

Alap kutatás a társadalmi vállalkozások működéséről

Szerzők:

G. Fekete Éva †
Bereczk Ádám
Kádárné Horváth Ágnes
Kiss Julianna
Péter Zsolt
Siposné Nándori Eszter
Szegedi Krisztina



Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Miskolc
2017

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Alap kutatás a társadalmi vállalkozások működéséről

Szerzők:

G. Fekete Éva †

Bereczk Ádám

Kádárné Horváth Ágnes

Kiss Julianna (2.1-2.4. alfejezetek)

Péter Zsolt

Siposné Nándori Eszter

Szegedi Krisztina

Projektfelelős:

Kádárné Horváth Ágnes

Technikai szerkesztés:

Radicsné Almai Marianna

Javasolt szövegközi hivatkozás: (G. Fekete et al. 2017). **Irodalomjegyzékben történő szerepeltetés:** G. Fekete É.-Bereczk Á.-Kádárné H. Á.-Kiss J.-Péter Zs.-Siposné N. E.-Szegedi K.: „Alap kutatás a társadalmi vállalkozások működéséről.” Zárótanulmány az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából, a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében. Miskolc, 2017.



Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Miskolc
2017

SZÉCHENYI 2020

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	6
1. Vezetői összefoglaló.....	7
2. A társadalmi vállalkozások szakirodalmi háttere	29
2.1. Kapcsolódó fogalmak.....	29
2.1.1. Civil társadalom	30
2.1.2. Harmadik szektor.....	31
2.1.3. Nonprofit szektor.....	31
2.1.4. Szociális gazdaság.....	32
2.1.5. Nem-kormányzati szektor, szolidáris gazdaság, közösségi gazdaság	34
2.2. A társadalmi vállalkozás fogalma	34
2.2.1. A piaci jövedelem iskola	35
2.2.2. A társadalmi innovációs irányzat	35
2.2.3. Az EMES nemzetközi kutatóhálózat megközelítése	36
2.2.4. Az Európai Bizottság társadalmi vállalkozás definíciója	38
2.2.5. A társadalmi vállalkozás mint folyamat, illetve szervezet, valamint a társadalmi vállalkozó fogalma.....	39
2.3. Nemzetközi kutatások	40
2.3.1. A nonprofit szektorra, szociális gazdaságra vonatkozó nemzetközi kutatások.....	40
2.3.2. A társadalmi vállalkozásokra vonatkozó nemzetközi kutatások	41
2.4. A társadalmi vállalkozások nemzetközi helyzete	43
2.4.1. Egyesült Államok	44
2.4.2. Nyugat-Európa	46
2.4.3. Közép- és Kelet-Európa	53
2.5. Társadalmi vállalkozások Magyarországon	55
2.5.1. A társadalmi vállalkozások megjelenésének hajtóerői Magyarországon	55
2.5.2. A társadalmi vállalkozások fogalma Magyarországon.....	57
2.5.3. A társadalmi vállalkozások magyarországi modelljei	61
2.5.4. A társadalmi vállalkozások Magyarországon jellemző jogi/szervezeti formái	62

2.5.5. A társadalmi vállalkozások jellemző érintettjei.....	66
2.5.6. A társadalmi vállalkozások forrásszerzési lehetőségei, donor szervezetei	68
2.5.7. Korábbi kutatások a társadalmi vállalkozások magyarországi elterjedtségére vonatkozóan	71
3. A társadalmi vállalkozások potenciális szervezeti körének területi és szektorális jellemzői statisztikai adatok alapján	73
3.1. A nonprofit szektor főbb statisztikai jellemzői.....	73
3.1.1. A nonprofit szektor jellemzőinek tevékenységcsoportonkénti bemutatása	74
3.1.2 A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint	75
3.1.3. A nonprofit szervezetek száma és bevételei bevételnagyság szerint	78
3.2 A társadalmi vállalkozások potenciális köre	78
3.2.1. A potenciális társadalmi vállalkozások területi és szektorális jellemzői .	80
3.3.A regisztrált és működő szervezetek száma	88
4. A társadalmi vállalkozások körében végzett kérdőíves felmérés eredményei	89
4.1 A kérdőív és a minta felépítése, a megkérdezés menete	89
4.2. A kérdőív kiértékelése.....	91
4.2.1 A társadalmi vállalkozások általános adatai, demográfiai jellemzői.....	91
4.2.2. Bevételek, ráfordítások – forrásszerkezet.....	99
4.2.3. Regionális eltérések elemzése	109
4.2.4 Jogi forma szerinti eltérések	118
4.2.5. Tevékenységi kör szerinti eltérések.....	134
4.2.6. A szervezetek jellemző küldetesei, missziói	154
4.2.7. A mintabeli szervezetekre jellemző tevékenységstruktúra.....	156
4.2.8.. A sikeres működés feltételei.....	157
4.2.9. Jellemző kockázati tényezők	159
4.2.10. A társadalmi tevékenység célcsoportjai	161
4.2.11. A célcsoportról való információgyűjtés gyakorlata.....	162
4.2.12. A társadalmi és gazdasági szereplőkkel kialakított kapcsolatok	163
4.2.13. Társadalmi hatások.....	164
4.2.14. A társadalmi hatások mérése	165

4.2.15. A tevékenység okozta externáliák	166
4.2.16. A társadalmi hatásmérési gyakorlatok és azok feltételei.....	167
4.2.17. A hatásmérés eredményeinek hasznosulási területei.....	170
4.2.18. A mintabeli társadalmi vállalkozások életciklus jellemzői	175
4.2.19. A szervezetek belső erősségei és gyengeségei	175
4.2.20. A társadalmi vállalkozások legjellemzőbb lehetőségei és veszélyei ...	179
5. A magánszemélyek körében végzett kérdőíves felmérés eredményei	184
5.1. A kérdőív felépítése, a mintavétel és a megkérdezés menete.....	184
5.2. A kérdőív kiértékelése.....	185
5.2.1. A megkérdezett személyek általános adatai, demográfiai jellemzői	185
5.2.2. A magánszemélyek társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei.....	188
6. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és a mélyinterjúk eredményei.....	196
6.1. A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és mélyinterjúk menete – helyszínek, időpontok, résztvevők.....	196
6.2. A fókuszcsoporthoz tartozó és a mélyinterjúk kérdései	199
6.3 A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és a mélyinterjúk főbb megállapításai	200
6.3.1. A társadalmi vállalkozás fogalma.....	200
6.3.2. A társadalmi vállalkozások társadalmi hatása	213
6.3.3. A társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata	222
6.3.4. A társadalmi vállalkozások eredményei, sikertényezői.....	229
6.3.5. Nehézségek, kockázati tényezők, Jövőbeni fejlesztési lehetőségek	234
7. Következtetések, javaslatok	257
Irodalom	263
Mellékletek.....	271

Bevezetés

A Társadalmi vállalkozások alapkutatás célja, hogy átfogó, rendszerszemléletű képet adjon a hazai társadalmi vállalkozásokról a társadalmi vállalkozásokkal foglalkozó szakemberek, a szakmapolitikával foglalkozó intézmények, az oktatási intézmények és a kapcsolódó for-profit szervezetek számára. Ennek érdekében a kutatás adatokat szolgáltat a társadalmi vállalkozások számáról, a ténylegesen működő és a csak adminisztratív értelemben létező társadalmi vállalkozásokról, a szektor gazdasági teljesítményeiről, foglalkoztatási és gazdasági potenciáljáról, a társadalmi vállalkozások területi és szektorális megoszlásáról és a szektor által teremtett hozzáadott társadalmi értékekről.

A kutatás további célja, hogy feltérképezze a társadalmi vállalkozások típusainak megoszlását, tevékenységi profiljaikat, forrás szerzési-elosztási gyakorlataikat, beazonosítsa tevékenységeiket, eredményeiket, kapcsolati rendszereiket, jellemző alapítási indítékaikat. A kutatás részét képezte továbbá a társadalmi vállalkozások nehézségeinek, főbb kockázati tényezőinek és sikerfaktorainak, fejlesztési területeiknek a feltárása is.

Az alapkutatás módszertana tartalmaz egyrészt dokumentumelemzést, adatbázis elemzést, másrészt kérdőíves felmérést, valamint fókuszcsoportos interjúkat.

1. Vezetői összefoglaló

A „Társadalmi vállalkozások alapkutatás” megvalósítására a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs – Kiemelt projekt a társadalmi vállalkozások ösztönzésére a fenntartható és versenyképes szociális gazdaság érdekében” elnevezésű kiemelt projekt keretében került sor az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság megbízásából (1. ábra).

A társadalmi vállalkozások alapkutatást a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának munkatársai végezték 2017. március 1. és 2017. június 30. között.

A fejezet kitér a kutatás céljára, annak módszereire, összefoglaljuk a kutatás fő megállapításait, valamint az azok alapján megfogalmazott javaslatokat.



1. ábra: Társadalmi vállalkozások alapkutatás
Forrás: saját szerkesztés

1. A kutatás célja

A „Társadalmi vállalkozások alapkutatás” célja, hogy átfogó, rendszerszemléletű képet adjon a hazai társadalmi vállalkozásokról a társadalmi vállalkozásokkal foglalkozó szakemberek, a szakmapolitikával foglalkozó intézmények, az oktatási intézmények és a kapcsolódó for-profit szervezetek számára.

Ennek érdekében a kutatás szintetizálja a társadalmi vállalkozások fogalmi megközelítéseit, adatokat szolgáltat a társadalmi vállalkozások számáról, a ténylegesen működő és a csak adminisztratív értelemben létező társadalmi vállalkozásokról, a szektor gazdasági teljesítményeiről, foglalkoztatási és gazdasági potenciáljáról, a társadalmi vállalkozások területi és szektorális megoszlásáról és a szektor által teremtett hozzáadott társadalmi értékekről.

A kutatás további célja, hogy feltérképezze a társadalmi vállalkozások típusainak megoszlását, tevékenységi profiljaikat, forrás szerzési-elosztási gyakorlataikat, beazonosítsa tevékenységeiket, eredményeiket, kapcsolati rendszereiket, jellemző alapítási indítékaikat. A kutatás részét képezte továbbá a társadalmi vállalkozások nehézségeinek, főbb kockázati tényezőinek és sikerfaktorainak, fejlesztési területeiknek a feltárása is (2. ábra).



2. ábra: A kutatás célja
Forrás: saját szerkesztés

2. A kutatás módszertana

A kutatás során a társadalmi vállalkozások elméleti megközelítéseinek szintetizálása után szekunder és primer kutatásra került sor, a kutatás módszereit a 3. ábra tartalmazza.

- (1) *Adatbázis elemzés és dokumentumelemzés* keretében egyrészt a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján 13014 szervezet, mint potenciális társadalmi vállalkozási alapsokaság sajátosságait vizsgáltuk regionális megoszlás, jogi-szervezeti forma és tevékenység szerint, másrészt a társadalmi vállalkozásokat segítő donorszervezeteket és támogatási formákat elemeztük.
- (2) *Fókuszcsoporthozos interjú* módszer segítségével 7 helyszínen, összesen 54 szervezet 63 képviselője mondta el véleményét a társadalmi vállalkozás fogalma, a társadalmi vállalkozások társadalmi hatása, a társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata, a társadalmi vállalkozások eredményei, sikertényezői valamint a jövőbeni fejlesztési lehetőségei kapcsán.
- (3) *Kérdőíves felmérés* során egyrészt társadalmi vállalkozások megkérdezésére került sor a szervezet általános adatai, bevételek, ráfordítások, a társadalmi hozzáadott érték meghatározása és a működés értékelése területeken. A mintába 220 szervezet került. Ezen kívül magánszemélyek társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos véleményét, attitűdjét tártuk fel 401 magánszemély bevonásával.

