

Polgár Zoltán – Szádeczky Tamás

info@polgarzoltan.hu – szadeczky.tamas@uni-nke.hu

AZ ÖNKORMÁNYZATI GAZDASÁGFEJLESZTÉS INTEROPERABILITÁSRA VISSZAVEZETHETŐ FELADATAI

Absztrakt

Az interoperabilitás, mint kölcsönös együttműködési képesség, nem kizárólag informatikai tekintetben értelmezhető, hanem ahogy a tanulmány is bemutatja, a helyi önkormányzat-központi igazgatás-Európai Unió triádjában gazdaságfejlesztési témában is. A cikk a fenti tényezők egymásra hatását különösen a közösségi politika helyi szinten történő alkalmazásának nehézségeit elemzi a helyi önkormányzat marketingtevékenysége tekintetében.

Interoperability, as ability to cooperate to work, is not a solely IT term. In this article it is used in the topic of business development within the triad of local government-central administration-European Union. The paper analyses the interference of the above mentioned elements with emphasis on the issues of local applicability of community decisions during the marketing activity of local governments.

Kulcsszavak: *interoperabilitás, gazdaságfejlesztés, helyi önkormányzat, EU politika ~ interoperability, business development, local government, EU policy*

BEVEZETÉS

A települési önkormányzatok feladatai átalakulóban vannak, és az új szerepkörben kell megtalálni azokat a feladatokat, amelyek az alapvető célok megvalósulásához vezetnek. [1]

Az önkormányzatok esetében kettő alapvető célról beszélhetünk:

1. Népeségmegtartás
 - a. fiatalok, mint a jövő záloga;
 - b. szakképzett munkaerő, mint a fejlődés záloga;
2. Fenntartható fejlődés
 - a. hosszú távon megalapozott bevételek megteremtése;
 - b. hosszú távon élhető környezet fenntartása;

A célok összefoglalásából jelenlegi témánk tárgyalása érdekében a „hosszú távon megalapozott bevételek megteremtése” részt emeljük ki. E ponthoz kapcsolódóan a határon átnyúló kapcsolatok fontosságát, a települési marketing szerepét mutatjuk be, kitérve az interoperabilitás, tehát a kölcsönös együttműködési képesség, fontosságára és fejlesztésére.

„Az önkormányzatok és a központi kormányzat közötti feladat- és hatáskörmegosztás jelentős hatással van az önkormányzatok gazdálkodási függetlenségére. Ahhoz, hogy az önkormányzati rendszer ne a centralizáció irányába hasson tovább, - ami egyrészt ellentétben áll a régi önkormányzati törvény eredeti célkitűzésével, másrészt pedig növeli a rendszerből eredő jóléti veszteség mértékét -, a megfelelő források előteremthetőségét biztosítani kell az települési önkormányzatok számára. Ehhez nem feltétlenül a bevételi források körét kell bővíteni, hanem inkább a felelős önkormányzati vagyongazdálkodást, valamint a helyi gazdasági aktivitást kell jelentős mértékben ösztönözni. Az önkormányzatok gazdálkodási függetlenségének további erodálódása így válhat megelőzhetővé.” [2]

Az önkormányzati gazdálkodás függetlenségét a térségben működő vállalkozások támogatásával lehet elérni, oly módon is, hogy települési marketinggel a települési önkormányzat segíti a befektetők megtalálását, a rendelkezésre álló források felhasználását.

Tanulmányunk célja, hogy rámutasson a települési karakterisztika kialakítása, az erre épülő marketing és a közszolgáltatások interoperabilitása közötti összefüggésekre, különös tekintettel az európai uniós törekvésekre.

EURÓPAI KÖZSZOLGÁLTATÁSOK INTEROPERABILITÁSA

A fejezetben bemutatjuk az európai szolgáltatásokban megjelenő kölcsönös együttműködési képesség hasznát, és a benne rejlő lehetőségeket, amelyekkel a települési marketinget a nemzeti gazdaságfejlesztés szolgálatába lehet állítani.

