

**INNOVÁCIÓK TÉRSZERKEZET-MÓDOSÍTÓ HATÁSAINAK FŐBB  
ÖSSZEFÜGGÉSEI**  
MAJOR COHERENCES OF THE IMPACTS OF INNOVATIONS ON SPACE  
STRUCTURE

**Ökrös Imre<sup>1</sup>-Nagy Henrietta<sup>2,3</sup>-Káposzta József<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>PhD. hallgató, <sup>2,3</sup>egyetemi docens  
Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar  
E-mail: kaposzta.jozsef@gtk.szie.hu  
nagy.henrietta@gtk.szie.hu  
okroskft@gmail.com

### **Összefoglalás**

Az innovációk térszerkezet-módosító hatásai manapság kétségtelenül az érdeklődés középpontjában állnak, mivel a területi különbségek csökkentése elsődleges minden nemzeti kormányzat számára. Mivel már napjainkra a városi élet jellemző problémáit is érintik a területfejlesztés e sürgető problémái, így jelentősen sokan foglalkoznak már ezzel a témával. A jobb gazdasági feltételek és stratégiák iránti vágy egyik alapja az a felismerés volt, hogy folyamatossá válhat a regionális hanyatlás és a térbeli gazdasági, társadalmi válság állandósulhat. Az innovatív fejlesztések mögött egyre inkább az a felismerés rejlik, hogy a nyugat-európai államok területeinek gazdasági bázisát a feszített verseny és a technológiai váltás veszélyezteti. Összességében jól látható, hogy az innovációk bevezetésével megvalósított regionális fejlesztések, hosszú távú megoldásokat adhatnak a térszerkezet változásához.

### **Abstract**

The impacts of innovations on space structure are in the focus of interest nowadays, since the moderation of spatial differences is a priority for each national government. Many deal with this urging spatial development problem that is in relation to the major problems of cities by now. One reason for seeking better economic conditions and strategies was the finding that regional recession might be gradual and the economic and social crisis might not be avoided. Innovative developments are more and more promoted because the economic basis of the Western-European states is risked by the tight competition and technological shift. Overall, it can be seen clearly that regional developments based on the introduction of innovations can bring long-term solutions for the changes in spatial structure.

**Kulcsszavak:** régió típusok, regionális stratégiák, innovációs milió, iparági körzetek

**JEL besorolás:** R10, R11

**LCC:** HD72-88

### **Bevezetés**

A világ gazdasági, társadalmi változásait figyelembe véve nehéz az összefüggéseket függetleníteni attól a kérdéstől, hogy az átalakulás Európa egyes területein a helyi gazdasági tevékenység bővülésével, más részein hanyatlással járt. Nyugodt lelkiismerettel állíthatjuk, hogy a világban a nemzeti kormányok nagyban érdekeltek az innovatív területi fejlesztés eredményeiben, nagy ráhatással rendelkeznek ennek a fejlődésnek a befolyásolásában és hasonlóan nagy a felelősségük abban, hogy ezt a fejlődést a társadalmilag megkívánt irányba vigyék. Mindezek alapján megállapíthatjuk, hogy egy térbeli gazdaság fejlődésének, annak

folyamatainak sikerességét meghatározó tényezője az innováció. Az innováció az, ami valójában dinamikus környezetbe helyezi a gazdaságot és benne a térben működő vállalatokat. Az innováció fogalmát Schumpeter (1912, 1980) vezette be a közgazdaságtanba. Elmélete alapján a termelési tényezők új kombinációjában jelöli meg az innováció lényegét, és abban, hogy az ilyen típusú törekvéseknek van személyes hordozója, mégpedig maga a vállalkozó. Ez a schumpeteri felfogás csupán a termelővállalatokra vonatkozott, de más típusú vállalatokra is kiterjeszhető. Felfogása minden további, innovációval foglalkozó elmélet kiindulópontja lett. Downs és Mohr 1976-ban tovább bővítette a fogalmat: „az innováció bármely olyan eszköz, rendszer, folyamat, probléma, program, termék vagy szolgáltatás adaptációja, amely új a szervezet számára.” Dougherty szerint (1996) az „innováció egy új termék vagy szolgáltatás koncepciójának megalkotása, fejlesztése, gyártásfejlesztése, gyártása, piacra dobása és folyamatos menedzselése”. Az OECD által megalkotott és használat ajánlásai alapján készült Frascati kézikönyvben közzétett definíció szerint az innováció (K+F) „az a rendszeresen végzett alkotó munka, amelynek célja az ismeretanyag bővítése, beleértve az emberről, a kultúráról és a társadalomról alkotott ismeretek gyarapítását is, valamint ennek az egész ismeretanyagnak a felhasználását új alkalmazások kidolgozására. Mindezek is jól mutatják, hogy a napjainkban elfogadott innovációs elméleti definíciók háromféle tevékenységet ölelnek fel: az alapkutatást, az alkalmazott kutatást és a kísérleti fejlesztést. Ebből következik, hogy az innováció egy ötlet átalakulása - vagy a piacon bevezetett új, illetve korszerűsített terméké, vagy az iparban és kereskedelemben felhasznált új, illetve továbbfejlesztett műveletté -, vagy valamely társadalmi szolgáltatás újfajta megközelítése”. Az innováció tehát megjelenhet új termékben, de jelenthet új technológiát, új marketing stratégiát, vagy új szervezeti kapcsolatrendszert is. A fogyasztó számára mindez az ő igényeinek jobb kielégítésében jelenik meg: a termék új tulajdonságaiban, alacsonyabb árában, a rövidebb szállítási határidőben, a termékkel nyújtott jobb szolgáltatásban stb. Jól látható, hogy a technológia és az innovációk szorosan kötődnek egymáshoz (Dicken - Loyd, 1990).