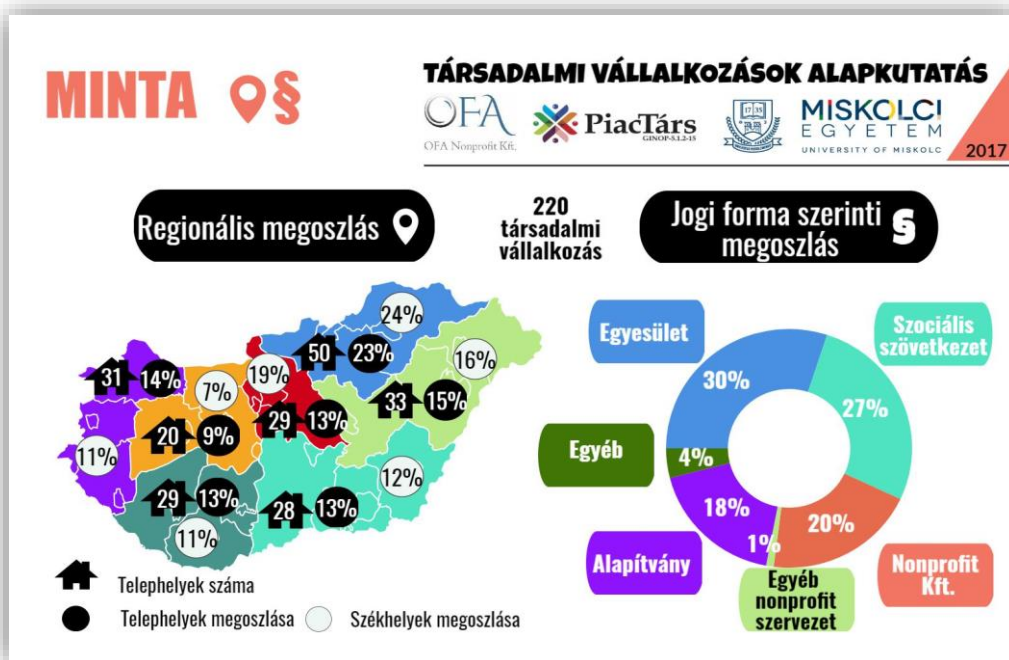


3. ábra: A kutatás módszere
Forrás: saját szerkesztés

3. A szervezeti munka összetétele

A társadalmi vállalkozás mintába 220 szervezet került, ezek regionális és jogi forma szerinti sajátosságai az alábbiak voltak:

- (1) *Regionális megoszlás* - A minta a szervezetek székhelye alapján az egyes régiók között a következőképpen oszlott meg: Dél-Alföld (12%), Dél-Dunántúl (11%), Észak-Alföld (16%), Észak-Magyarország (24%), Közép-Dunántúl (7%), Közép-Magyarország (19%), Nyugat-Dunántúl (11%). Ez az arány Dél-Dunántúlon megegyezett az alapsokaságéval, Észak-Alföld 5 százalékkal, Észak-Magyarország 4 százalékkal felülreprezentált, míg Közép-Dunántúl 2%-kal, Dél-Alföld 3%-kal, Közép-Magyarország 8 %-kal alulreprezentált az alapsokasághoz képest.
- (2) *Jogi-szervezeti forma szerinti megoszlás* – A mintába került szervezetek 30 százaléka egyesület volt, 27 százaléuk szociális szövetkezet, 20% nonprofit Kft. 18% alapítvány, 1% egyéb nonprofit szervezet, és további 4% egyéb kategóriát képviselt. Ez alapján a minta jól reprezentálja az alapítványokat és a nonprofit Kft-eket, a szociális szövetkezetek 6 százalékkal felülreprezentáltak, míg az egyesületek 9,8 %-kal alulreprezentáltak. A székhely és a telephely szerinti megoszlást, valamint a jogi-szervezeti forma szerinti megoszlást mutatja a (4.ábra)



4. ábra: A minta regionális és jogi-szervezeti forma szerinti megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

4. A társadalmi vállalkozás fogalma a primer kutatás alapján

A kutatás alapján társadalmi vállalkozás bármilyen típusú szervezet lehet, ha van társadalmi célja és kimutatható társadalmi hatása, valamint a piacról, értékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból származó bevétele. A piaci bevétel mértéke, aránya nem határozható meg elvárásként a társadalmi vállalkozások sokfélesége miatt. A for-profit szervezet is lehet társadalmi vállalkozás, ha van kimutatható társadalmi hatása, de esetükben szigorúbb ellenőrzésre van szükség, hogy a profitot mennyiben forgatják vissza az adott társadalmi célra. Az innováció és a demokratikus döntéshozatal nem feltétlenül sajátossága a társadalmi vállalkozásnak (5. ábra).

A társadalmi vállalkozás a nonprofit szektor és a hagyományos for-profit szektor között foglal helyet. A civil szervezet olyan társadalmi célokat szolgáló szervezet, amely semmilyen piaci tevékenységet nem végez. A hazai gyakorlat szerint a társadalmi vállalkozás kategóriába a nonprofit szervezetek is beleférnek. A civil szervezeteknél szemléletváltás fog bekövetkezni, nagyon sok civil szervezet próbálja meg piacosítani a tevékenységét, (sokszor kényszerből), így társadalmi vállalkozásokká válnak. A különböző szektorok (nonprofit és for-profit) egyre inkább közelednek egymáshoz, tanulnak egymás szemléletéből és módszereiből.

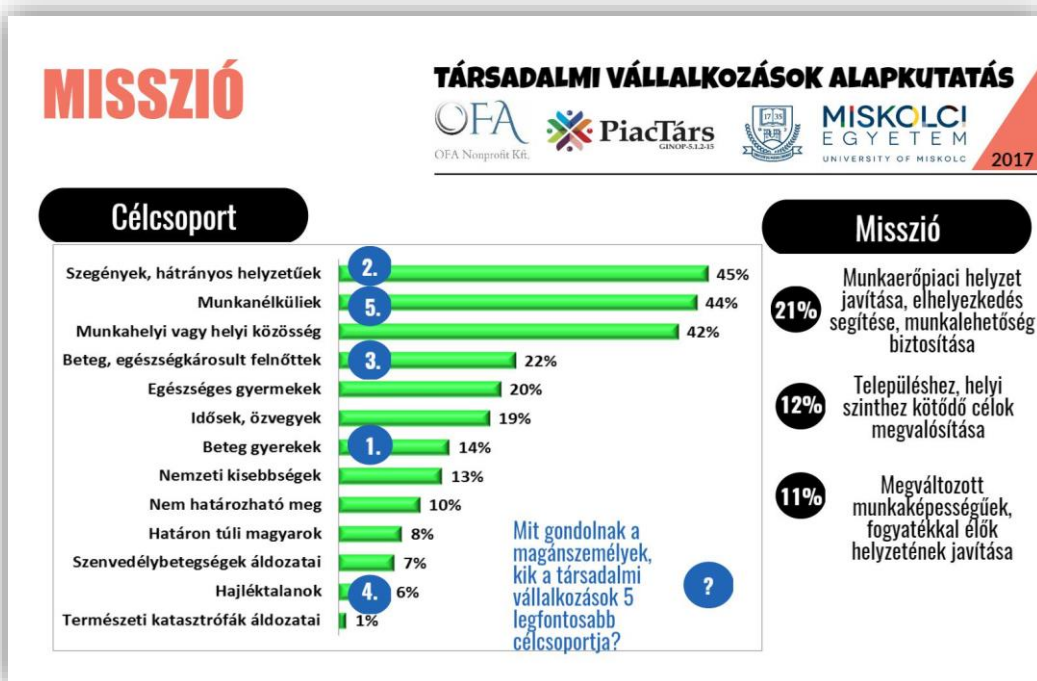


5. ábra: A társadalmi vállalkozás fogalma
Forrás: saját szerkesztés

5. A magyarországi társadalmi vállalkozások küldetése és célcsoportjai

A társadalmi vállalkozások által megfogalmazott küldetés három leggyakrabban előforduló eleme a munkaerőpiaci helyzet javítása, elhelyezkedés segítése, munkalehetőség biztosítása (21%); a településhez, helyi közösséghez kötődő célok (12%); valamint a megváltozott munkaképességűek, fogyatékkal élők helyzetének javítása (11%). További lényeges elemek a korcsoportjukból adódóan hátrányos helyzetűek (fiatalok, idősek) segítése (7%), a környezet védelme (7%), megjelent az érdekvédelem (2%) és a romák helyzetének javítása (2%).

A megfogalmazott misszióknak megfelelően a társadalmi vállalkozások társadalmi tevékenységük célcsoportjaként legnagyobb arányban a szegényeket és hátrányos helyzetűeket (45%), a munkanélkülieket (44%) és a munkahelyi, vagy helyi közösség tagjait (42%) jelölték meg. Hozzávetőleg fele ilyen arányban beteg, illetve egészségkárosult felnőttek, egészséges gyermekek, illetve idősek és özvegyek alkotják célcsoportjukat. Tíz százalék feletti az aránya azon szervezeteknek, melyek beteg gyerekek és nemzeti kisebbségek igényeinek kiszolgálását (is) célozzák. A szféra nem elégséges kommunikációját mutatja, hogy a megkérdezett magánszemélyek részben más célcsoportokat gondoltak hangsúlyosnak. A misszió és a célcsoportokkal kapcsolatos fő eredményeket a 6. ábra mutatja.



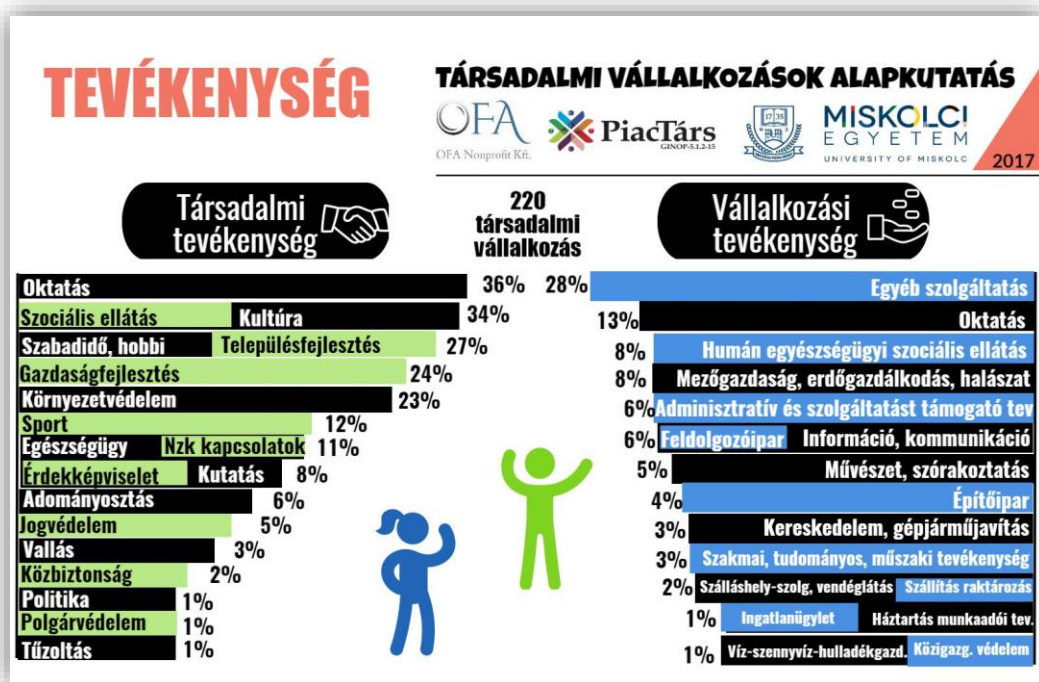
6. ábra: A társadalmi vállalkozások missziója és célcsoportjai

Forrás: saját szerkesztés

6. A társadalmi vállalkozások tevékenysége

A társadalmi vállalkozások lényegükből adódóan társadalmi és vállalkozási tevékenységgel is foglalkoznak.

- (1) *Társadalmi tevékenység* - A legtöbb (36%) mintába került szervezet társadalmi tevékenysége alapján oktatással foglalkozik, jelentős arányt képvisel a szociális ellátás (34%), a kultúra (34%), a szabadidő, hobbi (27%), és a településfejlesztés (27%). A társadalmi vállalkozások 24 százaléka gazdaságfejlesztéssel, 23 százaléka környezetvédelemmel, 12%-a sporttal, 11 százaléka egészségüggyel, valamint nemzetközi kapcsolatokkal foglalkozik. A többi társadalmi tevékenység 10 százaléknál alatti arányt képviselt a mintában.
- (2) *Vállalkozási tevékenység* - Dominál az egyéb szolgáltatás, a társadalmi vállalkozások 28 százaléka nyújt ilyet. Ezt követi az oktatás (13%), majd a humán egészségügyi szociális ellátás, valamint a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat, mindkettő 8 százalékkal. A szervezetek 6%-a foglalkozik adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenységgel, feldolgozóipari, illetve információs és kommunikációs tevékenységgel. Az építőipar 4 százalékat, a kereskedelem, gépjárműgyártás és a szakmai, tudományos, műszaki tevékenység egyaránt 3 százalékat tesz ki. A többi vállalkozási tevékenység aránya ez alatti. A társadalmi és vállalkozási tevékenységek megoszlását a 7. ábra mutatja.



7. ábra: A társadalmi vállalkozások társadalmi és vállalkozási tevékenységei
Forrás: saját szerkesztés

7. A magyarországi társadalmi vállalkozások fő jellemzői

A társadalmi vállalkozások alapításának indítékai között a válaszolók leggyakrabban (94%) valamilyen társadalmi vagy közösségi cél megvalósítását említették. Emellett az együttműködés / érintettek bevonása (85%), társadalmi problémák megoldása (83%), a közjó támogatása (81%) és a fenntartható fejlődés elősegítése (80%) is gyakran hozzájárult célként a társadalmi vállalkozások létrejöttéhez. A társadalmi vállalkozások 20%-ának hatóköre több településre vagy kistérségre kiterjed, míg közel 18%-uk országos hatókörrel rendelkezik. Minden hatodik vállalkozás (16) vásárlóinak földrajzi elhelyezkedése több megyét, régiót lefed. Kevesebb, mint 10 százalékuk rendelkezik nemzetközi, kisebb lakó- vagy munkahelyi, vagy egyetlen szervezetre/intézményre kiterjedő hatókörrel.

A társadalmi vállalkozások többségének (62%) egyetlen tulajdonosa van, ez belföldi magánszemély. 17% rendelkezik két tulajdonossal és mindössze 1% hárommal. A két tulajdonossal rendelkező vállalkozások 70%-ában belföldi magánszemély és az önkormányzat, 15%-ában belföldi jogi személy és belföldi jogi személyiségű társaság, míg 10%-ában belföldi jogi személyiségű társaság és önkormányzat a tulajdonos. A három tulajdonossal rendelkező vállalkozásban belföldi magánszemély, belföldi jogi személyiségű társaság és az önkormányzat a tulajdonos. Az átlagos és a tipikus hazai társadalmi vállalkozás jellemzőit a 8. ábra mutatja.