A települési marketing szempontjából nagy fontosságú elvárás, hogy az Európai Unió szinten a közszolgáltatások összehangolása megtörténjen. A nemzetközi szintű együttműködési képesség kialakítása segítheti a másik fél megértést, az esetleges idegenkedés legyőzését, valamint a különböző, de egy célfeladatra irányuló megoldások jobb elfogadását. A megoldások jobb elfogadásának eredménye a „best practice”-ek adaptációja és azok elterjedtebb megjelenése is.

Az Európai Unió által megfogalmazott EURÓPA 2020 stratégia jelentős mértékben foglalkozik a növekedéssel és a foglalkoztatással. [3] Itt három jól látható prioritást tudunk elkülöníteni:

1. intelligens növekedés (tudáson, innováción alapuló);

2. fenntartható növekedés (erőforrás-hatékony, környezetbarát, versenyképes);
3. befogadó növekedés (magas foglalkoztatottság, szociális és területi kohézió);

Az 1. táblázatban láthatjuk, hogy az EU prioritásai és az önkormányzati célok megfeleltethetők egymásnak.

1. táblázat. EU prioritások és az önkormányzati célok megfeleltetése

EU prioritások	Önkormányzati célok	Közvetítő közeg
intelligens növekedés	fenntartható fejlődés	EU-s és települési marketing
fenntartható növekedés		
befogadó növekedés	népességmegtartás	

A stratégia további áttanulmányozása során láthatjuk, hogy az EU több kiemelt kezdeményezést is elindított, ami a prioritások megvalósulását fogja eredményezni. A 2015-ben lezárult Európai Digitális Menetrend [4] „általános célkitűzése volt a nagy sebességű és szupergyors internetre és interoperábilis alkalmazásokra épülő egységes **digitális piac révén fenntartható** gazdasági és szociális előnyök megteremtése.” [5] Jelenleg még nem jelent meg új dokumentum, így folytatás egyelőre nem ismert, de az így elért eredmény is hozzájárul a települési önkormányzatok lehetőségeinek növeléséhez.

Az Európai Unió digitális menetrendjének összefoglalójában is megemlíti, hogy a felhasználók bizalmatlanok a digitális e-piac szolgáltatásaiban, ez megfeleltethető annak, hogy egy beruházó, vagy befektető bizalmatlan bizonyos tagállamok településivel szemben. Ez a bizalmatlanság a települési marketing eszközeivel csökkenthető, és az európai szinten megjelenő ország-kockázatokat mérsékelheti.

Az általunk vizsgált téma esetében talán egyetérthetünk abban, hogy az informatikai rendszerek interoperabilitása az interneten, a WWW szabványoknak köszönhetően, megoldott. A megfelelő codec packok, beépülő modulok, bővítmények beszerzésével a tartalmak megjeleníthetők, oly formában, hogy az esetleges pontatlanságok a megértést nem zavarják. Az eszközök közötti együttműködési képesség, a WWW szabványoknak köszönhetően, egyformán megjeleníthető és olvasható tartalmak témánk szempontjából nagyon fontosak, mert ezek a megoldások teszik lehetővé, hogy a települési marketing, a települési weboldalak elterjedjenek, és határok nélkül megismerhetővé váljanak. Ennek a ténynek nagyon nagy szerepe van, hogy online marketing eszközök, és a települések online bemutatása jól működhet, ha a települések megfelelő tartalmakat tudnak kialakítani. Sőt egységes USB kulcsra, CD-n, DVD-n átadott anyagok – ma már – minden kereskedelmi forgalomban kapható számítógépbe egyaránt beilleszthetőek, az adathordozók dokumentumainak megjelenítése nem okoz problémát egyik eszközön sem. Nem volt ez mindig ilyen egyszerű, hiszen az Egyesült Államok haderejének összhaderőnemi műveleteinél négy évtizeden át komoly problémát jelentett az interoperabilitás biztosítása. [6]