Mivel az innováció olyan piacképes termék (vagy szolgáltatás) létrehozását jelenti, amelyet egyre szélesebb körben fogadnak el, ezért nyilvánvalóan térbeli folyamatként is értelmezhető a terjedése, diffúziója. Ezen innovációs folyamatok fajtái külön-külön más folyamatokat indítanak el a térgazdaságában, de összefüggéseik, egymáshoz való kapcsolataik szoros relációkat határoznak meg a regionalizmus fejlődésében. A termékek, technológiák, innovációk életgörbéje az országok fejlettsége szerint is eltérő. A nemzetközi munkamegosztásra jellemző, hogy az új innovációk a fejlett országokban jönnek létre és itt kezdődik el a magas jövedelmezőséggel bíró termékek gyártása is. Viszont a tömegtermelés kialakulásával előbb-utóbb a fejlődő országokba kerül az előállítás, akik kisebb jövedelmezőség mellett is vállalkoznak rá, mivel komparatív előnyeik ennél a terméknél vannak. Ezek alapján az innovációk életciklusa alapvetően három fázisból áll: a kutatásnak és a fejlesztésnek (a termék bevezetésének) időszakából, az érettség szakaszából, amikor a konkurencia is megjelenik, és a termelés a maximumot éri el, kisebb újításokkal a termék (technológia) tömegtermelésre alkalmassá válik és a hanyatlási periódusból, amikor a termék kezd kiszorulni a piacról. Mindezen összefüggésekből jól látható, hogy egy fejlődési ciklust valamilyen innováció indít el, amely nemcsak az iparágak többségében forradalmasítja a gyártási technológiákat, hanem a termékek körét is jelentősen kibővíti, és alapvetően hatással lehet az emberek életkörülményeire is. A hullám felfutási szakaszában széles körben elterjednek ezek a forradalmi eljárások, új termékeket előállítva és további, kisebb jelentőségű újításokat gerjesztve. Miután elterjedtek az új eljárások és érdemben nem javíthatók tovább, a piac telítődik, a profit lecsökken, ekkor megjelennek a kifáradás, a depresszió jegyei. A gazdasági növekedés is lefékeződik egészen a következő ciklus felpörgéséig. Ezen innovatív fejlődési szakaszok kifutásai is jelentős hatást gyakorolnak a régiók térszerkezeti változásaira,

hiszen az innováció megvalósulása, elterjedése a térgazdaságon keresztül a társadalmi összefüggéseket is befolyásolja. Az innováció kérdéskörét nagyon fontos stratégiai szempontból is megvizsgálni, hiszen talán egyetlen vállalati funkció esetében sem olyan szoros a kapcsolat a funkcionális részstratégiák és a vállalat egészének stratégiája között, mint az innováció esetében. Az innovációs részstratégiát meghatározó egyik legfontosabb tényezője az, hogy a vállalat egésze, illetve fő termékei és technológiai életszakaszuk mely fázisában vannak, az életgörbe mely pontján helyezkednek el éppen. Ez azért kiemelt jelentőségű, mert az eltérő életszakaszban lévő, eltérő feltételek mellett forgalmazott termékekhez, alkalmazott technológiákhoz és szervezeti megoldásokhoz más és más innovációs stratégia-elemek tartoznak. Összességében a sikeres innováció folyamatának feltételeit az alábbiakban lehet összefoglalni:

- rugalmasság, gyorsaság,
- minőség középpontba állítása,
- a vállalat információs rendszerének korszerűsítése, valamint a külvilággal való rendszeressé tétele,
- vezetők képessége,
- a kiszállás lehetőségének megtervezése: mi történjen akkor, ha a piac nem igazolja vissza a termék azon képességét, hogy az új értéket ad.

### **Az innováció folyamat értelmezése**

Az innováció legfőbb összetevője az újdonság. A szakirodalom nem egységesen ítéli meg, hogy milyen újdonságot tekintünk innovációnak, két fő megközelítés létezik:

1. Az egyik szerint az innováció lényege a folyamatos, egymással összhangban lévő fejlesztési akciók végrehajtása, a kis innovációs lépések sorozata (Porter, 1990). A folyamatos innovációt tartják a vállalati versenyelőnyök forrásának. A folyamatos innováció révén a vállalkozásoknak lehetőségük van kínálati monopóliumhoz hasonló helyzetbe kerülni, és ebben a piaci szerkezetben monopolprofitra tehetnek szert (Malecki, 1997). A monopolprofit arra ösztönzi a többi vállalkozást, hogy utánozzák az innovátort, s behatoljanak az új piacra.
2. A másik megközelítés szerint csak az tekinthető innovációnak, ami különleges jelentőségű, a piac és a vállalat számára egyaránt magas újdonságértékű fejlemény, vagyis stratégiai újdonság (Kotler, 2000). A stratégia innovációt, illetve más megnevezés alapján érték innovációt a versenyelőnyök legnagyobb forrásának tekintők, abban egyet értenek, hogy ez sokkal inkább egy koncepcionális kérdés, ami során a központi cél alapvetően új termék, magasabb vásárlói érték létrehozása, mintsem technológiai kérdés. A globalizáció által felgyorsult világban pedig még fontosabb a stratégiai innováció szerepe. A tevékenységek során a középpontban továbbra is a hatékonyság és költség-tudatosság áll, de mellettük felértékelődik a rugalmasság, a kreativitás és az idő szerepe is.