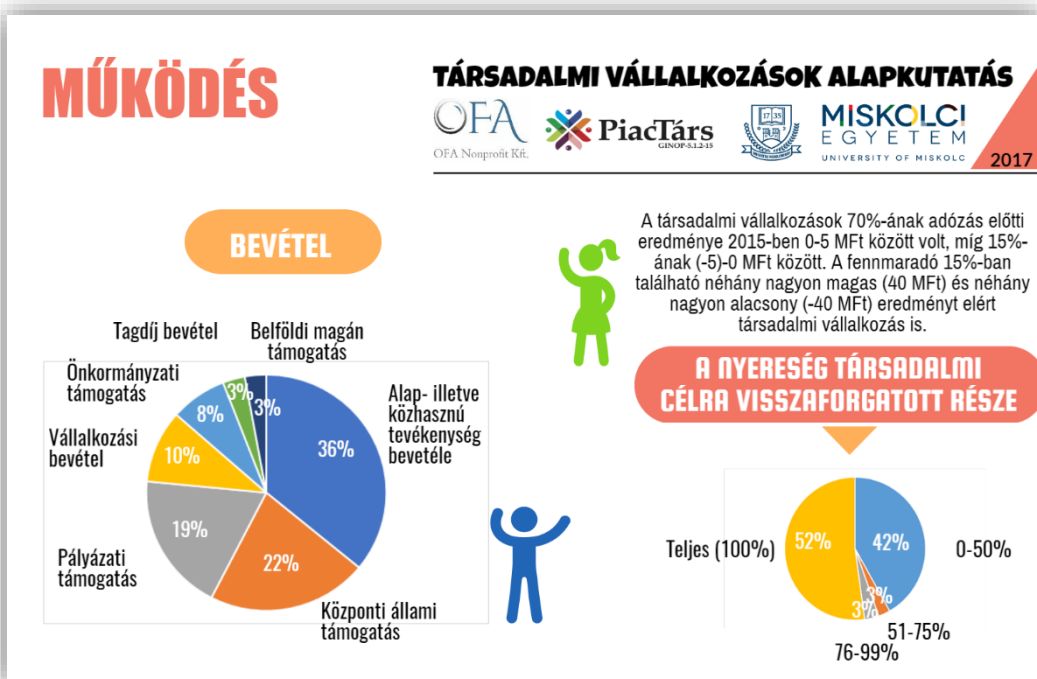
8. ábra: Az átlagos és a tipikus társadalmi vállalkozás jellemzői

Forrás: saját szerkesztés

8. A társadalmi vállalkozások működése

A legtöbb megkérdezett vállalkozás jelenleg is működik (94%). Csupán 2,3 százalékuk újonnan alakult, illetve 3,7% jelenleg nem működő szervezet. A társadalmi vállalkozások 12 százaléka az életgörbe indulási szakaszában van, legnagyobb része (47%) növekedési fázisban, 36% az érettség fázisában, és 5% hanyatlik. Pályázati forrásokra a vizsgált cégeknek több mint a fele nemcsak a tevékenység beindításakor, hanem a működésük folyamatos fenntartása érdekében is támaszkodik. A megkérdezettek 30%-a válaszolta azt, hogy induláskor egyáltalán nem, és 17%-uk, hogy a működés során egyáltalán nem támaszkodott pályázati forrásokra.

A 2015-ös bevételben a legnagyobb arányt (36%) az alap- illetve közhasznú tevékenységből származó bevétel képviseli. Ezt követi a központi állami támogatás (22%), a pályázati támogatás (19%), a vállalkozási típusú tevékenységből származó bevétel (10%), az önkormányzati támogatás (8%), a tagdíjbevétel (3%), és a belföldi magán támogatás (3%). A 2015-ben átlagosan felmerült összes költség 52 millió forint volt, közel 20 millió anyag jellegű ráfordítás és 23 millió forint személyi jellegű ráfordítás. A társadalmi vállalkozások több mint fele a nyereségét teljes egészében visszaforgatja a társadalmi tevékenységébe (9. ábra).



9. ábra: A társadalmi vállalkozások működésének jellemzői

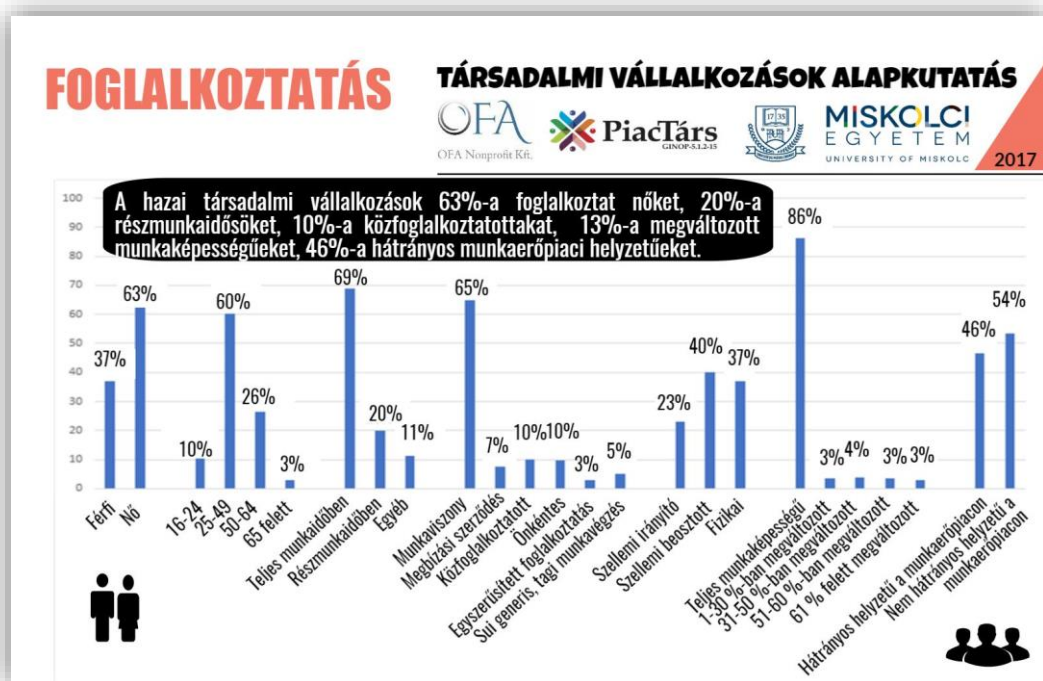
Forrás: saját szerkesztés

9. A társadalmi vállalkozások foglalkoztatási gyakorlata

A magyarországi társadalmi vállalkozásokban többségben vannak a női alkalmazottak (63%). Korcsoport tekintetében a legtöbb foglalkoztatott (60%) a 25-49 éves korosztályból kerül ki. A dolgozók negyede 50-64 év közötti, 10 %-a 16-24 éves. Csúpan 3%-uk a 65 év feletti.

A legtöbben teljes munkaidőben dolgoznak (69%). A részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya csupán 20%, bár még ez is meghaladja az országos átlagot. Az alkalmazottak döntő hányada (65%) munkaviszonyban dolgozik. Az atipikus foglalkoztatási formák aránya (megbízási szerződés, közfoglalkoztatás, önkéntes munka, egyszerűsített foglalkoztatás, Sui generis (tagi munkavégzésre irányuló jogviszony) mindegyikének a gyakorisága 10% alatti.

A társadalmi vállalkozások többsége (86%) foglalkoztat teljes munkaképességűeket, 3, illetve 4 százalékukra jellemző a különböző mértékben megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása. A társadalmi vállalkozások 46 százaléka foglalkoztat a munkaerőpiacon hátrányos helyzetű munkavállalókat. A társadalmi vállalkozások foglalkoztatási gyakorlatát a 10. ábra mutatja.



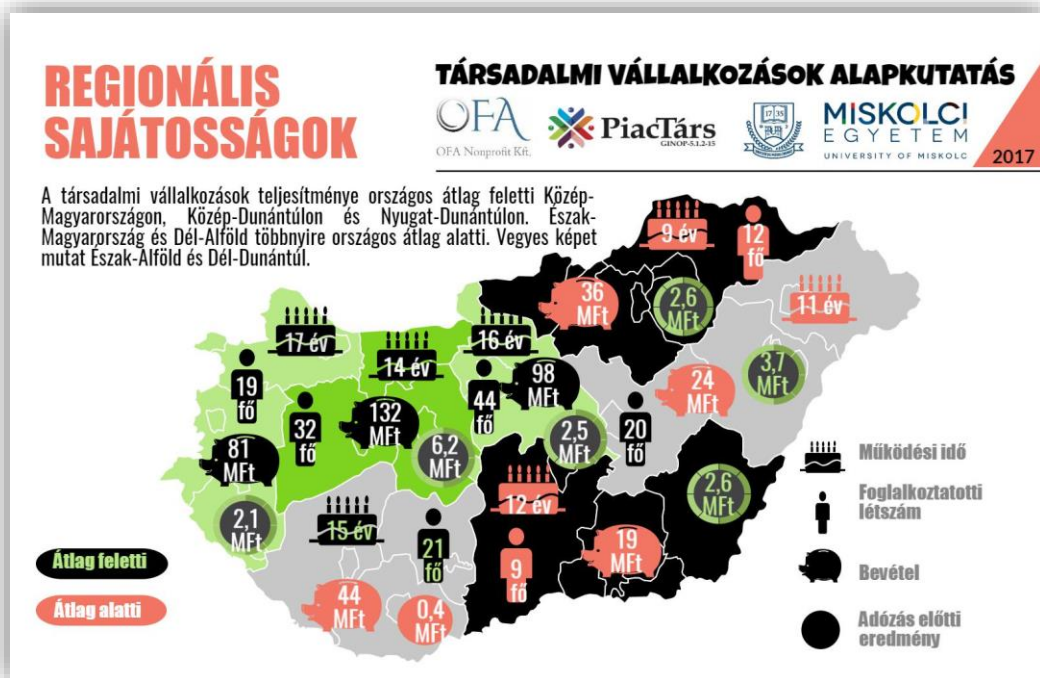
10. ábra: A társadalmi vállalkozások foglalkoztatási gyakorlata

Forrás: saját szerkesztés

10. A társadalmi vállalkozások regionális sajátosságai

A társadalmi vállalkozások egy kivételével minden régióban fő alapítási célként jelölték meg valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítását, kivételt csak Észak-Alföld jelent, ahol a fenntartható fejlődés elősegítése volt a fő alapítási cél. A társadalmi vállalkozások 2015-ös átlagos működési év, foglalkoztatotti létszám, bevétel, adózás előtti eredmény adatait tartalmazza régióként a 11. ábra, jelölve, hogy a regionális adat országos átlag alatti vagy feletti.

A társadalmi vállalkozások átlagos működési ideje az egyes régiókban 9 év (Észak-Magyarország) és 17 év (Nyugat-Dunántúl) között szóródik. Az átlagos foglalkoztatotti létszám a legalacsonyabb Dél-Alföldön (9 fő), ezt kevéssel haladja meg az Észak-Magyarországi adat (12 fő). A két legmagasabb foglalkoztatási teljesítményt Közép-Magyarország (44 fő) és Közép-Dunántúl (32 fő) mutatja. Az átlagos bevétel Dél-Alföldön a legalacsonyabb (19 MFt), míg Közép-Dunántúlon a legmagasabb (132 MFt). Az átlagos adózás előtti eredmény a legalacsonyabb Dél-Dunántúlon (0,4 MFt), a legmagasabb Közép-Dunántúlon (6,2 MFt). A vizsgált tényezők alapján Közép-Magyarország, Közép-Dunántúl és Nyugat-Dunántúl társadalmi vállalkozásai fejlettek tekinthetők, míg Észak-Magyarország és Dél-Alföld társadalmi vállalkozásainak teljesítménye országos átlag alatti. Vegyes képet mutat Észak-Alföld és Dél-Dunántúl.