A fentiekben tárgyalt kérdések fontosságát is megemlíti az úgynevezett új Digitális Menetrend: [7]

1. nagymértékben összekapcsolt társadalom;
2. jövőbeni tartalmak és szolgáltatások;
3. azonosítás, bizalom, biztonság és személyiségi jogok;
4. az egységes digitális piac kilátásai;

Látható, hogy az „Európai Uniós gondolkodásban” több szempontból is előkerül az e-piac és a digitális bizalom. Ehhez szorosan kapcsolódik, hogy jelentős összegek kerültek felhasználásra technikai alapok megteremtésére (pl. gyors internet, mindenhol elérhető internet, képesség az informatikai eszközök felhasználására). Témánk szempontjából ez azért fontos és jelentős, mert ez teremti meg a lehetőséget a digitális marketingnek, és az egyedi

település karakterisztikák megjelenésének, amire marketing irányulhat, valamint a befektetési kedv fokozásának, és a befektetések tényleges megvalósulásának is. Az előbb említett folyamatok megalapozását is szolgálta az úgynevezett malmói nyilatkozat. [8]

Kihangsúlyozva négy nagy politikai prioritást:

1. a felhasználók bevonása;
2. belső piac;
3. kormányzati, közigazgatási hatékonyság és eredményesség;
4. e-kormányzati szolgáltatások kifejlesztésének előfeltételei.

A felhasználók bevonása egy igen fontos pont, mert ennél a pontnál nyílik lehetőség arra, hogy a közzférában keletkezett adatok újrafelhasználásra kerüljenek, és itt van lehetőség arra is, hogy a választók (mint magánszemélyek, és mint vállalkozók is) bevonódjanak a politika formálásába (pl. helyi gazdaságpolitika, helyi szolgáltatások kialakítása, helyi közösség fejlesztés).

A fentiekből megállapítható, hogy az Európai Unió döntéshozói és véleményformálói felismerték az együttműködési képesség javításának fontosságát, belátva azt is, hogy megfelelő kontroll és forrás biztosítása nélkül ez nem fog létrejönni sem megvalósulni.

A digitális menterendekkel és a menetrendek által megvalósult fejlesztésekkel elérhetővé vált, hogy tagállami szinten, tagállamok települési szintjén is a magánszemélyek és vállalkozások be tudnak kapcsolódni az Európai Unió piac körforgásába.

Az könnyen elfogadható, hogy az együttműködés két fél kölcsönös akaratából történik, és az egyik fél önmagában kevés ahhoz, hogy az együttműködés megvalósuljon. Ezért meg kell vizsgálni tagállami szinten is, hogy mi adott a települési karakterisztika és a karakterisztikát népszerűsítő marketing kidolgozásához, ami majd segíti a fenntartható fejlődést és a települési népességmegtartó képesség érvényesülését. Fontos hangsúlyozni, hogy a települési karakterisztika és marketing egyfajta szemantikus interoperabilitás fejlesztést is hordoz, mivel az informatikai eszközök által megjelenített médium mondanivalójának kell célba érnie egy másik helyen, ahol befektetések kockázataira érzékeny befektetők keresnek forrásaiknak lekötéseket, vagy egy „bizalmatlan” felhasználó készül vásárolni.

Fontos elfogadni azt, hogy az Európai Unió a keretrendszereket, az elképzelések összeurópai irányát tudja megadni, de az egyénre lebontott együttműködési képességet – mint a nyelveket beszélő, jövőjét tudatosan építő, élethosszig tartó tanulást vállaló európai polgár – már garantálni önmagában nem tudja és nem is ez a feladata.

A fentiekben megismert Digitális menetrend és politikai prioritások összekapcsolása a települési marketinggel és a települési karakterisztikával a 2 táblázatban látható.

