

Mercurius projekt – kereskedelmi vonatkozású társadalomtudományi kutatások

Felföldi Szabolcs

A Mercurius projekt a Szegedi Tudományegyetem együttműködési keretprojektje kereskedelmi tevékenységgel is foglalkozó nemzetközi és magyar vállalatok számára. A projekt célja olyan modellértékű együttműködés kidolgozása, mely a kereskedelemmel foglalkozó cégek, valamint a Szegedi Tudományegyetem kooperációját teszi lehetővé elsősorban a kutatás és fejlesztés (K+F) területén. A projekt kulcsszavai a kereskedelem, az alap kutatás és az együttműködés.

A projekt névadója azért Mercurius (Merkúr), mivel ő volt a római világban a kereskedelem istene és az információ átadásának megbízottja; de egyúttal ő volt az istenek hírvivője is a rómaiak képzeletében, így ma is a kereskedelem, az információ szimbóluma.

A projekt időzítése nem véletlen. Gazdasági válság tombol, számos dolgot ma csak a gazdaság szemüvegén keresztül ítélnék meg. Nincs ez másként a kereskedelemmel sem. E szemlélet eredményezi a kereskedelmet támadó kritikákat, vagy részben a kereskedelmi láncokat sújtó válságadókat is.

A kereskedelem azonban nem csak gazdasági kérdés. E szerteágazó projekttel is épp ezt szeretnénk bizonyítani. **A projekt keretében ugyanis innovatív kutatásokkal tárjuk fel a kereskedelem hazai és világtörténetének egyes részkérdései mellett a kereskedelem információtörténeti vonatkozásait, de társadalomformáló, művészeti vagy politikai aspektusait is.**

Persze fel lehet tenni azt a kérdést, hogy miért is jó ez egy kereskedelmi cégnek? Ma mindenütt a világban kereskedelmi cégek sora próbálja igazolni, hogy tevékenységének célja nem pusztán a profitmaximalizálás, de logosz vagy ethosz is húzódik tevékenységük háttérében, illetve van társadalmi, kulturális hasznosulása is mindannak, amivel foglalkoznak. E projekt a Szegedi Tudományegyetem segítségével biztosítani tudja, hogy új, eredeti kutatási eredmények biztosítsanak háttértudást, illetve friss argumentációt a marketingkommunikációhoz, identitásdokumentumok elkészítéséhez, avagy a társadalmi felelősségvállalást erősítő akciókhoz, nyilvános megjelenésekhez.

Természetesen ez a projekt a Szegedi Tudományegyetemnek is hasznot hoz. Az egyetem több olyan kutatót is foglalkoztat, akiknek a kutatási területe lefed, vagy sok esetben érint számos, kereskedelemmel kapcsolatos kutatási irányt. Egyedül a Bölcsészettudományi Karon több régész, történész,

információtörténész, szociológus, művészettörténész is foglalkozik kereskedelem-történettel vagy a kereskedelem más aspektusaival.

A projekt lehetővé tenné egy olyan tudományos műhely megteremtését, melyben az említett kutatások összefoghatóak lennének, ráadásul egy ilyen „tudósklaszter” alkalmas lenne a kereskedelemmel foglalkozó cégek és e tudományos műhely közötti folyamatos kommunikáció megteremtésére, az igények, elvárások, lehetőségek harmonizálására. Hosszú távú, sokszereplős, stratégiai kutatások elindítása pedig egyedül egy ilyen együttműködéstől remélhető.

A projekt anyagi és jogi hátterét a „Kutatási és Technológiai Innovációs Alapról” szóló 2003. évi XC. törvény, illetve a 2004. évi kutatás-fejlesztésről és a technológiai innovációról szóló CXXXIV. törvény biztosítja, melynek egyik központi eleme az innovációs járulék.