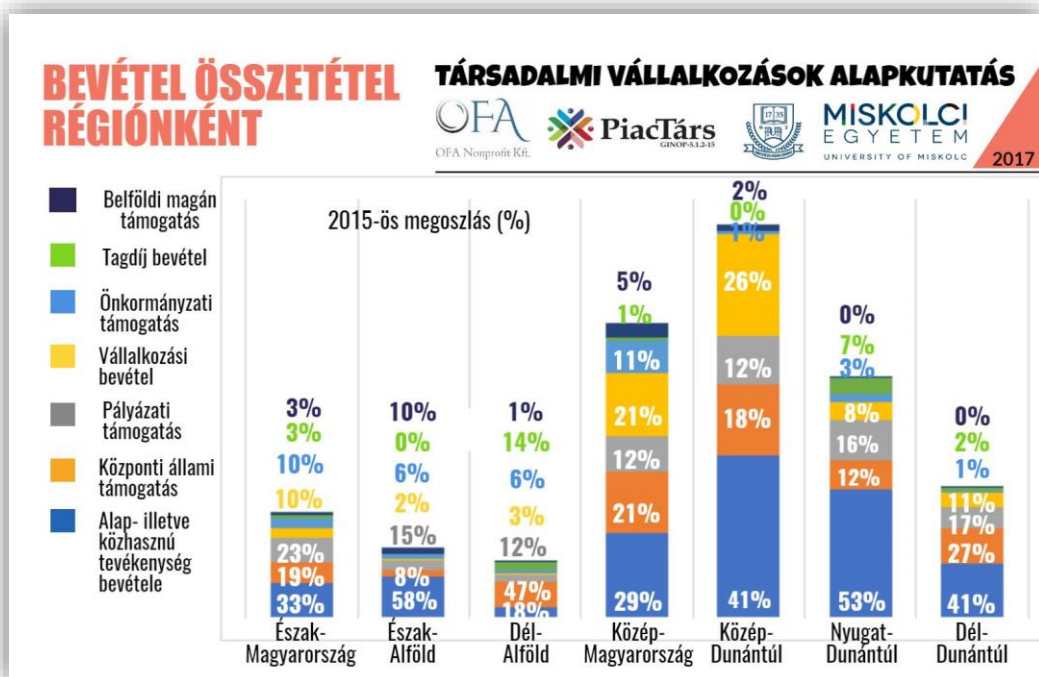
11. ábra: A társadalmi vállalkozások regionális jellemzői

Forrás: saját szerkesztés

11. A társadalmi vállalkozások bevételeinek regionális sajátosságai

A társadalmi vállalkozások átlagos bevételeiben szinte minden régióban a legmeghatározóbb tényező az alap- illetve közhasznú tevékenység bevétele, ez 29%-tól 58%-ig terjed. Ez alól csak Dél-Alföld kivétel, ahol a központi állami támogatás volt 2015-ben a döntő bevételi forrás, az alap- illetve közhasznú tevékenység bevétele csak 18% volt. A központi állami támogatás aránya Dél-Alföldön 47% volt, míg a legkisebb arányú Észak-Alföldön (8%). A pályázati támogatás mértéke 12% (Dél-Alföld) és 23% (Észak-Magyarország) között szóródott. Az önkormányzati támogatás mértéke a legalacsonyabb Dél-Dunántúlon és Közép-Dunántúlon volt (1%), míg a legmagasabb Közép-Magyarországon (11%). A vállalkozási bevétel Észak-Alföldön mindössze 2% volt, míg Közép-Magyarországon elérte a 21 százalékot, a legmagasabb pedig Közép-Dunántúlon volt (26%). A tagdíj bevétel 0% és 14% között, a belföldi magán támogatás 0 és 10% között szóródott. A bevétel regionális összetételét a 12. ábra mutatja.

Az alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttes bevétele Dél-Alföld (21%) és Észak-Magyarország (43%) kivételével minden régióban meghaladta az 50%-ot.



12. ábra: A társadalmi vállalkozások bevételeinek összetétele régiónként

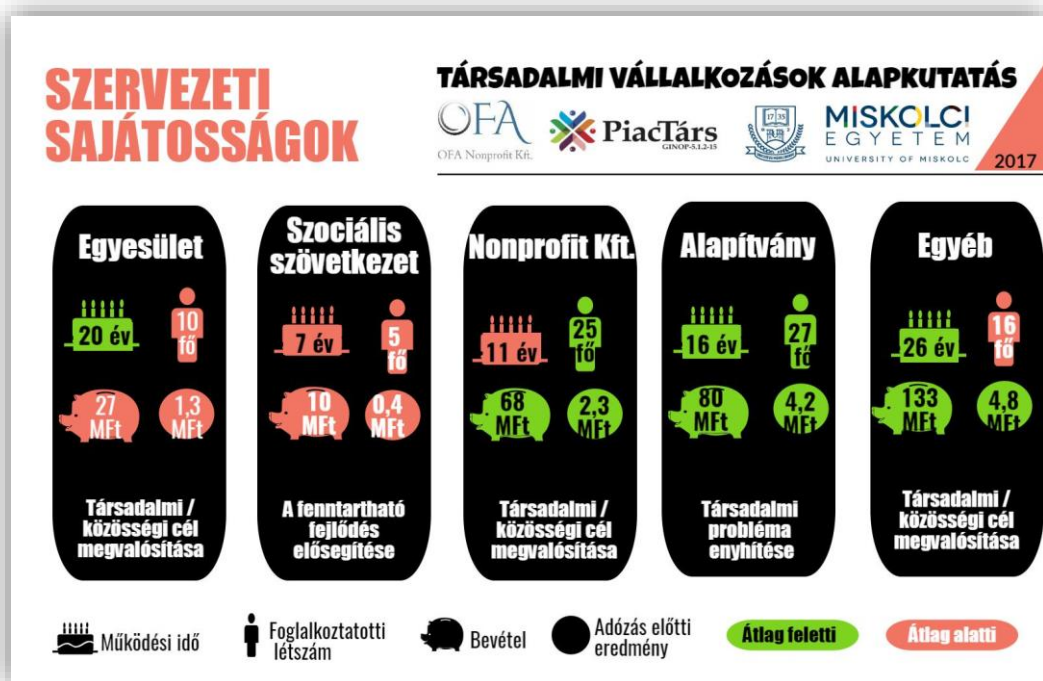
Forrás: saját szerkesztés

12. A magyarországi társadalmi vállalkozások jogi szervezeti formái

A különböző jogi-szervezeti formájú társadalmi vállalkozások fő alapítási célja részben eltér egymástól. Az egyesületek és az alapítványok, valamint az egyéb kategória esetén társadalmi/közösségi cél megvalósítása áll az első helyen. Az alapítványok esetében egy társadalmi probléma enyhítése, míg a szociális szövetkezetek esetén a fenntartható fejlődés elősegítése a fő cél.

A legrégebben működnek az egyéb kategóriájú szervezetek (26 év), de az egyesületek (20 év) és az alapítványok (16 év) is átlag feletti korúak. A legfiatalabbak a szociális szövetkezetek (7 év). A szociális szövetkezetek foglalkoztatják a legkevesebb munkavállalót (5 fő), a legtöbbet pedig az alapítványok (27 fő), de ez jelentős a nonprofit kft-k (25 fő) esetén is. A legalacsonyabb átlagos éves bevétele és adózás előtti eredménye 2015-ben a szociális szövetkezeteknek volt (10 MFt, illetve 0,4 MFt), a legmagasabb az egyéb kategóriában volt (133 MFt, illetve 4,8 MFt).

A fenti kritériumok alapján az alapítványok minden szempontból átlag feletti, a szociális szövetkezetek átlag alatti teljesítményt mutatnak. A nonprofit kft-k és az egyéb kategória egy szempont kivételével átlag feletti, míg az egyesületek régen működnek, de a többi szempont alapján átlag alatti a teljesítményük (13.ábra).

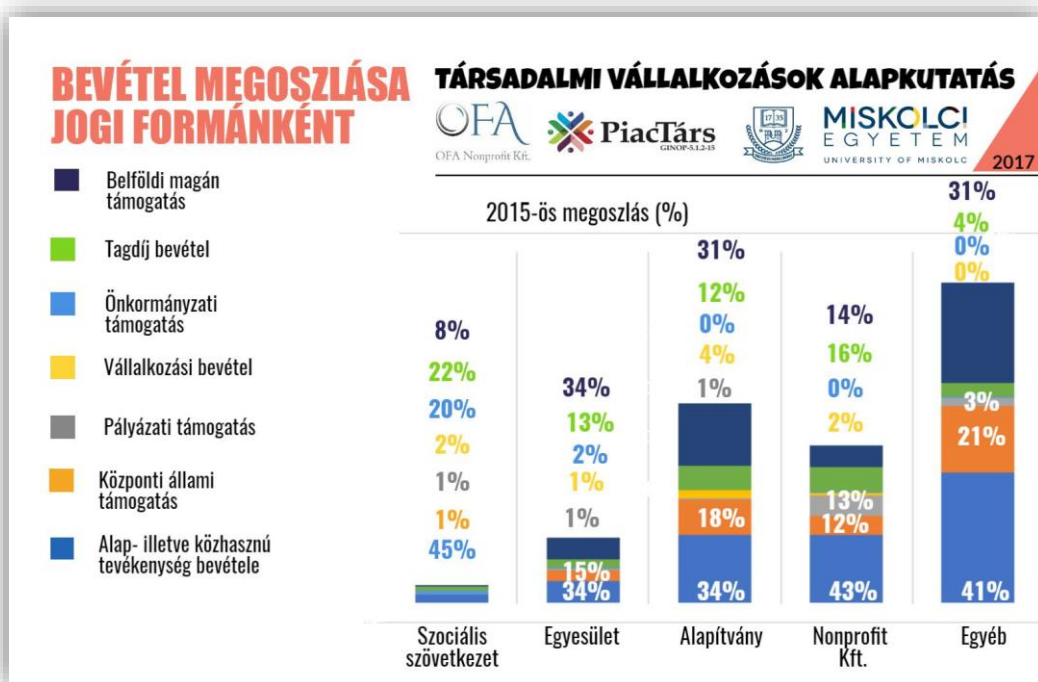


13. ábra: A társadalmi vállalkozások szervezeti sajátosságai
Forrás: saját szerkesztés

13. A társadalmi vállalkozások bevételeinek sajátosságai jogi-szervezeti formák szerint

A társadalmi vállalkozások minden jogi-szervezeti formájára jellemző, hogy a bevételből a legnagyobb arányt az alap- illetve a közhasznú tevékenység bevétele adja, ez az egyesületek és az alapítványok esetén 24%, az egyéb kategóriában 41%, a nonprofit kft-knél 43%, a szociális szövetkezeteknél eléri a 45 százalékot. A központi állami támogatás 12% és 21% között van, kivéve a szociális szövetkezeteket, ahol, mindössze 1%. A pályázati támogatás mindenütt 1-3%, kivéve a nonprofit kft-eket, ahol 13%. Alig van vállalkozási bevétel a társadalmi vállalkozásoknál, aránya 0% és 4% között van. Önkormányzati támogatás a szociális szövetkezetek esetén jelentős arányt képvisel (20%), a többi formánál elhanyagolható (0%-2%). Tagdíj bevétel a szociális szövetkezeteknél jelentős arányú (22%), a nonprofit kft-knél 16%, alapítványoknál 12%, az egyesületeknél 13%. A belföldi magán támogatás jelentős az egyesületek (34%) és az alapítványok és az egyéb kategória esetén (31%), a nonprofit kft-knél 14%, a szociális szövetkezeteknél 8% (14. ábra).

Az alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttesen sehol nem éri el a 40 százalékot, viszont eléri, illetve meghaladja a 35 százalékot.

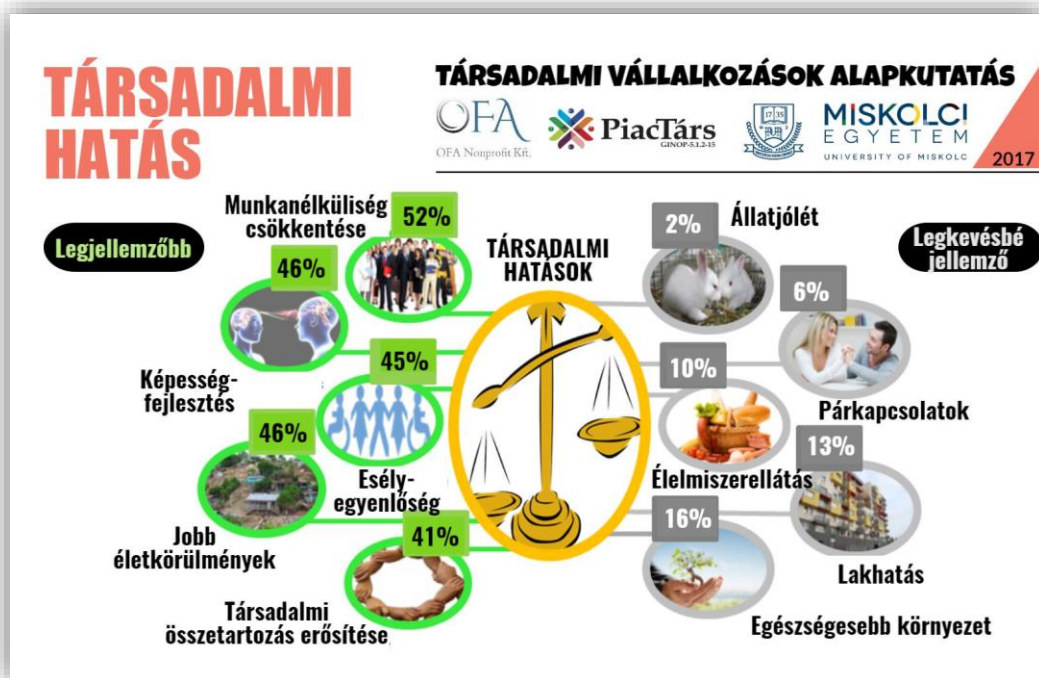


14. ábra: A bevétel megoszlása jogi-szervezeti formánként
Forrás: saját szerkesztés

14. Társadalmi hatások

A társadalmi-gazdasági szereplőkkel való kapcsolatokat tekintve a társadalmi vállalkozások magas aránya (76%) említette partnerként az önkormányzatokat, közel ugyanennyien (75%) a civil szervezeteket, kisebb, de jelentős arányban a vállalatokat, vállalkozásokat (57%), magánszemélyeket (55%), az állami intézményeket, szervezeteket (51%), a szakmai szervezeteket/érdekképviselői szervezeteket (41%), illetve az oktató/kutató intézményeket (36%). A társadalmi vállalkozások 20 százalékanak van kapcsolata vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szervezetekkel és pénzintézetekkel, bankokkal. A társadalmi vállalkozások 43 százaléka szerint pénzben kifejezhető valamilyen mértékben a tevékenység hosszú távú hatása, míg a többség szerint egyáltalán nem vagy kevéssé mérhető.