2. táblázat. Digitális menetrend, politikai célok és a települési marketing összekapcsolása

Digitális menetrend	Politikai prioritások	Települési marketing és karakterisztika
nagymértékben összekapcsolt társadalom	a felhasználók bevonása	Vevői és szállítói kapcsolatok egymásra találása, az egyediség kiemelése
jövőbeni tartalmak és szolgáltatások	belső piac	Kis értékláncok alakulhatnak ki, a helyi közösség összetartozása nő, ezzel együtt marketing vevőket generál, beszállítóvá válást segítheti, a karakterisztika pedig hasonló tevékenységeket telepít a településre
azonosítás, bizalom, biztonság és személyiségi jogok	kormányzati, közigazgatási hatékonyság és eredményesség	Marketing tevékenységgel erősödhet a vállalkozók közötti bizalom, valamint erősödhet a vállalkozóvá válás. A karakterisztika pedig segíti a jó gyakorlatok meghonosodását.

A rendelkezésre álló adatok és információk elemzéséből azt a következtetést vontuk le, hogy a digitális menetrend és a politikai prioritások, tágabban az európai közszolgáltatások interoperabilitása önmagában is nagyszerű eredmény. Viszont gazdasági növekedést, ezáltal népességmegtartást és fenntartható fejlődést csak akkor kapcsolható ezekhez az eredményekhez, ha a települések kidolgozzák vállalkozóik erősítésre a marketingjüket. Továbbá karakterisztikát határoznak meg saját maguk számára, valamint összefogva akár regionálisan közösen tevékenykednek, lépnek fel, és így próbálják elősegíteni a vállalkozások letelepedését, és a vállalkozások üzletmenetének erősítését.

MAGYARORSZÁGI KÖZSZOLGÁLTATÁSOK INTEROPERABILITÁSA

Magyarországon már 2008-ban a BME IK foglalkozott az interoperabilitási kérdésekkel és a közre is adott egy módszertani útmutatót, ami az interoperabilitási tervezés támogatását szolgálta. [9] Majd kihírdették az állami és önkormányzati nyilvántartások együttműködésének általános szabályairól szóló 2013. évi CCXX. törvényt. „A törvény célja az állami és önkormányzati nyilvántartások közötti interoperabilitás, azaz együttműködési képesség és a nyilvántartók közötti tényleges együttműködés létrejöttéhez szükséges szabályozási keretek megteremtése. Az interoperabilitás nagymértékben megnöveli az állam versenyképességét, a gyorsabb és átláthatóbb eljárásokkal bíró területek több beruházásra számíthatnak, ezek pedig elősegítik a gazdaság növekedését.” [10] Majd 2015-ben kihírdették az állami és önkormányzati nyilvántartások együttműködésének általános szabályairól szóló 2013. évi CCXX. törvény végrehajtásáról szóló 142/2015. (VI. 12.) kormányrendeletet. A jogszabályok alapján megállapítható, hogy a magyar jogalkotó figyelme nem kerüli el az együttműködési képesség fontosságát, a szabályozás szükségességét.

Érdekesebb kérdés, hogy az együttműködési képesség meddig terjed, és a napi gyakorlatban hogyan alakul ki. Könnyen lehet, hogy az adatok mindenki számára elérhetőek, de az újrahasznosításuk mégsem valósul meg, kihasználása elmarad, mivel a felhasználók nem is ismerik, hogy létezik erre lehetőség. Esetleg a felhasználók köre igen zárt, és szinte csak az közigazgatásra koncentrálódik. Itt már fel is vetődik, hogy mi lesz a közigazgatásban tárolt adatok újrahasznosításával?

Hiányoznak azok a táblázatok és a rendszerezet adatsorok, amelyek a magyarországi vállalkozókat mutatnák és értékelné azokat a befektetői figyelemfelkeltés céljából. Léteznek magáncégek által finanszírozott adatsorok, de ezek pénzért érhetőek el, és a nagy tömegű, tehát a határokon átnyúló marketingre és a térségi karakterisztikára nem igazán alkalmasak.