Gáspár (1998) kutatásai alapján a teljes innovációs folyamatot a következő négy fázisra lehet felosztani: kidolgozás - létrehozás - bevezetés - elterjesztés. Az elemzések megállapították, hogy a legkevesebb elméleti, és gyakorlati figyelmet az innovációs folyamat „eleje” (kidolgozás) és „vége” (elterjesztés) kapja. Ez a tény az innovatív tevékenységek megalapozásának és lehetőségei kiaknázásának hiányosságait és gyengeségeit vetíti előre. Ugyanakkor pedig nem található túl sok olyan eset, amelyben mind a négy komplex fázis egyszerre van jelen. Az innovációs folyamat egésze az innováció céljának van alárendelve, és tartalmában az innovatív tevékenységek és eljárások összességét jelenti. Az innovációs folyamat számos külső és belső tényezőtől függ, a közvetlen, belső feltételek azok, amelyeket

befolyásolni tudunk (Varga, 1998). Az innovációs folyamatok legegyszerűbb modelljei a lineáris modellek. A lineáris modellek két csoportját különböztetjük meg:

- a tudományos-műszaki eredmények „nyomása” (technology push), illetve
- az új termékek/eljárások iránt megnyilvánuló kereslet indukáló, szívó hatása (demand pull).

Az előbbi Schumpeter, az utóbbi Schmookler nevéhez fűződik. A lineáris modellek közös sajátossága, hogy az innovációt elkülönült, egymást követő tevékenységek sorozatának tekintik. Az újabb elemzések viszont az egyes fázisok közötti állandó visszacsatolások szerepét hangsúlyozzák. Az innovációt nem egyszeri, befejezett eseménynek tekintik, hanem egy szinte végtelen folyamatnak, amely során a visszajelzések hatására állandóan változik a szóban forgó termék/eljárás. Ez a felfogás jelenik meg a Rothwell-féle visszacsatolós modellben, amely összekapcsolja a kétféle lineáris modellt. Rothwell (1994) szerint történelmi léptékkal mérve az innovációk jellegének gyors változásai regisztrálhatók és az innovációs modellek egymást követő öt generációját különböztethetjük meg, melyek az alábbiak:

- A különböző generációs folyamatok eltérő technológiával és különböző piaci elfogadással rendelkeznek. Az első és második generációs modellek közé a korábban már ismertetett, a műszaki-technikai eredmények nyomó-, illetve a kereslet szívó hatására épülő lineáris modellek tartoznak.
- A harmadik modellcsalád (coupling vagy sequential process modellek) ezekkel szemben összekapcsolja a technológiai kínálatot és keresletet, sőt visszacsatolások is léteznek (Havas, 1998). Az innováció e modelljei már nem tekinthetők a szó szoros értelmében lineárisnak, de az innováció különböző elemei időben elválnak.
- Az ún. integrált (integrated) modellekben az innovatív tevékenységek egymással párhuzamosan zajlanak. A sikeres vállalatok arra törekcsenek, hogy összehangolják az innovatív tevékenységeket, mégpedig a beszállítók, a felhasználók és a versenytársak bevonásával.
- Az ötödik generációs innovációs folyamat annyiban új az integrált modellekhez képest, hogy az informatika eszközei meghatározó szerepet játszanak a tervezés minősége, gyorsasága érdekében, illetve hogy a gyártás szempontjait a tervezés során is érvényesíthessék ezáltal jelentős időt és kiadásokat megtakarítva. A modell tulajdonságai ismertek, ugyanakkor elterjedése még várat magára.

A továbbiakban vizsgáljuk meg, hogy ezen innovációs folyamatok térbeli érvényesülése hogyan hat a regionális térszerkezet alakulására.