A társadalmi vállalkozás hosszú távú társadalmi hatásaként (15. ábra) leginkább a munkanélküliség csökkentését (52%), a képességfejlesztést (46%), a jobb életkörülményeket (45%) az esélyegyenlőség növekedését (45%), valamint a társadalmi összetartozás erősödését jelölték meg. Legkevesbé jellemző hatások az állatjólét (2%), a párkapcsolatok (6%), élelmiszerellátás (10%), lakhatás (13%), egészségesebb környezet (16%). A társadalmi innovációk fejlődését csak a válaszadók negyede, de a gazdaság fejlődését és a szegénység csökkenését is csak mintegy ötöde jelölte be.

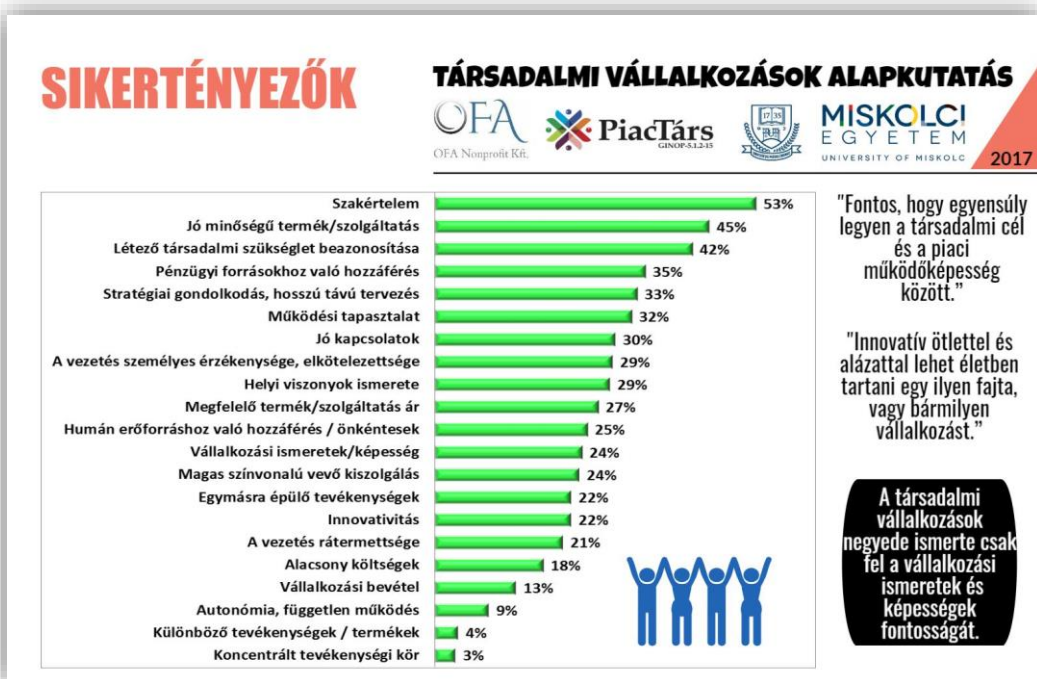


15. ábra: A társadalmi vállalkozások hosszú távú társadalmi hatásai
Forrás: saját szerkesztés

15. Sikertényezők

A társadalmi vállalkozások szerint a legfontosabb sikertényező a szakértelem, ezt a társadalmi vállalkozások 53%-a tartotta fontosnak (16. ábra). Második helyen a jó minőségű termék/szolgáltatás (45%) szerepel, ezt követi a létező társadalmi szükséglet beazonosítása (42%), a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés (35%), a stratégiai gondolkodás, hosszú távú tervezés (33%). Lényeges tényezők a működési tapasztalat (32%), a jó kapcsolatok (30%) a vezetés személyes érzékenysége és elkötelezettsége (29%), valamint a helyi viszonyok ismerete (29%).

A fókuszcsoporthoz tartozók interjújuk során egyértelműen kiderült, hogy fontos a sikerhez a vállalkozási szemlélet, valamint az ilyen jellegű ismeretek és képességek. Lényeges továbbá az egyensúly megteremtése a társadalmi és az üzleti cél között. A sikeres társadalmi vállalkozási tevékenységet segíti az innováció. Ennek ellenére a kérdőíves felmérés során megkérdezett szervezetek kevesebb, mint negyede (24%) szerint fontos a vállalkozási ismeret és képesség, vagy az innovativitás (22%), és alig több mint tizedük (13%) szerint lényeges a vállalkozási bevétel.



16. ábra: A társadalmi vállalkozások sikertényezői
Forrás: saját szerkesztés

16. Erősségek, gyengeségek

A megkérdezett társadalmi vállalkozások mintegy fele erősségként jelölte meg a társadalmi elkötelezettségét (52%), a kompetens menedzsmentjét (50%), a működési tapasztalatát (49%), valamint a terméke és szolgáltatása minőségét (48%). Több mint harmaduk szerint társadalmi vállalkozásuk erőssége az elkötelezett munkatársak (45%), a helyi közösség bizalma (43%), és a kapcsolati háló (36%). A tíz legjellemzőbb erősség közé került még a társadalmi reputáció és az innovativitás is. Az említett tényezők közül kizárólag a működési tapasztalattal kapcsolatban fogalmazódott meg számottevő aggály is, ugyanis a megkérdezettek több mint 13%-a gyengeségnek érzi (17. ábra).

Egyértelműen gyengeségnek tartja a válaszadók jelentős része a rendszeres finanszírozás/támogatás (50%), a stabil tőkeellátottság (42%), a jelentős mértékű üzleti tevékenység (29%) és a megfelelő marketing tevékenység (22%) területeit. A társadalmi vállalkozások több mint 10 százalékánál gyengeség az üzleti szemlélet (16%), a működési tapasztalat (13%), a vállalkozási tapasztalat (13%), a kidolgozott üzleti terv (12%) és a vállalkozási ismeretek (11%) hiánya.



17. ábra. A társadalmi vállalkozások erősségei és gyengeségei
Forrás: saját szerkesztés

17. Lehetőségek, veszélyek

Lehetőségeknek tartják a megkérdezettek a termék, szolgáltatás iránti szükséglet változását (52%), az önkéntes munka mértékének (28%), és a termék/szolgáltatás iránti fizetőképes keresletnek a változását (27%), valamint a nonprofit szféra társadalmi megítélését (25%). Ezt alátámasztja, hogy a megkérdezett magánszemélyek jelentős része támogatná a társadalmi vállalkozásokat adója 1 százalékaival (66%), tudatos vásárlással (59%), önkéntes munkával (33%). A magánszemélyek 82%-a hajlandó lenne kissé magasabb ár megfizetésére a társadalmi vállalkozások terméke vagy szolgáltatása esetén.

Az Európai Unió támogatásokat a társadalmi vállalkozások 30%-a jelölte lehetőségként és veszélyként is. A vállalati támogatások mértékének változását kicsivel többen érzik veszélynek (11%), mint esélynek (10%). Egyértelműen többen élik meg veszélyként a működési feltételek változását (37%), a költségvetési támogatások mértékének változását (35%), a nonprofit szféra politikai megítélését (32%) és az ország/régió/település gazdasági helyzetének változását (24%). Jelentős kockázatnak látják továbbá a válaszadók a támogatások bizonytalanságát (61%), a „jogi szabályozás változását” (40%), illetve a „vállalkozási/gazdálkodási/üzleti bevétel hiányát” (34%) (18. ábra).



18. ábra. Lehetőségek, veszélyek

Forrás: saját szerkesztés

18. Fejlesztési javaslatok

A kutatás eredményei alapján az alábbi fejlesztési javaslatokat fogalmaztuk meg (19. ábra):

➤ **Komplex társadalmi vállalkozásfejlesztési stratégia kidolgozása**

Az egymás mellett, párhuzamosan futó projektek helyett hosszú távú stratégia alapján kialakított fejlesztési célok és az azok eléréséhez szükséges projektek kidolgozása. Ennek részét képezheti a társadalmi vállalkozás fogalmának tisztázása és jogszabályban rögzítése, amelynek eredményeként egyértelműen elkülönülhetnének a társadalmi célt megvalósító, de nem vállalkozási alapon működő civil, illetve nonprofit szektortól. A társadalmi vállalkozások esetén a támogatások működhetnek inkubációs jelleggel, de meghatározott időn belül szükség van a piaci fenntarthatóságra. Lényeges a vállalkozásbarát környezet fejlesztése, ami magába foglalja az adminisztrációs és járulékterhek csökkentését is. Kiemelkedően fontos a stabil, kiszámítható jogszabályi háttér megteremtése.

➤ **A társadalmi vállalkozás fogalmának lehatárolása és jogszabályban rögzítése**

Világossá kell tenni, hogy a társadalmi vállalkozásnál egyszerre kell érvényesülnie a társadalmi cél megvalósításának és a vállalkozási tevékenységnek. A társadalmi vállalkozás igénybe vehet, különböző támogatásokat, de üzleti jellegű tevékenységet is folytatnia kell, ahhoz, hogy társadalmi vállalkozás kategóriába kerüljön. Üzleti tevékenység alatt a jelenlegi alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttesét értjük, ami a minta alapján jelenleg minden társadalmi vállalkozás jellegű szervezeti típusnál 35-40% között van. Szakmai véleményünk alapján, hosszú távon - ha a feltételek változása ezt kellően elősegíti - kívánatos volna az átlagos 50%-os részarány elérése (vagy túlteljesítése), de a korábban írtaknak megfelelően egy ilyen feltétel társadalmi vállalkozás definícióba, vagy pályázati kritériumba építése egyelőre nem javasolható. A fejlődésre megfelelő időintervallumot kell adni.

Az egyes társadalmi vállalkozás megközelítésekben az innováció és a demokratikus döntéshozatal része lehet a társadalmi vállalkozások működésének, de lehetőségként és ne követelményként jelenjen meg. Mindenképpen meg kell szüntetni az önkormányzatokra vonatkozó tulajdonosi előírást, ami veszélyezteti a társadalmi vállalkozások autonómiáját. Az egyértelmű és valós társadalmi hatás elérése legyen a társadalmi vállalkozás egyik kritériuma és ne a profit visszaforgatása. Ezzel a hagyományos vállalkozásokat is ösztönözni lehetne a társadalmi problémák megoldásában való részvételle.

➤ Társadalmi vállalkozás cím és címke létrehozása

A társadalmi vállalkozás kritériumainak megfelelő szervezetek használhatnák, egyértelmű üzenet közvetítve a vevők és a partnerek számára, hogy valódi társadalmi hatást kiváltó, és mindezt hatékony üzleti szemlélettel megvalósító szervezetről van szó. Elnyerése előfeltétele lehetne támogató lehetőségekhez jutásnak, ami nem hagyományos támogatás, hanem pl. oktatás, piacfejlesztés, kedvezményes hitel, vagy járulékteher csökkentés, közbeszerzési pályázatokban való részvétel.



19. ábra: Fejlesztési javaslatok
Forrás: saját szerkesztés

➤ **A társadalmi cél, társadalmi probléma széleskörű meghatározása**

A jelenlegi társadalmi vállalkozások elsősorban a foglalkoztatásra, a munkaerőpiaci esélyek javítására koncentrálnak. A társadalmi vállalkozások és a potenciális társadalmi vállalkozások számára nem mindig egyértelmű, hogy melyek a megoldásra váró társadalmi problémák. A társadalmi vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szervezetek egyik célkitűzése lehetne ezek felmérése és kommunikálása, ami elősegítené a piacképes társadalmi vállalkozási ötletek generálását.

➤ **Társadalmi hatás mérése**

Általában is, de különösen a for-profit szférából jövő társadalmi vállalkozások szempontjából is fontos a társadalmi hatás mérése. A társadalmi vállalkozások jelenleg erre nincsenek felkészülve, sem ismereteik, sem erőforrásaik nincsenek erre, sőt a kutatás azt mutatja, hogy jelentős ellenérzéseik vannak a társadalmi hatás méréseivel, nem tartják általánosíthatónak. Ugyanakkor a szektor fejlődése szempontjából a társadalmi hatásmérést segítő egyszerű, jól alkalmazható hatásmérési modell kidolgozása és annak kommunikálása, oktatása jelentős előrelépés lenne. A hatásmérés később feltétele lehetne kedvezményes hitelek igénybevételének.

➤ **Vállalkozási szemlélet, vállalkozási ismeretek fejlesztése**

A nonprofit, civil szférából kifejlődő társadalmi vállalkozások esetén egyértelmű gyengeség a nem kellő vállalkozói szemlélet és a vállalkozói ismeretek hiánya. A támogatások helyett, vagy azok igénybevételének feltételeként oktatni kellene a meglévő vagy a potenciális társadalmi vállalkozásokat. A vállalkozási ismereteken belül kiemelt igény van a marketing ismeretek fejlesztésére. A társadalmi vállalkozási ismeretek növelése érdekében különböző szintű és mélységű társadalmi vállalkozás képzés indítása javasolt.

➤ **A fizetőképes fogyasztói célcsoport növelése**

A magánemberek többsége nem is hallott társadalmi vállalkozásokról. Az elfogadás és támogatás érdekében növelni kell a láthatóságot, kommunikálni kell a társadalmi vállalkozások fogalmát és a gyakorlatban megvalósuló jó példákat. A társadalmi vállalkozások fizetőképes vevőinek biztosításához elengedhetetlen a fogyasztók társadalmi problémák iránti érzékenységének növelése, a társadalmi vállalkozások és azok termékei, szolgáltatásai iránti bizalom növelése. Az érzékenyítés nemcsak a társadalmilag felelős fogyasztók számát növeli, hanem a társadalmi, önkéntes munkát végzők számát és a társadalmi vállalkozásokat különböző formában támogató magánszemélyek és szervezetek számát is.