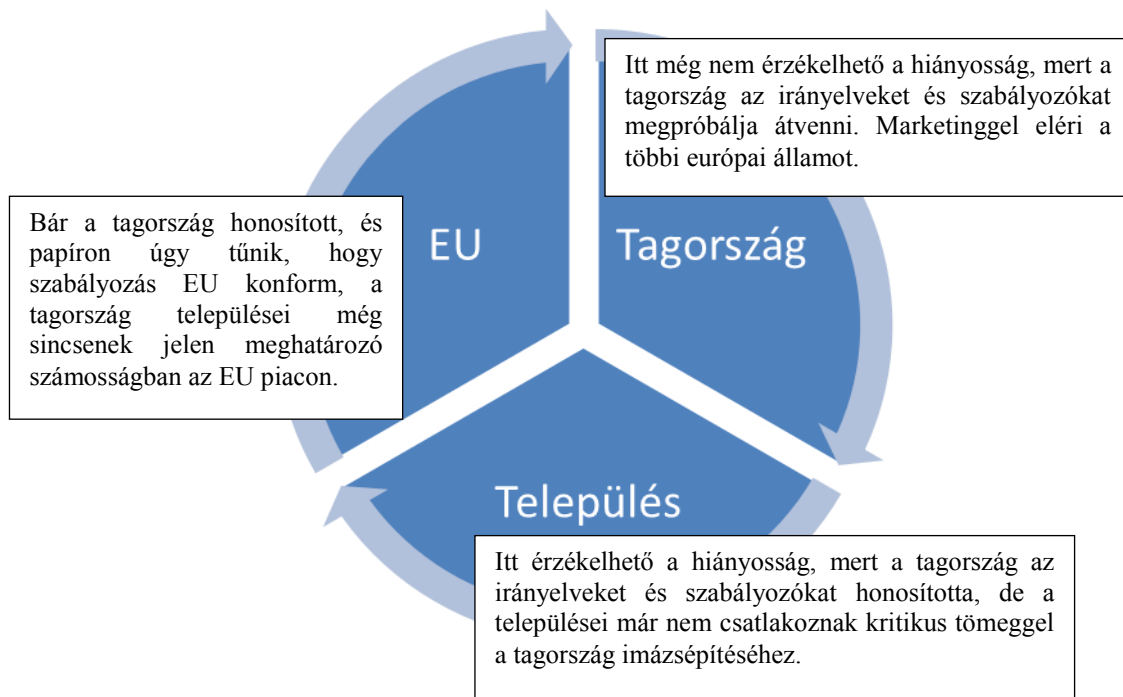
A magyarországi településeknek a legfontosabb bevétele az iparüzési adó. Továbbá a települési vállalkozók fontosak a foglalkoztatási együttműködések kialakításában, a helyi közösség szervezésében, valamint az európai uniós forrásokból történő projektek megvalósításában (pl. nemzeti indikátorok teljesítése). Következtetésünk szerint az idézett törvény céljának megvalósulása csak abban az esetben lehetséges, ha:

1. kialakul az egységes települési marketing, hogy vállalkozásokat vonzzon az adott település körzetébe;
2. a meglévő vállalkozások helyzetének stabilizálása, és megtartása;
3. a karakterisztika kialakítása pedig segíti, hogy azonos tevékenységet végző vállalkozások telepedjenek meg, így a helyi erőforrások is jobban hasznosulnak (pl. Győri modell, amely a járműiparra építi a város karakterisztikájának meghatározását);

TELEPÜLÉSI ÖNKORMÁNYZATOK INTEROPERABILITÁSA

Az előzőekben láthattuk, hogy az ország és ezen keresztül a kormányzat igyekszik hazánk vonzását és tökebefogadó képességét növelni (pl. turisztikai vonzerő feltárásával). Ebben a fejezetben megnézzük a településekre háruló feladatokat. Elsőre fájó hiányként is lehet érzékelni, hogy a települések viszont elmaradnak az országimáasztól, nem jelenítik meg saját maguk értékeit, nincsenek elképzeléseik az országos reklámkampányhoz történő csatlakozáshoz. A csatlakozás hiánya a kölcsönös együttműködési képesség hiányára vezethető vissza, mert a települések nem tudnak önállóan csatlakozni az országos kezdeményezésekhez. Ezért elmarad a közös fellépés, valamilyen cél elérésének érdekében. A turisztikai példánál maradva az országos vagy európai utazás szervezőket nehezen érik el a települések, ezért rejtve maradnak a potenciális látogatók előtt a hazai programok.