### **Régiók főbb típusai a térben**

Azt a tényt, hogy a gazdaság térben létezik, hosszú ideig a közgazdaságtudomány sem respektálta kellőképpen. A közgazdaságtan elsődlegesen társadalomtudomány, amely a társadalom viszonyait, tulajdonviszonyait közvetlenül érinti, így érthető, hogy legkiválóbb művelői figyelmüket a gazdaság kulcsfontosságú kérdéseire, az értékteremtés és ennek alapvető problémáira koncentrálták. Számos ilyen absztrakció között az egyik volt a gazdaság térbeliségétől, a gazdasági egységeket elválasztó távolságoktól való eltekintés. Az absztrakció hasznosnak bizonyult és számos összefüggés, törvényszerűség feltárását tette lehetővé, de a napjainkban a kompetitív fejlődések és a globalizáció összefüggéseiben első helyre kerül a tér, mint alapvető regionális gazdaságot befolyásoló tényező. Gazdasági tartalmú (típusú) régióknak (a továbbiakban gazdasági régió) - logikai közelítésben és a gyakorlat által is igazoltan - az olyan, általában összefüggő régió nevezhető, amely valamely gazdasági jelenségcsoport vagy kapcsolatrendszer szempontjából egységként viselkedik. Tágabb értelmezés szerint tehát a

különböző államok vagy azok csoportosulásai (pl. az Európai Unió) is felfoghatók gazdasági körzetként, régióként. Gyakorlatilag azonban a fogalmat elsősorban országokon belüli régiókra értelmezik. A gazdasági tartalmú régiók legjellemzőbb csoportját azok jelentik, amelyeket kisebb-nagyobb területekre lokalizálódó, funkcionális kapcsolatok határolnak le. Legfejlettebb fokozatuknak az ún. komplex gazdasági régiót tartották, ennek tulajdonítva a legnagyobb kiterjedést és a leggazdagabb tartalmat (Némediné – Neszmélyi, 2015). Elméleti feltevés szerint a komplex gazdasági régió jellemző vonása és megkülönböztető ismérve az, hogy a gazdaság egészének, minden jelentős elemének térbeli integrációját magába foglalja. A gazdasági régiók heterogén szerkezeti elemekből és szervezeti egységekből (termelő szervezetek, nagyvállalatok, ágazatok) állnak, amelyek egymással funkcionális kapcsolatban vannak. A gazdasági kapcsolatok funkcionális jellege részben az áruk, a szolgáltatások, az információk, a termelési tényezők (munkaerő, tőke) belső áramlásában nyilvánul meg. Ami nem zárja ki a jelzett tényezők külső, gazdasági régiók közötti cseréjét, mint funkcionális megnyilvánulást, hiszen ez utóbbi révén illeszkedik a területi egység a földrajzi munkamegosztásba, határozódik meg szerepe a nemzetgazdaság egészében.

A komplex gazdasági régió elméleti ismérvei közül elsőként a termelési specializáció említhető. Az ország területén elhelyezkedő régiók természeti, gazdasági, társadalmi adottságai különböznek, az erőforrások mennyisége, választéka és egymáshoz való viszonya a különböző régiókban eltérő. Más és más komparatív előnyök (illetve hátrányok) szerint fejlődnek, így kialakul azok sajátos termelési profilja, amelynek alapján illeszkednek az országos és a területi munkamegosztásba. A specializációt képviselő ágazatok, gyártási ágak adják a körzet ipari és mezőgazdasági termelésének nagyobb részét, és képezik a gazdaság struktúrájának vázát, ami döntően befolyásolja a többi ágazat fejlődését, a régió külső kapcsolatainak jövőbeni alakulását. A specializációt azon gyártási ágak határozzák meg, amelyek az országos átlagot jelentősen meghaladó arányt képviselnek a régió termelésében és külső áruforgalmában. A régió gazdasági struktúrájának vázát képező ágazatok és azok működésének háttérét jelentő tevékenységek együttesen hozzák létre a területi termelési komplexumot, amely a régió távlati fejlődésének meghatározó tényezője. Az előző fogalom átvezet a szóban forgó gazdasági régió másik alapvető ismervéhez, nevezetesen a komplexitáshoz. A specializációt képviselő gyártási ágak mellett fontos szerep jut az azokat kiegészítő, működésüket lehetővé tevő tevékenységeknek (ipari háttér, egyéb háttérágazatok, infrastruktúra), valamint - a régiók lakosságának ellátását célzó - termelésnek, szolgáltatásnak. A specializáció és a komplexitás ismérve nem mond ellent egymásnak, mivel az előbbi főként a gazdasági régiók külső kapcsolataira, illetve az azokat hordozó gazdasági tevékenységekre értelmezendő. Az utóbbi pedig a területi egység belső viszonyaiban megnyilvánuló kiegyensúlyozottságot jelenti. A komplexitás elve ezen túl magában foglalja az erőforrások optimális kombinálását és hatékony felhasználását is.

Az elméleti felfogásból kiindulva a komplex gazdasági régióhoz képest a gazdaság alacsonyabb szintű térségi integrációja áll a funkcionális régiók másik típusa, a vonzáskörzet mögött. Tartalmát kevesebb gazdasági tényező sajátos kapcsolata határozza meg, ez befolyásolja a csoporthoz (kategóriához) tartozását, kiterjedését, lehatárolásának módját is. A vonzáskörzet, - formáját tekintve - olyan képződmény, amely részben egy (kivételes esetben több) központi településsel (centrummal) rendelkezik, részben a körülötte elhelyezkedő, vonzott településekből (periféria) áll. A funkcionális vonzáskörzetek között is vannak nagyságrendi (hierarchikus) fokozatok (hasonlóan a komplex gazdasági régiók belső tagolódásához). A vonzáskörzetek konkrét meghatározása elméletileg sokkal egyszerűbb, jóllehet a gyakorlatban ehhez is fűződhetnek nehézségek. Ama vonzáskörzetek esetében, amelyeket a magasabb fokú szolgáltatások hoznak létre, „csak” azt kell megállapítani, hogy az