➤ **Partnerkapcsolatok kiterjesztése**

A társadalmi problémák megoldására számos egyéni és szervezeti törekvés létezik, amelyek egymás mellett, sokszor egymásról nem tudva működnek. Partnerkapcsolatok támogatásával egymást kiegészítő és a különböző, nem kizárólag pénzügyi erőforrások összeadásával, egymás hatását fokozó kezdeményezések találhatnának egymásra. Tipikus példa lehet a vállalati társadalmi felelősség kezdeményezések és a társadalmi vállalkozások összekapcsolása vagy a társadalmi vállalkozások és a hagyományos vállalkozások beszállítói, üzleti partneri kapcsolatainak elősegítése. A társadalmi vállalkozások által érzékelt finanszírozási problémákat enyhíthetik a bankok CSR tevékenységének keretében nyújtott kedvezményes hitelek, a folyamatot elősegíthetik az erről szóló kommunikáció és a partnerek összehozása. A közszféra társadalmi felelősségi kezdeményezései is alapot jelenthetnek a szélesebb partnerkapcsolatra. Ugyancsak érdemes a különböző fejlesztő szervezetek kezdeményezéseinek összekapcsolása, oktatási, mentorprogramok tapasztalatainak megosztása. A partnerkapcsolat a társadalmi vállalkozások közötti hálózatosodást is jelentheti.

2. A társadalmi vállalkozások szakirodalmi háttere

A társadalmi és gazdasági célokat összeegyeztető, azokat együttesen megvalósító társadalmi vállalkozások fogalma egyre elterjedtebb szerte a világon, a témáról mind gyakrabban olvashatunk a nemzetközi társadalom- és gazdaságtudományi szakirodalomban. A kifejezés az Egyesült Államokból és Nyugat-Európából ered, azonban mára a világ egyéb tájain is erősödő érdeklődés övezi.

A szakirodalmi kutatások szintetizálása során a (1) társadalmi vállalkozáshoz kapcsolódó fogalmakat, (2) a társadalmi vállalkozás fogalmát, (3) a fő nemzetközi kutatásokat, (4) a társadalmi vállalkozások nemzetközi helyzetét, valamint (5) a társadalmi vállalkozások magyarországi sajátosságait mutatjuk be.¹

2.1. Kapcsolódó fogalmak

A társadalmi vállalkozás kifejezés viszonylag új keletű, azonban régóta létező jelenséget takar. A fogalom elsősorban az egyértelműen és kizárólagosan sem a hagyományos piaci, sem az állami szektorhoz nem kötődő társadalmi-gazdasági szervezetekhez kapcsolódik, melyeket különböző elnevezésekkel illethetnek, mint például a civil társadalom, harmadik szektor, nonprofit szektor és szociális gazdaság. A társadalmi vállalkozások elemzése előtt ezért először e fogalmak tisztázása szükséges.

A civil társadalom, harmadik és nonprofit szektor, illetve a szociális gazdaság kifejezések kapcsán nem létezik egységes definíció, jelenleg a témában számos, néha egymással versengő fogalom létezik (Defourny et al. 2014, 1). A fogalmakat egyes országokban vagy akár egy országon belül is eltérő módokon írhatják le, ugyanis "a különböző országok által bejárt eltérő fejlődési utak következtében a történelem során a jótékonyagnak, öntevékenységnek, társadalmi részvételnek is igen különböző modelljei alakultak ki." (Jenei és Kuti 2007, 134) Így például míg az Egyesült Államokban elsősorban a nonprofit szektor (nonprofit sector), harmadik szektor (third sector), független szektor (independent sector), az öntevékeny vagy önkéntes szektor (voluntary sector), az adómentes szektor (tax-exempt sector) és a jótékonyági szektor (philanthropic sector) kifejezések használatosak, addig Franciaországban a szociális gazdaság (économie sociale) vagy a nem-profitcélú szektor (secteur à but non-lucratif) vagy secteur sans but lucratif kifejezések terjedtek el (Kuti és Jeney 2007, 134-135; Salamon és Sokolowski 2014, 11-15).

¹ A 2.2.-es fejezet a szerző egy korábbi cikkének átdolgozott, kiegészített változata: Kiss Julianna (2015): Társadalmi célok, gazdasági tevékenységek – A társadalmi vállalkozások definíciói. In: Civil Szemle. 2015/1.

A 2.1., 2.2., 2.3. és 2.4. fejezeteket Kiss Julianna írta. A szöveg eredeti, hosszabb verziója a szerző doktori disszertációjában szerepel (Kiss, J. (2017), várható befejezés 2017. ősz).

A szektor és a benne elhelyezkedő szervezetek elnevezése aszerint változhat, hogy mely jellemzői válnak éppen hangsúlyossá, ugyanis míg például a karitatív szektor főként a magánadományok szerepére fókuszál, addig az önkéntes szektor az önkéntes munkavállalók fontosságát emeli ki, a független szektor vagy a nem-kormányzati szektor az államtól és for-profitoktól való távolságot hangsúlyozza (Bocz 2009, 42). Bár sokféle elnevezés létezik, ezek a fogalmak nagyjából ugyanazt a jelenséget írják le más-más szempontokat hangsúlyozva: egy állam és piac között lévő szektort, mely egyszerre valósít meg gazdasági és társadalmi célokat is, a közérdeket szolgálja és végső célja nem a profit szétosztása (OECD 2003, 10).

Mára a civil társadalom legrégebb óta használatos fogalma mellett három jelentősebb megközelítés alakult ki és terjedt el e szervezetek tanulmányozására: a nonprofit szektor, a szociális gazdaság, és a harmadik szektor megközelítés: (1) a nonprofit szektor iskola a profitelosztás korlátozását hangsúlyozza, ezáltal kizárva a szövetkezeteket és kölcsönös biztosítópénztárakat e kritériumnak való meg nem felelésük miatt; (2) a szociális gazdaság megközelítés a nonprofit kritérium helyett a demokratikus döntéshozási folyamatok meglétét és a társadalmi cél sajátosságait hangsúlyozza ezekben a szervezetekben; valamint (3) a harmadik szektor koncepciója azokra a civil társadalomban található intézményesített szervezetekre utal, melyek érdekképviselői, újraelosztási és termelési feladatokat látnak el, miközben részben vagy teljesen jellemző rájuk a profitelosztás tilalma (Borzaga et al. 2008, 16). A továbbiakban a fő kapcsolódó fogalmak rövid ismertetése következik:

2.1.1. Civil társadalom

A civil társadalom fogalma történetiséget tekintve már az ókori görögöknél is megjelenik, szemben a többi, a XX. század második felében kialakult fogalommal. A civil társadalomról való gondolkodás a történelem során az ókort követően is folyamatosan jelen volt, a fogalom jelentése többször változott, majd az 1980-as évektől szerepe ismét felerősödött. Kortárs megközelítések szerint a civil társadalom önkéntes és nem-kormányzati szervezeteket foglal magába, melyek a harmadik szektorban találhatók, de ezen túl a magán szintű emberi cselekvést is jelenti, amelyből a hatalomgyakorlás fő eszközei, azaz az állam és a cég hiányoznak (Enroljas 2015, 2). A koncepció hangsúlyozza az önszerveződést és az egyéni felelősséget; a kapitalizmus alternatívájaként megjelenve olyan logikát testesít meg, melyet a diskurzus, a konfliktus és megértés, az együttműködés, szövetség, a közjó támogatása jellemez, és amely a piac, a verseny, a csere és az egyéni érdekek maximalizálásának logikájától eltér (Enroljas 2015, 4).

A civil társadalom központi szereplői a "civil kurázsival" bíró állampolgárok, akik szabad akaratukból, önkéntes módon, a közérdeket szolgálva, alulról szerveződve civil szerveződésekben, mozgalmakon, tömörüléseken, kooperációkon keresztül válnak a közélet szereplőivé (Nagy et al., 2014). "A civil szervezet, civil szektor kifejezéseket általában akkor használják, ha az állampolgári kezdeményezések fontosságát kívánják hangsúlyozni." (Bartal 2005, 12)

2.1.2. Harmadik szektor

A kifejezés megalkotója Amitai Etzioni, "aki ezt a szférát – az állam és a piac között – a harmadik alternatívának nevezte, mivel – szerinte – kombinálni tudja a magánszféra vállalkozói szemléletét és szervezeti hatékonyságát az állam és a közigazgatás közjót érvényesítő szándékával." (Jenei és Kuti 2007, 141) A harmadik szektor részének minősül tehát az, ami sem a piaci logikához, sem az utasítások bürokratikus láncolatához nem köthető kifejezetten (Corry 2010, 13).

Ezt a szemléletet a kezdetekben az 1970-es években az Egyesült Államok neoliberális gazdaságpolitikájával szemben nagyobb alapítványok, mint a Ford vagy a Russel Sage Alapítványok népszerűsítették, akik "egyrészt bizonyítani kívánták – saját tevékenységeikkel –, hogy a civil szervezetek a modern társadalmak értékes összetevői. Másrészt meg akarták védeni az Egyesült Államok jóléti államiságának minimumát." (Anheier, 2005, idézi Jenei és Kuti 2007, 141)

A kutatók a harmadik szektor három lényeges funkcióját állapították meg: (1) szolgáltatás a piacgazdaság részeként; (2) lobby erő a tagjaik, a közjó vagy egy speciális téma érdekében; (3) közösségi szolidaritás és összetartozás erősítése az önkéntes részvétel, adományok révén. (Jenei és Kuti 2007) A szektor részei a nem for-profit és a nem állami szervezetek.

2.1.3. Nonprofit szektor

A nonprofit szektor fogalma elsősorban az angolszász jótékonyági hagyományokhoz kötődik, az 1970-s években megalkotott kifejezést a John Hopkins Egyetem Lester Salamon és Helmut Anheier által vezetett nemzetközi kutatási projektje pontosította és terjesztette el az egész világon az 1990-es években. Az alkalmazott "strukturális-operatív" definíció a szektor szervezeteit különbözőségeik ellenére öt közös tulajdonsággal jellemzi (rövidítve Salamon és Anheier 1999, 39):

- Intézményesültség: nem feltétlenül szükséges a bejegyzés vagy a hivatalos nyilvántartásba vétel, az intézményesültség kifejeződik az alapszabály, valamilyen fokú belső strukturáltság, bizonyos állandó célok, szerkezet, tevékenység és szervezeti határok meglétében;

- Kormánytól való függetlenség: ez nem jelenti azt, hogy a nonprofit szervezetek ne kaphatnának jelentős állami támogatást, vagy hogy vezetőségükben ne lehetnének jelen állami tisztviselők, csupán arról van szó, hogy a kormánytól szervezetileg függetlenek és kormányzati hatalommal nem rendelkeznek;
- A profitszétosztás tilalma: a nonprofit szervezetek termelhetnek profitot, de azt alaptevékenységükre kell fordítaniuk, nem fizethetik ki tulajdonosaiknak, tagjaiknak, alapítóiknak vagy vezetőiknek. Az alapvető kérdés tehát az, hogy miként kezelik a profitot. Ha visszaforgatják, vagy bármi más módon a szervezet deklarált céljaira használják fel, abban az esetben nevezhetjük nonprofit szervezetnek az adott intézményt;
- Önkormányzatiság: egyes magán, nem állami szervezetek ugyanakkor oly mértékben lehetnek a kormányzat vagy egyes vállalatok alá rendelve, hogy bár szervezetileg elkülönülve, de valójában ezek részeként működnek. E feltételnek tehát akkor felelnek meg a szervezetek, ha belső működési szabályzatuk szerint irányítják és ellenőrzik saját tevékenységüket, és számottevő autonómiával rendelkeznek.;
- Önkéntesség, öntevékenység: e feltétel két, különböző szempontra, egyrészt a szervezet munkáját segítő önkéntesekre (vezetőségi tagok, önkéntes munkások), másrészt a nem kötelező tagságra utal.

Corry (2010, 13) alapján az első kritérium a piaci vagy informális szervezetektől különbözteti meg a harmadik szektort, a második és harmadik kritérium a nem-állami és nem-piaci jellemzőket jelenti, a negyedik szintén az államtól és piactól való függetlenséget mutatja, az ötödik pedig a civil társadalom eszméjéhez köti a fogalmat. A szektor szervezetei között nem szerepelnek a szövetkezetek és kölcsönös biztosítópénztárak, csupán kifejezetten nonprofit jogi formák.

2.1.4. Szociális gazdaság

A szociális gazdaság fogalmát először Franciaországban használták a XIX. században, ma már angolszász országokban is alkalmazzák a kifejezést (OECD 2003, 298). A megközelítés Európában jobban elterjedt, az Európai Unió intézményei is elismerték. Defourny (2014, 19) alapján a nonprofit szektor fogalma mellett a másik fontos megközelítésnek tekinthető.