A fenti törvények alapján innovációs járulékfizetési kötelezettség terheli a hazai közép- és nagyvállalkozásokat. A cél az úgynevezett Kutatási és Technológiai Innovációs Alap bevételeinek biztosítása a K+F eredmények hasznosítása stb. érdekében. A központi költségvetésbe fizetendő innovációs járulékot csökkenteni lehet a gazdasági társaság saját tevékenységi körében végzett K+F tevékenység költségeivel, a költségvetési-gazdálkodási rendszerben működő szervezetektől megrendelt K+F tevékenység költségeivel, vagy a közhasznú szervezetekről szóló 1997. évi CLVI. törvény 2.§ (1) bekezdésében meghatározott szervezetektől megrendelt K+F fejlesztési tevékenység költségeivel.

Az innovációs járulék alapja a vállalkozás nettó árbevétele, csökkentve az eladott áruk beszerzési értékével és a közvetített szolgáltatások értékével, valamint az anyagköltséggel. (Azaz megegyezik az iparűzési adó alapjával.) Az innovációs járulék mértéke Magyarországon jelenleg 0,3%. Minden olyan cég innovációs járulék alanyának minősül, amely belföldi székhelyű, a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény hatálya alá tartozó társaság, kivéve a 2004. évi XXXIV. törvény szerinti kis- vagy mikrovállalkozásokat.

Azonban a már létező keretek ellenére a hazai cégek többsége nem használja ki ezt a lehetőséget, ugyanis „a magyarországi vállalkozásoknak csak a töredéke él az alkalommal, hogy befizetési kötelezettségét a kutatás és fejlesztés után járó adókedvezménnyel csökkentse, jóllehet ezzel három adónem esetében is élhetnének. A K+F adókedvezmények kihasználásában tehát komoly tartalékok vannak. A számok is valóban azt mutatják, hogy a kedvezménylehetőségek jórészt parlagon hevernek. K+F jogcímen a kettős könyvvitelt vezető vállalkozások például 2008-ban – az elérhető éves adóstatisztika szerint – mindössze 141,3 milliárd forinttal mérsékeltek társasági adójuk alapját, ez az adózás előtti eredményt csökkentő tételek 6353,6 milliárdos összértékéhez képest elenyésző tétel. A 2008-as összesen 67,9 milliárd forintnyi társaságiadó-kedvezményből is a kutatáshoz kapcsolódó

bérlétség címén csupán 424 milliót érvényesítettek.” (Forrás: <http://systemmedia.blog.hu/>)

Ez azért is meglepő, mivel ez a típusú támogatási lehetőség egyáltalán nem ró plusz terheket a cégekre, hiszen az innovációs járulék alanyának számító cégek, amennyiben nem veszik igénybe e lehetőséget, kötelesek befizetni ezt az összeget a központi költségvetésbe. Amennyiben viszont igénybe veszik, akkor adóalapjukat csökkenthetik ezzel, tehát plusz költségekkel ez számukra nem jár.

Természetesen joggal merül fel az a kérdés is, hogy ha egy cég amúgy már kihasználja ezt a lehetőséget, akkor van-e értelme bekapcsolódnia a jelen projektbe? Véleményünk szerint feltétlenül, hiszen ezek az összegek megoszthatók, és egy dinamikus cég számára fontos lehet a K+F támogatási tevékenység portfóliójának bővítése is. Ráadásul ez a projekt teljesen újszerű alap kutatások lehetőségét biztosítja.

A Szegedi Tudományegyetem hasonló projektekbe való bevonása mellett számos további érv szól. Így a Szegedi Tudományegyetem az oktatók és a hallgatók kiválósága alapján a magyar egyetemi rangsor 2. helyén áll (Forrás: HVG Diploma Különszám 2011), az összesített kari rangsorban, melyben az ország összes egyetemi kara fel van tüntetve, a szegedi Bölcsészettudományi Kar ugyancsak a 2. helyen végzett. A shanghai-i Jiao Tong University nemzetközi rangsora pedig a világ legjobb 500 egyeteme közé sorolta a szegedi universitást. Nem véletlen tehát, hogy a Szegedi Egyetem neve mára branddé vált. Számos cég reklámozza ma már termékeit az SZTE kutatásaira hivatkozva. Ráadásul a törvény szerint K+F tevékenységként csak a saját szervezetben végzett és a vásárolt (külsős) kutatás-fejlesztési tevékenység számolható el. A külsős tevékenységgel megbízható szervezetek listájának első helyén pedig az állami felsőoktatási intézmények állnak.