adott szolgáltatást nyújtó intézmények tevékenysége mely településekre terjed ki. A lehatárolás problémája részint abban jelentkezik, hogy a különböző szolgáltatásokat nyújtó intézmények kisebb-nagyobb mértékben eltérő településkörre terjeszthetik ki tevékenységüket, így „interpoláció” útján jelölhető ki az együttes, közelítő határ. Más oldalról, a vonzasközponttól távolodva annak vonzó hatása gyengül, így a periféria széle felé haladva növekedhet azon lakosok aránya, akik az adott szolgáltatást valamely szomszédos centrumban veszik igénybe. Így tehát a vonzaskörzetek érintkezése sem vonalas, inkább sávós formát ölt.

Ezeket a funkcionális régióktól (amelyek a gazdasági tevékenységek egymást folytató és kiegészítő jellege alapján regionális integrációkként jelennek meg) az különbözteti meg, hogy tartalmukat a gazdaság egyes tipikus jelenségei (amelyek a konkrét vizsgálat szempontjai szerint változhatnak), illetve az irányítás sajátos szempontjai határozzák meg (Rechnitzer, 1990). Az előbbiből adódó különbség továbbá, hogy a funkcionális régiók objektív jellegűek - szemben a többi gazdasági tartalommal rendelkező régióval - amelyek a felhasználás, - jelen közelítésben - az irányítás szempontjaira érzékenyek. A gazdasági tartalommal rendelkező régiókon belül két csoportot különböztetünk meg:

1. hasonló vagy azonos (homogén) régiókat, melyek elhatárolásának értelmét gazdaságpolitikai szempontból az adja, hogy a gazdaságirányítás más és más eszközöket alkalmazhat eltérő szerkezetű, fejlettségű stb. régiók befolyásolására. Más oldalról az említett szempontokból homogén régiók azonos módon reagálnak a gazdaságpolitikai beavatkozásra. Sajátos ismérvek alkalmazására kerül sor akkor, amikor azt vizsgálják, hogy az egyes gazdasági ágaknak vagy a gazdaság egészének a fejlettsége területileg hogyan különbözik.
2. Az elsődleges irányítást szolgáló területi egységek tárgyalásakor két esetet (típust) kell megkülönböztetnünk. Először is utalni kell arra, hogy az említett célra felhasználhatják a már tárgyalt funkcionális vagy homogén régiókat, másodsor az ágazati irányítás számára minden objektív kritériumtól független egységes régiók határolhatók le, kizárólag az egyedi irányítási feladat sajátosságait és racionalitási követelményeit figyelembe véve.

A területiségből következő egyedi értékek (melyeket az innovációk terjedése) tehát azok, amik a posztmodern regionális stratégiai alapelvét meghatározzák, s helyes felismerésük, majd belső (endogén) és külső (exogén) fejlesztésük vezethet a sikerhez, a területi gazdaság adottságai és a működése új erőtereinek megteremtéséhez. A posztmodern regionális gazdaságtan ezeknek az értékeknek a feltárásához a kínálat- és a keresletorientált stratégiákkal juthat el.

A kínálatorientált regionális stratégia központjában az áll, hogy a „térseget kívülről, a külső hatótényezők felől érkező impulzusok, külső feltételek, lehetőségek és korlátok felől közelítve egyre több belső folyamatra, összefüggésre rávilágítva, kívülről befelé közelítve fejlesztjük” (Korompai, 1995). A kínálatorientált fejlesztési stratégia arra épít, hogy a területi egységet vonzóvá tegye, részben a külső (exogén) - központi támogatások mellett és hatására - tényezők mozgósításával, s mindezt döntően a külső befektetők, fejlesztők gazdasági működésének segítségével, azok letelepedési és termelési feltételeinek élénkítésével. Olyan intézmények és szervezetek megtelepítésével, amelyek korábban a területi egységben nem működtek, azoknak egyáltalán nincsenek hagyományai, a szereplők ezekkel kapcsolatos tapasztalatokkal nem rendelkeztek. Számos veszélyt hordoz a kínálatorientált regionális stratégia, annak egyoldalú alkalmazása. Az egyik veszély, hogy az erőltetett infrastruktúrafejlesztés kihatásatlan kapacitásokat teremt, aminek a fogyasztói működtetése éppen a gyenge jövedelmi potenciál miatt tartósan nem lehetséges. Másik veszély, hogy területidegen gazdasági egységek jelennek meg, amelyek a rövid távú komparatív előnyöket kívánják lefölözni, aztán továbbállnak, egy

következő területi egységbe, ahol ismételten költségtakarékosság a legfontosabb telepítési céljuk. A kínálatorientált fejlesztési stratégia nem tűzi ki közvetlen célul, hogy a letelepedő egységek integrálása a területi gazdaságba minél előbb bekövetkezzen.