Látható, hogy a tagország, esetünkben Magyarország, központi kormánya még tesz előremutató lépéseket azért, hogy EU-s és nemzetközi szinten – például déli nyitás, keleti nyitás, stratégiai megállapodások a jelentősebb szereplőkkel – is együttműködjön és piacokat teremtsen az ország vállalkozóinak, vagy legalábbis megnyissa az országba vezető utat a működő tőkének. Valójában pedig alig érzékeljük a sikert, mert a települések nem találják az együttműködési képességben rejlő lehetőségeket, amellyel a települési vállalkozókat és lakosokat tudnának megszólítani. Továbbá nem tudják fogadni a befektetőket, és a befektetőkkel együtt pedig fejlődéshez szükséges tőkét. Idetartozik, hogy a sikeres településeknek – mint Győr, Kecskemét, Hatvan, Gödöllő – azért ez sikerült, viszont itt is látható, hogy az önkormányzat nem tudja megszólítani a vállalkozóit, az iparüzési adón kívül más érdemi eszköze nincs, amit vállalkozók motiválására használjon, valamint alacsony létszámú az a képzett munkaerő, akik kapacitások bővítését vagy fenntartását tudják biztosítani. Ez tükröződik a tudáspark projektek céljain és eredményein, inkubációs házak és ipari parkok kihasználtságán.



1. ábra. Interoperabilitás a szintek között

A települési önkormányzatok esetében meg kell még említeni a működési interoperabilitást [11] is, ami azt is jelenti, hogy kapcsolatok alakulnak ki az együttműködő szereplők között, a közös cél elérésnek érdekében. A cél elérése és a hatékony együttműködés érdekében szükséges egy átfogó, kölcsönös együttműködési képesség biztosítása a településen a vállalkozók, a civilek és a közsféra szereplői között.

TELEPÜLÉS KARAKTERISZTIKA ÉS MARKETING INTEROPERABILITÁSA

Ebben a fejezetben a települési karakterisztika és marketing fontosságát mutatjuk be. A települési marketing és a jól meghatározott települési karakter meghatározza, hogy az adott helység mennyire tud együttműködni az Európai Unió és/vagy a tagországi kezdeményezésekkel.

Cél a települések, a járások Európa szintű együttműködésének támogatása, a határok nélküli hatékony és eredményes elektronikus marketing kialakításával. Ebbe beletartozik a marketing stratégiák készítése és a marketing stratégiába leírt tevékenységek végrehajtásának támogatása, amely a létrejövő települési karakterisztikák népszerűsítését is lehetővé teszi.

A településeknek eredményes és hatékony marketing tervvel kell rendelkeznie, hogy az egységes piacon rejlő lehetőségeket, mintegy az összekapcsolt társadalomban rejlő lehetőségeket kihasználja. A települési célnak kell lennie, hogy a közösségi lehetőségekből, a lehető legtöbbet profitálja, természetesen tagországi segítséggel. A cél elérésének egyik eszköze lehet a jól meghatározott marketing. A jó marketinget akkor lehet kialakítani, ha van olyan jellegzetesen megjelenő tevékenysége az adott területnek, amit jól összehangolt tervezéssel, szervezéssel, és nem utolsó sorban precíz végrehajtással támogatni lehet. A marketing eszközeivel lehet az egységes piac nyújtotta előnyöket jobban kihasználni, és a jól meghatározott karakterisztikával fokozni lehet az előnyök pozitív hatásait.