A kapcsolatfelvételt és a kapcsolattartást, a kommunikációt az egyetem oldaláról a DEAK segíti, amely 2011 folyamán egy elnyert kutatás-fejlesztési pályázatnak köszönhetően saját forrással tudja megnövelni (közel megduplázni) az egyes kutatási programok szerződött összegét. Ez ugyancsak csábító lehetőség a szerződni kívánó cégek számára.

Az innovatív Mercurius program mellett a DEAK kutatói természetesen vállalatirányítási, menedzsment, pénzügyi, jogi és más, a kereskedelmi vállalatok életében tipikusan felmerülő kérdésekben is képesek és készek önálló kutatási programokat definiálni.

A várható eredmények közvetlen és közvetett módon is jelentkezhetnek. A projekt keretében megvalósuló kutatások eredményeit kézzel fogható módon fogják bizonyítani a tervezett workshopok, konferenciák, tanulmánykötetek, színes albumok, melyek egyenként is fontos marketingértékkel bírnak, de például a kereskedelmi partnereknek küldött konferencia meghívók vagy reprezentatív ajándékalbumok révén

hozzájárhatnak a partneri kapcsolatok elmélyítéséhez, mindezt úgy, hogy a cégek marketing- és reklámköltség kiadásait egy forinttal sem terheli meg. De ugyancsak fontosak azok a közvetett eredmények is, amelyek a projektben részt vevő cégek társadalmi megbecsülését, elfogadottságát képesek elmélyíteni, kapcsolati hálóit az üzleti világon kívül is képesek kiterjeszteni. A kutatás történeti, társadalomtudományi eredményei akár a közvetlen üzletmenet egyes szegmenseit is befolyásolhatják.

Természetesen felmerül a kérdés, hogy amennyiben bölcsészek, társadalomtudósok vesznek részt elsősorban a kutatásokban, akkor ez mégis hogy lehet K+F? Alap kutatás ez?

„A Kutatási és Technológiai Innovációs Alapról” szóló 2003. évi XC. törvény 4.§-ának (3.) bekezdése nem tartalmaz tematikus korlátozást a vállalatok által végzett vagy megrendelt kutatás-fejlesztési tevékenységgel kapcsolatban. Bármely vállalkozás bármely témában végezhet, vagy megrendelhet kutatás-fejlesztést. A törvény szerint az alap kutatás meghatározása a következő: „tudományos ismeretek bővítését célzó kísérleti, tapasztalati, rendszerező, vagy elméleti munka.” A válasz tehát egyértelmű: a Mercurius projekt egyértelműen alap kutatásokat vállal, a projekt K+F-nek számít és költségei elszámolhatók az innovációs járulék terhére.

Jellegéből fakadóan a projektet nagyfokú rugalmasság jellemzi. A létrehozandó kutatócsoport – az egyetem széles kutatási bázisára támaszkodva – képes kiszorgálni a kereskedelemmel foglalkozó cégek széles spektrumát. Az előzetes egyeztetések során számos kutatási irány körvonalazódott már. Ezek közül néhány: a magyar járműkereskedelem története (Merkúr-tól a „Merkúr” telepekig); az ősi Selyemúttól a C&A-ig; a kereskedelem információ története; a kereskedelem az irodalomban és képzőművészetben; a magyarországi élelmiszer-kiskereskedelem szociológiai háttere. A további kutatási irányvonalak kialakítása már a közös együttműködés során valósulhatnak meg.