A *keresletorientált* regionális fejlesztési stratégia „a térséget egységes egészként kezelve, annak belső sajátosságaiból, a térségen belülről kiindulva, egyre jobban kifelé haladva, mind több külső tényezőt figyelembe véve” (Korompai, 1995) kerül meghatározásra és egyben működtetésre. A helyi-területi gazdaság megújításánál nem csupán a külső (exogén) forrásokra támaszkodik, hanem felméri és számba veszi a belső adottságokat, azokat újraértékeli éppen a külső piaci rendszerek által, s így keresi versenyképességük fokozásának lehetőségeit. A belülről kifelé haladás elvében, mint fejlesztési szemléletben és gondolkodásmódban döntő szerepet játszik a helyi-területi vagy regionális együttműködés forrásainak felderítése, annak meglévő és új akciótereinek kialakítása. Az együttműködés azt jelenti, hogy miként lehet a helyi-területi adottságokat a nagyobb rendszerekre rákapcsolni, mind a helyi-területi, mind a nemzetközi hálózatok révén.

### A hálózatok

A keresletorientált fejlesztési stratégia egyik meghatározó eleme a helyi-területi hálózatok alakítása. A posztmodern - integrációra épülő - piacgazdaságokban a verseny mindenek feletti hangsúlyozása és fokozása az erőforrások kimerüléséhez vezet, s a nagyobb teljesítményeket a verseny szereplői csak egymás rovására fokozhatják. A teljesítmény kényszert tehát csak úgy lehet elérni, ha nem a versenytárs legyőzését tűzik ki célul, hanem keresik az együttműködés, a kooperáció új tereit, amivel az erőforrások körét bővíthetik, s ezzel a megújítás formáit is szélesíthetik (Rechnitzer, 1993). A hierarchikus rendszerek - legyenek azok termelési, elosztási, vagy éppen települési kapcsolatok - nem elég rugalmasak, nem tudnak kellően reagálni a gyors változásokra, lassú a megújítási képességük, ezekben visszafogott és merev az információfeldolgozás és áramlás, s ennek következtében reakcióképességük is gyengül. A piacok nemzetközivé válásával az együttműködés területi akadályai lényegében megszűntek. Ennek következtében az egymástól egyre távolabb lévő telephelyek autonómiáját és érdekeltiségét növelni kell, hogy minél jobban ki tudják használni erőforrásaikat, egyben a lehetséges piaci kihívásoknak megfeleljenek. A hálózatok gazdasági formációi a területrendszerben, a később tárgyalásra kerülő klaszterek, míg a területrendszerben maguk a régiók lehetnek (Lengyel, 2003).

*A régió hagyományos típusai:* a földrajzi vagy természeti, a politikai vagy közigazgatási, a homogén (valamilyen közös vizsgálati szempontból egynemű területi egység), a funkcionális (hasonló feladatot, tevékenységet ellátó terület, ahol az alkotó elemek - belső egységek - funkcionális kapcsolatban állnak egymással), s végül a program vagy tervezési régió (meghatározott fejlesztési célterület). Nos, e felosztást, egyben a régió meghatározásokat célszerű lesz a jövőben hálózatok alapján is értelmezni. Mindezek következtében részben megváltozhatnak (kiterjedhetnek, vagy éppen szűkülhetnek) a hálózatok által formált régió földrajzi határai, részben - és a fejlesztés szempontjából a döntő ez lehet - a belső szerkezetük is átrendeződik, s egyben a megújítás - valamilyen - hordozóiként jelennek meg a térben.

### Az innovációs miliő

A keresletorientált regionális stratégiában a hálózati jelleg szükségszerűen együtt jár az innovációs miliő kialakulásával. Az innovációs miliő alatt egyik oldalról azoknak - az adott földrajzi területen felismerhető - gazdasági, termelési kapcsolatoknak a csoportját lehet

tekinteni, amelyek egységességet alakítanak ki a termelési rendszerben a gazdasági szereplők között és termelési kultúrában (Péli, 2013). A kollektív tanulással - helyileg meghatározott formában - hozzájárulnak az innovációs folyamatok terjesztéséhez, s egyben csökkentik a piaci kapcsolatok bizonytalanságait, növelik a termelő egységek és a területi gazdaság versenyképességét (Goda – Tóth, 2013). Az innovációs miliót másiktól az az a helyi kultúrában, társadalmi kapcsolatokban és az intézményrendszerben meglévő sajátosságok is képviselik, amelyek mind a gazdaságon keresztül, mind a helyi-területi szereplőkön át, folyamatosan hozzájárulnak az újdonságok kialakításához, azok megtelepedéséhez és részben terjesztéséhez (Rechnitzer, 1994). Az innovációs milióban az adott földrajzi helynek a szerepe meghatározó. Hiszen egy adott helyhez kapcsolódó humán tőke az egyik hordozója a megújításnak, a kollektív tanulás és ismeretátadás rendszereinek, amik aztán hozzájárulnak a gazdasági egységek termelési potenciáljának erősítéséhez, azok újszerű kapcsolatainak kialakulásához. Másrészt a területi koncentráció lehetőséget nyújt az információk cseréjéhez, az ismeretek és kapcsolatok átadásához, azok elsajátításához. S végezetül részben az együttműködések új terei, részben a korábbi hagyományok, a kultúrában meglévő értékek, egy más, nyitottabb társadalmi, politikai, közösségi háttérrel is teremtenek, amik aztán ismét visszahatnak az újdonságok fogadására.