A fentiek alapján az a furcsa ellentmondás tapasztalható, hogy a tagország átveszi szabályozást, de a települései már nem tudják kihasználni a benne lévő értékeket. Ez

visszaveti a közös célok megvalósulását, és erősítheti azokat az ellenérzéseket, mint a bürokrácia túlsúlya az EU-ban, amelyeknek nem is lenne létjogosultsága.

Az egyik megoldás lehetne, ha nem csak az EU, hanem a tagország települései is megkezdénék a saját karakterisztikájuk kialakítását, mint a tokaji és villányi borvidékek, melyek jól marketinggel rendelkeznek (mert jó bornak is kell a cégér), így jelentős forgalmat bonyolítanak a nemzetközi piacon. Vagy visszatekinthetünk a fent említett győri modellre is.

A karakterisztika kialakítása magában foglalná a járási szinten a városok funkcióit. Ezen a szinten érdemes lehet kimondani, hogy „*Villány a bor városa*”. Érdemes lehet gondolkodni a járási és megyei funkciókon is. Ha ezt a funkciót nem találják meg, akkor a kormányhivatalok és a települési önkormányzatok bár képesek lehetnek egymás adatait olvasni (már ha azok ténylegesen feltöltésre kerülnek), de a lényegi újrahasznosítás és politikaformálás már nem fog megtörténi.

Ha megvan a megyének, járásnak, vagy éppen a településnek a karakterisztikája, akkor lehet hozzá a megfelelő marketinget kiépíteni. Ebből következik az összetartozó térségek számára a járható út is a sikerhez, hogy ne legnagyobbak, vagy legjobbakká akarjanak lenni, „csak” tudjanak együttműködni azokkal az emberekkel, vállalkozókkal, befektetőkkel, akik eljutnak a területükre, így az ipari parkokba, és székhelyként/telephelyként választják a települést.

A 3. táblázatban láthatók a feltételezhető kihívások, amelyek kihatnak az együttműködési képességre, ezáltal gyengítik a települések képességét a célok megvalósítására.

3. táblázat. Kihívások

Település	Ország	EU
Települési karakterisztika hiánya	Nincs kit pozicionálni	Hiába az egységesített piac
Települési marketing hiánya	Nemzetközi megjelenésre nincs dokumentáció	Hiába a liberális piaci környezet

Az interoperábilis szempontból az alábbi megoldások is elképzelhetőek, hogy a települések önmagukban vagy járási szinten összefogva fenntartható gazdaságfejlesztési folyamatokat érjenek el:

1. Közös keretrendszer kialakítása: kölcsönös együttműködésre épített marketing stratégiák kidolgozása, csatlakozva a tagállami és Európai Unió kezdeményezésekhez. A tagországi és az Európai Unió kezdeményezésekre közösen fenntartott monitoring rendszer megszervezése. A stratégia megalkotásához és a megvalósulás nyomán követéséhez települési együttműködési folyamatok megszervezése is hozzátartozik;
2. Közös szolgáltatások: a térségi karakterisztika kialakítása – amiről megismerni a települést, a járást – magával hozza, hogy a marketing feladatokat, hogyan lehet költséghatékonyság alapján elosztani, ezáltal közös szolgáltatások alakulnak ki, tehát a közös felhasználói igény együttes kielégítése megtörténik;
3. Általános célú eszközök: a települések civil, vállalkozói és közsféra együttműködését erősíthetik, olyan workshopokat és a fórumokat hozhatnak létre, amellyel a települési marketing és karakterisztika erősödhet;

ÖSSZEGZÉS

A fent leírtakból következik, hogy az interoperabilitási problémák igen kiterjedtek és széleskörűek. Az is elképzelhető, hogy EU és tagállam szintjén megoldottnak tűnik, de a végső felhasználónál (Európai Unió polgára és vállalkozója) nem jelentkeznek a pozitív externáliák.

