszertani füzet). Közösségfejlesztők Egyesülete, Budapest, 2005. 38 oldal.
- Vercseg Ilona dr.: Szomszédsgai gazdaságfejlesztés. In: Parola füzetek. Közösségfejlesztők Egyesülete, Budapest, 2000. 52 oldal.
- Vercseg Ilona dr.: Kistérségi fejlesztés a Mecsekalján. Önkormányzati Hivatal, Cserkút, 1995.
- Közösségi felmérés Cserkút, 1995. (Közösségi Adattár)