### Az agglomerációs hatások

Az innovációs milió tényezőit vizsgáljuk tovább éppen a mikro gazdaság dimenziójában, hiszen ezen egységek adott területre történő koncentrációja, újszerű termelési tényező kombinációkat eredményezhet, amely a regionális stratégiaépítést a gazdasági faktorok oldaláról segítheti. Marshall angol közgazdász (1890) felismerte, hogy egy adott földrajzi térben történő nagyszámú, egyazon ágazathoz tartozó termelők koncentrációja pozitív externáliákat eredményezhet (Lengyel, 2003). Ezek olyan külső, termelésen kívüli megtakarítások, amelyek következnek a széles körű munkamegosztásra épülő, egymást kiegészítő tevékenységekkel és folyamatokkal kapcsolódó vállalkozások egymás mellettiségéből, továbbá az információs és kommunikációs költségek csökkentését eredményező, nem szabvány termékek közös előállításából. Marshall vizsgálatait a korabeli brit példákra építette, így a lancashire-i pamut, a sheffieldi evőeszköz és a dél-walesi bádoggyártásra, s ezek alapján dolgozta ki az ipari körzetek fogalmát. A gazdasági egységek területi koncentrációját az externáliák új megvilágításba helyezik.

Az externáliák azok a külső gazdasági hatások, amelyek a tényleges termelési költségek között nem számolhatók el, ezek közvetlenül nem hatnak a gazdasági egység termelékenységére (Rechnitzer, 1994). Viszont közvetetten, éppen a földrajzi elhelyezkedés miatt (termelő egységek és/vagy a piac közelsége, annak megfelelő tömege), a lehetséges termelési és szolgáltatási kapcsolatok igénybevétele folytán, vagy éppen a lokális-regionális piac erőssége miatt, gazdasági előnyöket teremtenek, növelik az egység versenyképességét. Az externáliák közül a regionális gazdaságtan és egyben a regionális stratégiák számára izgalmas tényező csoportot az agglomerációs gazdasági előnyök nyújtanak. Az urbanizációs gazdasági előnyök az esetek többségében meghaladják a hátrányokat, hiszen azok egy részét át lehet hárítani. Például dolgozók viselik a magasabb megélhetési költségeket, támogatások nyerhetők a környezetvédelmi ráfordítások kompenzálására, a helyi kormányzatok segítségével számos településkörnyezeti negatív hatás költségvonzata mérsékelhető. A nagyvárosi térség nyújtotta agglomerációs előnyök, meghaladják a hátrányokat, ami aztán a gazdasági egységek versenyképességét növeli, egyben az adott térséghez való tartós kötődését is garantálják.



Az agglomerációs előnyök másik csoportját *lokalizációs előnynek* nevezzük. Ebben az esetben nem a település mérete a meghatározó, hanem egyrészt azon ipari és gazdasági egységeknek a földrajzi koncentrációja, amellyel a gazdasági egység szállítási és termelési kapcsolatot létesíthet, másrészt azon szolgáltatások, amik hozzájárulnak a kibocsátás növekedéséhez (akár mennyiségi, akár minőségi szempontból). Az első esetben az ipari vagy termelés/tevékenység specifikus együttműködésekről, kölcsönös szállítási, értékesítési kapcsolatokról következő előnyökről beszélhetünk. Míg a második esetben a termelést/tevékenységet segítő szolgáltatásokról, így például a munkaerő-specifikus képzési intézményekről, az adott tevékenységhez kapcsolódó szolgáltatásokról, tanácsadásról, fejlesztésről, vagy éppen technológiai infrastruktúráról.

### Az iparági körzetek

Az iparági körzetek megalakulásának fő motívumai a fizikai feltételek, valamint a véletlen is közre játszhat, azonban a már működő iparágak megerősödése az adott térségben főleg a pozitív lokális externáliákra vezethetők vissza, amelyek által költségcsökkentés érhető el és az adott iparág öngerjesztő fejlődését idézik elő (Lengyel, 2003). A pozitív lokális külső gazdasági hatások forrásai négy csoportba oszthatók, amelyeket az iparági körzetek területi koncentrációjának is nevezhetünk. Ezek egymást erősítő folyamatokat eredményeznek és egy iparági körzetet alakíthatnak ki egy adott iparág földrajzi koncentrációja kapcsán. Ha a lokális térségben eléri a kritikus tömeget az iparág mérete, akkor indul be az öngerjesztő folyamat (Lengyel - Rechnitzer, 2004). Mindezekből jól látható, hogy a gazdasági növekedés térbeli megjelenése számos olyan folyamatot indít el, amely jelentősen függ a földrajzi, gazdasági és humán tényezők együttesétől. Ezen folyamatok számos fejlődési tendencia, irány kialakulását indítják el.