Megoldási javaslatként az alábbiakat tudjuk elképzelni:

1. nemzeti szintű összefogás, amely segíti a településeket a térségi jellemzőkhöz kialakítandó karakterisztika meghatározásában;
2. nemzeti szintű tájékoztató programok a térségi, járási és települési marketing programokról, összhangban az országimázs kialakításával;
3. járási és települési fórumok kialakítása és érdemi működtetése, a helyi vállalkozók, civilek bevonásával

Ebből a pár megoldási elgondolásból is látszik, hogy a partnerség kialakítása is nem csekély energia és forrás felhasználásával lehetséges. Ha ezekhez a járások, települések vagy éppen a térségek nem kapnak megfelelő segítséget (nemcsak forrást, hanem módszertant, szakembert, megfelelő informatikai eszközöket és fórumot), akkor az együttműködési képesség hiánya meghatározó és jellemzője marad Magyarországnak. Ennek tekintetében egy teljes körű vizsgálat, illetve nemzetközi összehasonlítás is indokolt lehet.

Összefoglalva megállapítható, hogy az EU sokat és érdemben tesz azért, hogy az együttműködési képesség ne hátráltassa az egységes piac kialakítását. Sok lépésben még érdemi áttörésnek kell megjelennie (pl. bizalom erősödését jelző elektronikus aláírás; e-kereskedelem), de a jogszabályi alapok nagyjából rendelkezésre állnak.

A következő nagy feladat a lehetőségek feltárása az érintettek előtt, és a kialakított infrastrukturális háttérrendszer segítségével a bizalom építése, és a digitális piac elfogadtatása a szereplőkkel. Ezeknek a feladatoknak ad kiegészítést a karakterisztikák, funkciók építése, és az e-marketing meghonosítása a befektető keresésben, a népesség megtartásban, ezen keresztül az önkormányzati célok elérésében.

Felhasznált irodalom

- [1] Hoffman István: Modellváltás a megyei önkormányzatok feladat- és hatásköreinek meghatározásában: generálklauzula helyett enumeráció?
http://real.mtak.hu/21801/1/04_modellvaltas_a_megyei_onkormanyzatok_feladat_es_hataskoreinek_u_213214.784222.pdf (2016.05.02)
- [2] Béres Dániel: Függetlenség és önkormányzat: az új törvény margójára
<http://www.penzugyiszemle.hu/vitaforum/fuggetlenseg-es-onkormanyzat-az-uj-torveny-margojara> (2015.12.13)
- [3] European Commission: Europe 2020 in a nutshell
http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_hu.htm (2015.12.13)
- [4] A Bizottság közleménye (2010. május 19.) az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – Az európai digitális menetrend COM/2010/245
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=URISERV%3Aasi0016>
(2016.06.10.)

- [5] Munk Sándor: Európai közszolgáltatások interoperabilitása. NKE-KDI előadásjegyzet, 2015.
- [6] Munk Sándor: Interoperabilitási problémák és elképzelések a katonai alkalmazásban a XX. század végéig, Hadmérnök, 2006. I. évf. 2. sz.
- [7] Új digitális menetrend kialakítása Európa számára: 2015.eu (2009/2225(INI))
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2010-0066+0+DOC+XML+V0//HU> (2015.12.13)
- [8] A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a 2011–2015 időszakra szóló európai elektronikus kormányzati cselekvési tervről Az IKT az intelligens, fenntartható és innovatív kormányzat szolgálatában COM/2010/0743
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:52010DC0743>
(2015.12.13)
- [9] i.sz.: Módszertani útmutató az interoperabilitás tervezésének támogatására. BME IK, Budapest, 2008.
- [10] Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium – Jogszabálytervezetek
<http://2010-2014.kormany.hu/hu/dok?page=49&type=302#!DocumentBrowse>
(2016.07.11.)
- [11] Sándor Munk: An analysis of basic interoperability related terms, system of interoperability types, AARMS (2002/1); 117-131; p. 125
<http://www.zmne.hu/aarms/docs/Volume1/Issue1/pdf/09munk.pdf> (2016. 09. 15.)