A szociális gazdaságra az alábbi definíció alkalmazható: "Azon magán jellegű, formális keretek között szervezett vállalkozások csoportja, amelyek döntéshozatali szabadsággal és önkéntes tagsággal rendelkeznek, és amelyeket tagjaik szükségleteinek piacon keresztül, áruk előállítása, szolgáltatásnyújtás, illetve biztosítás és finanszírozás révén történő kielégítése érdekében hoztak létre, továbbá amelyek esetében a döntéshozatal, valamint bárminemű nyereség és többlet tagok közötti elosztása nem kapcsolódik közvetlenül a tagok által befektetett tőkéhez, illetve

befizetett díjhoz, hanem minden esetben demokratikus, részvételen alapuló döntéshozatali eljárások révén történik, és minden tag egy szavazati joggal rendelkezik. A szociális gazdaság magában foglal olyan magán jellegű, formális keretek között szervezett, döntéshozatali szabadsággal és önkéntes tagsággal rendelkező szervezeteket, amelyek nem piaci jellegű szolgáltatásokat nyújtanak háztartások részére, és amelyeknek az esetleges nyereségtöbbletét nem sajátíthatják ki az őket létrehozó, ellenőrző vagy finanszírozó pénzügyi szereplők." (CIRIEC 2012, 15)

A szociális gazdaság fogalma tehát nincs teljes átfedésben a nonprofit szektoréval, szervezetei közé tartoznak a hagyományos és szociális szövetkezetek, önkéntes kölcsönös biztosítópénztárak vagy a biztosító egyletek is. "Számos intézménye azon a (meglehetősen elmosódott) határvonalon helyezkedik el, amely az üzleti és a nonprofit szektort választja el egymástól." (Jenei és Kuti 2007, 141) A társadalmi vállalkozáshoz kapcsolódó fő fogalmak jellemzőit az 1. táblázat tartalmazza.

1. táblázat: A társadalmi vállalkozás koncepciójához kapcsolódó fogalmak jellemzői

Koncepció	Eredet	Fő tulajdonságok	Szervezetek
Civil társadalom	Legrégebbi kifejezés, az ókor óta használatos	Alulról szerveződő cselekvés, társadalmi nyilvánosság, önkéntesség, közérdek	Önkéntes és nem-kormányzati szervezetek, informális szerveződések, mozgalmak, egyéni cselekvések
Harmadik szektor	Egyesült Államok	Függetlenség a másik két szektortól, az azok által el nem látott feladatok ellátása	Nonprofit és nem állami szervezetek
Nonprofit szektor	Egyesült Államok	Intézményesültség kormánytól való függetlenség, a profitszétosztás tilalma, önkormányzatiság, önkéntesség, öntevékenység	Nonprofit szervezetek
Szociális gazdaság	Franciaország	A közösségek érdekeit szem előtt tartó, nem a profit elsődlegességét hangsúlyozó gazdaság	Gazdasági tevékenységeket végző nonprofit szervezetek, szövetkezetek, kölcsönös biztosítópénztárak

Forrás: saját szerkesztés

2.1.5. Nem-kormányzati szektor, szolidáris gazdaság, közösségi gazdaság

A civil társadalom, a harmadik szektor, a nonprofit szektor és a szociális gazdaság megközelítései mellett egyéb, a társadalmi vállalkozásokhoz kapcsolódó fogalmak is jelentőségre tettek szert az évek során.

A *nem-kormányzati szektor* és szervezetek (NGO) elnevezés Jenei és Kuti (2008, 6) alapján főként a különböző társadalmi csoportok és tagjaik érdekeit érintő kérdéseket lobbizással, meggyőzéssel vagy közvetlen cselekvéssel célzó egyesületek esetében indokolt; Lewis (2009, 3) az NGO-t általában a harmadik szektor egy részhalmazának tekintik, amely elsősorban fejlesztési vagy humanitárius tevékenységekkel foglalkozik helyi, országos vagy nemzetközi szinteken.

A *szolidáris gazdaság* koncepciója a szolidaritás, részvétel, együttműködés, reciprocitás elvein alapuló gazdasági tevékenységet jelenti, szemben a piacgazdaságban lévő individualizmussal és versengéssel; Miller (2010: 1) értelmezésében a különböző szolidáris gazdasági kezdeményezések közös értékeket hordoznak a domináns gazdasággal szemben, így a versengés kultúrájának kikényszerítése helyett az együttműködés kultúráját és közösségeit építik, az egymástól való elszigetelés helyett a kölcsönös támogatás és szolidaritás kapcsolatait erősítik, az ellenőrzés központosított struktúrái helyett a közös felelősség és közvetlen demokratikus döntéshozatal felé mozdítanak, az egy globális monokultúra erőltetése helyett a helyi kultúrák és környezetek diverzitását erősítik, és a profit priorizálása helyett a társadalmi, gazdasági és környezeti igazságosság iránti elköteleződést bátorítják.

A *közösségi gazdaság* fogalma Gibson-Graham et al. alapján (2013: xix) az etikai megfontolásokon alapuló gazdaság: túlélni együtt jól és egyenlően; a nyereség szétosztása a társadalmi és környezeti jóllét gazdagítására; oly módon találkozni másokkal, hogy támogassák jólétüket, valamint a miénket; fenntarthatóan fogyasztani; gondozni - fenntartani, megtölteni és növelni - természeti és kulturális közjóságainkat; és befekteti a vagyonunkat a későbbi generációkba, hogy azok jól éljenek.

2.2. A társadalmi vállalkozás fogalma

A társadalmi vállalkozás fogalmának nincs egységes definíciója, számos különböző meghatározás és tudományos iskola létezik. A megközelítések két fő amerikai - a piaci jövedelem (earned income) és a társadalmi innovációs (social innovation) - irányzat és egy európai - EMES - irányzatra csoportosíthatók Defourny és Nyssens (2012) kategorizálása alapján. A nemzetközi irányzatok ismertetése segítheti az egyes országokban lezajló folyamatok jobb értelmezését. Fontos azonban hangsúlyozni,

hogy "a társadalmi vállalkozások különböző értelmezéseit a társadalmi, gazdasági, politikai és kulturális környezet és előzmények is befolyásolják, így az egyes amerikai vagy nyugat-európai definíciók átvétele a helyi viszonyok figyelembevétele nélkül önmagában nem eredményezi a társadalmi vállalkozásokat támogató szakpolitikák hatékonyabb működését." (Defourny és Nyssens 2012, 20, idézi Kiss 2015, 6).

2.2.1. A piaci jövedelem iskola

A piaci jövedelem iskola a társadalmi vállalkozás fő jellemzőjének a piaci jövedelem szerzését tekinti. Az irányzaton belül két szemléletmód különíthető el, a korábbi szigorúan a nonprofit szervezetekre szűkíti a kört, a később kialakult irányzat viszont minden társadalmi célú üzleti kezdeményezést ide sorol (Esse et al. 2013, 7):

- Vállalkozó nonprofit (commercial nonprofit) megközelítés: szűkebb megközelítés, mely eleinte kifejezetten nonprofit szervezetek vállalkozást indító, piaci jövedelem szerzésére irányuló stratégiáira fókuszált, majd később az üzleti módszerek tágabb eszköztárának használatára is kiterjedt.
- Társadalmi célú üzlet vagy misszió-vezérelt üzlet (social-purpose business/mission-driven business) irányzat. Az 1990-es évektől kialakult társadalmi célú üzlet irányzat a tágabb megközelítés, a társadalmi vállalkozói tevékenységeket nem szűkíti le a nonprofit szervezetek gazdasági tevékenységeire, hanem bármilyen – akár for-profit – szervezeti formában végezhető társadalmi célú tevékenységeket is ide ért. Egyes szerzők akár a for-profit cégek társadalmi felelősségvállalásához kapcsolódó tevékenységeit is ide sorolhatják (lásd Defourny és Nyssens 2012, 7).

2.2.2. A társadalmi innovációs irányzat

A második amerikai iskola Defourny és Nyssens (2013) alapján nem a szervezetek bevételeit, hanem a társadalmi vállalkozó személyek profilját és viselkedését veszi alapul, amely alapvetően egy társadalmi probléma innovatív megoldására való készséget és cselekvést jelent. „Itt a társadalmi vállalkozó egy változáshozó, aki valamilyen területen új dolgot hoz: új szolgáltatás, új módszer, új termelési tényezők, új szervezeti formák, új piac vagy módosított szabályozás. A központi fogalom az újítás, a társadalmi vállalkozók, mint egyének pedig a modern kor ünnevelt hősei.” (Esse et al. 2013, 8)

Az innováció mellett elsősorban a társadalmi vállalkozás eredményeként kialakuló társadalmi szinten gyakorolt hatás bír jelentőséggel. Az irányzat elsősorban Bill Drayton-hoz és az általa 1980-ban alapított Ashoka nevű nemzetközi társadalmi vállalkozók támogatásával foglalkozó szervezethez kapcsolható, amely egyes, újításra

képes egyének profiljára fókuszál; központi eleme pedig nem a piaci jövedelem szerzése, hanem a társadalmi innováció (Defourny és Nyssens 2012, 3).

2.2.3. Az EMES nemzetközi kutatóhálózat megközelítése

Ez a megközelítés az európai diskurzusban a legjelentősebb irányzat. A társadalmi vállalkozás fogalmát az EMES a következőképpen definiálja: "A társadalmi vállalkozások olyan privát nonprofit szervezetek, melyek a közösség javát és ezáltal társadalmi céljukat kifejezetten szolgáló termékeket és szolgáltatásokat kínálnak. Döntéshozó testületeikben számos résztvevőt bevonó kollektív dinamikákra épülnek, nagy hangsúlyt helyeznek autonómiájukra és tevékenységükre nézve gazdasági kockázattal bírnak." (Defourny és Nyssens 2008, 5)

A társadalmi vállalkozások elsősorban - bár nem kizárólag - a harmadik szektorhoz, nonprofit szektorhoz, szociális gazdasághoz kapcsolódnak (Hulgärd 2014, 73). Tekintheők a szektor egy alcsoportjának, de egyben a teljes szektorra kiható folyamatnak is, egyfajta új (társadalmi) vállalkozói szellemnek (Defourny 2001, 2). Ugyanakkor a társadalmi vállalkozás fogalma nem jogi formához kötött, egyesület, szövetkezet, alapítvány, for-profit vállalkozás vagy egyéb, kifejezetten társadalmi vállalkozások számára kialakított jogi forma is lehet (Európai Bizottság 2013, 31). A szerzők szerint a társadalmi vállalkozásokat a hagyományos nonprofit szervezetektől a piaci bevételek szignifikáns aránya különbözteti meg; míg a hagyományos for-profitoktól a társadalmi cél megléte tekintetében térnek el. A szerzők tehát a piac, a civil társadalom és az állami szféra metszetébe helyezték a társadalmi vállalkozásokat (Defourny és Nyssens 2013), jogi formájukat tekintve többnyire a szociális gazdaság szervezetei közé.

Az EMES kutatóhálózat az egységes kutatási módszertan megteremtése érdekében egy olyan, három gazdasági, három társadalmi és három irányítási dimenzióhoz kapcsolódó elemből álló kritériumrendszert dolgozott ki, amely lehetővé tette a különböző társadalmi vállalkozások összehasonlítását (Defourny és Nyssens 2012, 15). Az EMES megközelítés alapvető, a többi iskolától eltérő jellemzője, hogy bizonyos egyedi, demokratikus irányítási modellek szükségszerűségét emeli ki, mint a demokratikus ellenőrzés, az érintettek részvétele a döntéshozatalban, az autonómia és a profitelosztás tilalma. Az EMES megközelítése szerint ezek az indikátorok nem előíró kritériumok, hanem az ideális típus jellemzőiként egy absztrakt konstrukciót jeleznek, melynek segítségével a kutatók a valóságban létező társadalmi vállalkozásokat egymáshoz tudják viszonyítani és a fogalom határait ki tudják alakítani (Defourny és Nyssens 2012, 12).

2. táblázat: Az EMES társadalmi vállalkozás kritériumai

Gazdasági dimenzió
<i>Folyamatos termelő és/vagy szolgáltató tevékenység:</i> a társadalmi vállalkozások, számos más hagyományos nonprofit szervezettel ellentétben általában fő tevékenységként nem érdekképviselési feladatokat vagy a pénzügyi folyamatok redisztribúcióját végzik, hanem közvetlen és folyamatos módon vesznek részt termékek előállításában vagy szolgáltatások biztosításában.
<i>A gazdasági kockázat jelentős szintje:</i> a társadalmi vállalkozást alapítók számolnak a kezdeményezésben rejlő kockázattal. A legtöbb közintézménytől eltérően a társadalmi vállalkozások pénzügyi életképessége attól is függ, hogy tagjaik és munkavállalóik mennyire képesek megfelelő forrásokat biztosítani.
<i>Legalább minimális mértékű fizetett munkaerő:</i> a legtöbb hagyományos nonprofit szervezethez hasonlóan a társadalmi vállalkozások kombinálhatják a pénzbeli és egyéb (pl. önkéntesség) forrásokat. Azonban a társadalmi vállalkozások által végzett folyamatos tevékenység megkívánja a fizetett munka legalább minimális szintjét.
Társadalmi dimenzió
<i>A közösség szolgálatának kinyilvánított célja:</i> a társadalmi vállalkozások egyik fő célja, hogy a közösséget vagy emberek egy meghatározott csoportját szolgálják. Emiatt a társadalmi vállalkozások egyik jellemzője a társadalmi felelősségvállalás hirdetésének szándéka helyi szinten.
<i>Állampolgárok egy csoportja vagy civil szervezetek által indított kezdeményezés:</i> a társadalmi vállalkozások olyan kollektív dinamikák eredményei, melyek egy közösséghez vagy egy specifikus szükségletet vagy célt osztó csoporthoz tartozó embereket vonnak be.
<i>Korlátozott profitfelosztás:</i> a társadalmi cél elsődlegességét a profit felosztásának korlátozása is jelzi. Azonban a társadalmi vállalkozások nem csupán olyan szervezeteket lehetnek, melyeket a profit felosztásának teljes tilalma jellemez, hanem olyanok is - mint például a szövetkezetek - melyek egy korlátozott szintig feloszthatják a nyereséget. A lényeg itt a profitmaximalizáló viselkedés kizárása.
Irányítási dimenzió
<i>Magas szintű autonómia:</i> a társadalmi vállalkozásokat emberek egy meghatározott csoportja alapítja és vezeti autonóm módon. Függhetnek állami támogatásoktól, de nem vezetheti őket közintézmény vagy egyéb szervezet (szövetség, magán cég, stb) se közvetlen, se közvetett módon.
<i>A döntéshozatal nem függ a tőke birtoklásának mértékétől:</i> ez az indikátor általában az "egy ember, egy szavazat" elvre utal, vagy olyan döntéshozatali folyamatokra, amelyekben a szavazati jog nem a tőke birtoklásának mértékétől függ.
<i>Részvételi karakter,</i> mely arra utal, hogy a vállalkozás bevonja a tevékenység által érintett különböző szereplőket: a felhasználók és fogyasztók reprezentálása és részvétele, a különböző érintettek befolyása a döntéshozásra és a részvételi irányítás fontos jellemzői a társadalmi vállalkozásoknak.