### **Összefoglalás**

Nos, látható, hogy a lokális szinteken megindult újszerű együttműködések jelentősen hozzájárulhatnak a globalizációs kihívások megválaszolásához. Egyrészt a helyi hálózatok, együttműködések, a termelési rendszerek megosztása, kihelyezése jelentősen csökkentheti a költségeket, ugyanakkor növelheti az innovációs hatásokat is, hiszen éppen a rugalmasságukkal, a szemtől-szembe kapcsolatokkal új megoldásokat eredményezhetnek. Másrészt éppen azok a lokális hálózatok, amelyek kimondottan területi specializációra épülnek nem, vagy nagyon nehezen képesek bekapcsolódni a nemzetközi gazdasági folyamatokba, így aztán tartós piaci kereslet hiányában nem tudják egyenletesen növelni termelésüket, tevékenységüket. A regionális innovációs stratégiák feladata éppen az, hogy segítse a lokális gazdaság ráfűződését a nemzetközi gazdasági rendszerekre, másrészt pedig a visszacsatolással, olyan megoldásokat alkalmazzon, amik viszont éppen a helyi adottságok nemzetközi piacokra való bevezetéséhez járulhat hozzá. A regionális innovációs stratégiákban a hangsúlyt tehát éppen arra, kell helyezni, hogy a meglévő adottságokat miként lehet kapcsolni a befektetésekhez, legyen az hazai vagy külföldi. Meggyőződésem, hogy nem ad kedvező megoldást és fejlesztési jövőképet, ha a helyi-területi gazdaság és a területre betelepült vállalkozások között nem alakulnak ki szoros kapcsolatok, nem kezdődik meg az együttműködés szervezése, azok fokozatos integrálása a régióba. Mindezek értelmében a regionális innovációs stratégiák alapvető célja nem lehet más, minthogy elősegítse a régió kívüli vállalkozások, régióba való letelepedését és egyben elősegítse annak működési feltételeit mind a humán erőforrás fejlesztésében, mind az infrastruktúrában.

**Felhasznált irodalom**

1. Dicken, P.-Loyd, P. E. (1990): Location in Space. Theoretical Perspectives in Economic Geography, Harper Colins, London.
2. Dougherty, D. (1996): Organizing for Innovation, in S. Clegg, C. Hardy, and W. Nord, eds., Handbook of Organization Studies, London: Sage, (1996), pp. 424-439.
3. Downs, G. W.-Mohr, L. B. (1976): Conceptual issues in the study of innovation. Admin. Sci. Quar, Vol. 21, pp. 700-714.
4. Gáspár, L. (1998): Általános innovációelmélet. Magyar Innovációs Szövetség.
5. Goda, P. – Tóth, T. (2013): Pókháló- entrópia, mint új rendszervizsgálati megközelítés a területi elemzésekben. Területi Statisztika 53:(2) pp. 169-189.
6. Havas, A. (1998): Innováció elméletek és modellek. In.: Inzelt Annamária (szerk.): Bevezetés az innovációmenedzsmentbe. Budapest, Műszaki Könyvkiadó.
7. Korompai, A. (1995): Regionális stratégiák jövőkutatási megalapozása. Budapest, ELTE regionális Földrajzi Tanszék.
8. Kotler, P. (2000): Marketing Management Millenium Edition. ISBN 0-536-63099-2 BA 993095
9. Lengyel, I. (2003): Verseny és területi fejlődés: a térségek versenyképessége Magyarországon. JATEPress, Szeged.
10. Lengyel, I.-Rechnitzer, J. (2004): Regionális gazdaságtan. Dialog Campus Kiadó, Budapest-Pécs.
11. Malecki, E. J. (1997): How Development Occurs: Local Knowledge, Social Capital, and Institutional Embeddedness. Paper prepared for presentation at the Meeting of the Southern Regional Science Association, Savannah, Georgia.
12. Marshall, A. (1890): Közgazdaságtan alapelvei (*Principles of Economics*).
13. Némediné, Kollár K. – Neszmélyi, Gy. I. (2015): Aspects Of Spatial Economic Processes Of Disadvantaged Areas In Hungarian And International Perspective. ROMANIAN REVIEW OF REGIONAL STUDIES: JOURNAL OF THE CENTRE FOR REGIONAL GEOGRAPHY (ISSN: 1841-1576) 11:(2) pp. 3-18.
14. Péli, L. (2013): Növekedési pólusok főbb regionális gazdaságtani összefüggéseinek vizsgálata Magyarországon. Budapest: Agroinform Kiadó és Nyomda Kft., 2013., ISBN: 978-963-502-970-9
15. Porter, M. E. (1990): The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review.
16. Rechnitzer, J. (1990): Szempontok az innovációk térbeli terjedésének kutatásához. MTA RKK, Pécs, pp. 48-62.
17. Rechnitzer, J. (1993): Innovációs pontok és zónák, változási irányok a térszerkezetben. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
18. Rechnitzer, J. szerk. (1994): Fejezetek a regionális gazdaságtan tanulmányozásához. MTA RKK, Győr-Pécs, 1994.
19. Rothwell, R. (1994): Towards the Fifth-generation Innovation Process, International Marketing Review, Vol. 11 Iss: 1, pp.7 - 31
20. Schumpeter, J. A. (1912, 1980): A gazdasági fejlődés elmélete. Vizsgálódás a vállalkozói profitról, a tőkéről, a hitelről, a kamatról és a konjunktúraciklusról. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
21. Schmookler, J. (1966): Invention and Economic Growth. Harvard University Press. p. 332.
22. Varga, A. (1998): University Research and Regional Innovation. Kluwer Academic Publishers, Boston.