Forrás: saját szerkesztés Defourny és Nyssens 2012, 12-15 fordítása alapján

Az EMES kutatóhálózat a Nyugat-Európára kidolgozott kritériumok mellett a társadalmi vállalkozások közép- és kelet-európai helyzetét vizsgálva a UNDP-vel közös kutatásában egyszerűsítette megközelítését, hat kritériumra változtatva az eredeti kilenc jellemzőt (Borzaga et al. 2008). Az egyszerűsített megközelítés használatával vált lehetővé a közép- és kelet európai országokban a harmadik szektorban található, társadalmi célú, gazdasági tevékenységeket végző szervezetek elemzése, beleértve az olyan kezdetleges kezdeményezéseket is, amelyek a későbbiekben társadalmi vállalkozásokká fejlődhetnek majd (a kritériumok részleteiért lásd Kiss 2015). Az EMES mellett a másik európai iskola - a főként az Egyesült Királyságban elterjedt meghatározás - elsősorban a cégek innovatív társadalmi vállalkozói dinamikáját hangsúlyozza, mellyel termelő tevékenységeik társadalmi hatásait növelik a nonprofit vagy for-profit szektorban, így az amerikai társadalmi célú üzlet megközelítéshez hasonlít (Defourny és Nyssens 2006, 5). A társadalmi vállalkozás eltérő megközelítéseit a 3. táblázat tartalmazza.

3. táblázat: A társadalmi vállalkozás különböző megközelítései

Megközelítés	Eredet	Fő jellemzők	Szervezetek
Piaci jövedelem - vállalkozó nonprofit	USA	Nonprofit szervezetek piaci jövedelemszerzése	Nonprofit
Piaci jövedelem - társadalmi célú üzlet	USA	Társadalmi problémák üzleti eszközökkel történő megoldása	Nonprofit és for-profit
Társadalmi innováció	USA	Társadalmi probléma újszerű megoldása	Nonprofit és for-profit, nem feltétlen szervezet, a vállalkozó egyén számít
EMES	Ny-EU	Társadalmi és gazdasági célok mellett kollektív dinamikák, demokratikus működésmód	Elsősorban, de nem kizárólag a szociális gazdaság szervezetei

Forrás: saját szerkesztés

2.2.4. Az Európai Bizottság társadalmi vállalkozás definíciója

Az Európai Bizottság a fenti három megközelítést ötvöző definíciójának meghatározására 2011-ben került sor a „Kezdeményezés a szociális vállalkozásokért” című dokumentumban, melynek célja, hogy kedvező szabályozási környezetet teremtsen a társadalmi vállalkozásoknak, melyek kulcsszerepet töltenek be a szociális gazdaságban és innovációban (Európai Bizottság 2011). Társadalmi vállalkozáson a Bizottság olyan vállalkozást ért...

- amelyben közérdekű, szociális vagy társadalmi cél szolgál a gyakran magas szintű szociális innovációban megnyilvánuló kereskedelmi tevékenység alapjául;
- amelynek nyereségét elsősorban e szociális cél elérése érdekében forgatják vissza;
- mely küldetésének megfelelően – demokratikus vagy részvételi alapelveken, illetve a társadalmi igazságosság célkitűzésén nyugvó – szervezeti felépítéssel vagy tulajdonrendszerrel rendelkezik (Európai Bizottság 2011, 2).

A Bizottság meghatározása szerint "a társadalmi vállalkozás, mint a szociális gazdaság szereplője (EMES) olyan vállalkozás, amelynek elsődleges célja az, hogy társadalmi hatást érjen el, nem pedig az, hogy tulajdonosainak vagy részvényeseinek hasznot hozzon (mindhárom iskola). Piaci működése abból áll, hogy a vállalkozás eszközével, innovatívan (társadalmi innovációs iskola) állít elő javakat, illetve nyújt szolgáltatást (piaci jövedelem iskola), többletbevételeit pedig elsősorban szociális célokra fordítja (mindhárom iskola). Irányítása felelősségtudatos és átlátható, különösen azáltal, hogy abba munkavállalóit, ügyfeleit és a gazdasági tevékenységében érintett feleket is bevonja (EMES)." (Defourny és Nyssens 2013, 31 idézi Kiss 2015).

2.2.5. A társadalmi vállalkozás mint folyamat, illetve szervezet, valamint a társadalmi vállalkozó fogalma

Fontos megjegyezni, hogy a társadalmi vállalkozások témakörében három alapfogalom azonosítható: a társadalmi vállalkozás, mint tevékenység/folyamat (social entrepreneurship); a társadalmi vállalkozó, mint személy (social entrepreneur) és a társadalmi vállalkozás, mint szervezet (social enterprise) fogalmi. A fogalmak közötti egyértelmű különbségtétel érdekében Defourny és Nyssens (2008) a következő meghatározást javasolja: a társadalmi vállalkozás, mint tevékenység/folyamat (social entrepreneurship) során a társadalmi vállalkozó (social entrepreneur) létrehozza társadalmi vállalkozását (social enterprise) (Defourny–Nyssens 2008, 203).

Borzaga (2008, 19) alapján a társadalmi vállalkozás, mint tevékenység fogalma egyre tágabb és némiképp homályosabb, a kezdeményezések és gyakorlatok széles körét jelöli az önkéntes nonprofit aktivizmustól a vállalati társadalmi felelősségvállalásig, melynek során az amerikai meghatározások a szektorok közötti elmosódó határvonalakat, míg az európai megközelítések a harmadik szektor elsődlegességét hangsúlyozzák. A társadalmi vállalkozó egyén szerepe az Egyesült Államokban elterjedtebb, az egyes amerikai alapítványok, mint az Ashoka révén lett hangsúlyos a vállalkozó, változást hozó egyén szerepe, Európában a kollektív dimenziók hangsúlyosabbak. A társadalmi vállalkozás, mint szervezet Európán belül elsősorban a harmadik szektorban vált jelentőssé (Borzaga et al. 2008 alapján). Míg tehát az

amerikai megközelítés a vállalkozói tevékenységet, az innovációt és a piaci jövedelmek dominanciáját, addig az európai iskola elsősorban a kollektív jelleget, a döntéshozatali mechanizmusok szerepét és a források heterogenitását hangsúlyozza (lásd Defourny és Nyssens 2009, 21).

2.3. Nemzetközi kutatások

A nemzetközi kutatások keretében kitérünk a nonprofit szektorra és a szociális gazdaságra vonatkozó kutatásokra, valamint a társadalmi vállalkozásokra vonatkozó nemzetközi kutatásokra.

2.3.1. A nonprofit szektorra, szociális gazdaságra vonatkozó nemzetközi kutatások

A *nonprofit szektorra* vonatkozó kutatások az 1970-es években kezdődtek az Egyesült Államokban (Young 2003, 62; Defourny 2014, 18). Ma már számos tudományág kutatói foglalkoznak a témával, a legjelentősebb amerikai kutató szervezet az Association for Research on Nonprofit and Voluntary Action (ARNOVA). A nonprofit szektor kapcsán az eddigi legjelentősebb nemzetközi kutatást is amerikai kutatócsoport végezte. Az 1990-es évek elején a Lester Salamon és Helmut Anheier által vezetett, John Hopkins Center for Civil Society Studies által megvalósított nemzetközi Comparative Nonprofit Sector Project (CNP) nevű kutatás volt az első összehasonlító kutatás a szektorról, amely tudományosan megalapozott definíciókat és módszertant használt. A Nemzeti Számlák Rendszere (System of National Accounts - SNA), mint a nemzetközileg lejelentett gazdasági statisztikák hivatalos rendszere a nonprofit szervezetek és szektor létezését hivatalosan csak 1993-ban ismerte el, a hiányzó adatok gyűjtésére pedig ez a kutatás vállalkozott a 1990-es évek elején (Salamon 2010: 169). Az évek alatt több mint 40 országra kiterjedő kutatás kiterjedt többek között a szektor méretének, szerkezetének, finanszírozásának és szerepének vizsgálatára és az országok közötti különbségek magyarázatára (Salamon 2010, 171).

Európában az országok társadalmi-politikai, kulturális és gazdasági körülményei nem tették lehetővé a harmadik szektor kutatásának Egyesült Államokhoz hasonló széleskörű, gyors fejlődését (Defourny et al. 2014, 19). A jóléti állam válságának hatására azonban az 1970-es évektől kezdve megnőtt a kutatók érdeklődése a nonprofit szervezetek szociális szolgáltatások biztosítására való képessége, munkahelyteremtő potenciálja és a társadalmi befogadást elősegítő jellege miatt (Borzaga és Santuari 2003, 32). A 2000-es évektől kezdve Közép- és Kelet-Európában is megjelent az érdeklődés a téma irányába. A társadalmi vállalkozás fő kutatóhelyei Les és Kolin (2009) alapján a régiót tekintve az OECD LEED Trento Centre for Local

Development Olaszországban, és a kapacitásépítő kezdeményezés, az EURICSE (European Research Institute on Cooperative and Social Enterprises).

A szociális gazdaságot tekintve a legjelentősebb európai adatforrás a CIRIEC (A Köztulajdonú, Szociális és Szövetkezeti Gazdaság Nemzetközi Kutató- és Tájékoztatóközpontja) által az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság részére készített jelentések (2007, 2012). A 2012-es, legfrissebb jelentés három fő célja (1) a szociális gazdaság és az ebbe beletartozó vállalatok és szervezetek különböző csoportjainak meghatározása, (2) ez alapján – jogi formájuktól függetlenül – a szociális gazdasághoz tartozó szereplők megtalálása, (3) a szociális gazdaságra vonatkozó nemzeti jogszabályok összehasonlító elemzése, annak vizsgálata érdekében, hogy hogyan fog hozzájárulni a szektor az Európa 2020 stratégia megvalósításához (CIRIEC 2012, 5-6).

A harmadik szektor európai helyzetét vizsgáló legjelentősebb kutatás jelenleg a Third Sector Impact (TSI) összehasonlító európai kutatási projekt, mely az egyesületekből és alapítványokból, önkéntesekből és egyéb állampolgári szervezetekből és tevékenységekből álló harmadik szektor tisztább megértését célozza. A kutatás a fogalom-alkotás, a méret, a hatás és a korlátok témaköreire bontja a vizsgálatot (lásd: (<http://thirdsectorimpact.eu/the-project/>)).

2.3.2. A társadalmi vállalkozásokra vonatkozó nemzetközi kutatások

Kifejezetten a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos kutatások az *Egyesült Államokban* az 1980-as évek óta terjedtek el, ennek során az üzleti iskolák kutatásai az üzleti és nonprofit vezetők számára releváns gyakorlati ismeretekre fókuszáltak, míg a társadalomtudományi kutatók inkább elméleti megközelítéssel fordulnak a témához (Kerlin 2006, 255). Nyugat-Európában a társadalmi vállalkozásokról szóló kutatások szinte kizárólag társadalomtudományi intézetekben zajlottak, bár néhány üzleti iskola is elkezdte felfedezni a témát. A tudományos érdeklődés az 1990-es évek második felétől erősödött meg. Nemzetközi kutatóhálózatok jöttek létre, többek között a legjelentősebbnek tekinthető EMES hálózat, amelynek tagjai az EU15 országai többségének – elsősorban társadalomtudományi – kutatóközpontjai (Kerlin 2006, 257).

A társadalmi vállalkozások tekintetében *Európában* az első nagyobb kutatás az Európai Bizottság finanszírozásával valósult meg 1996 és 1999 között. A kutatási projekt címe EMES mozaikszó volt, ami franciául a társadalmi vállalkozások megjelenése Európában (Emergence des Entreprises Sociales en Europe) szavak rövidítése (lásd Defourny 2014, 17). Az első, négy évet lefedő kutatási projekt arra a kérdésre kívánt válaszolni, hogy a társadalmi vállalkozások milyen mértékben erősödnek az Európai Unióban. A kérdés megválaszolására a kutatók kidolgoztak egy módszert, mellyel a társadalmi vállalkozásnak tekinthető szervezetek közös alapokon

végzett beazonosítása lehetségessé vált mind a tizenöt akkor tagországban. Így az EMES alkotta meg az első európai definíciót 1996-ban. Továbbá az első projekt utolsó fázisában a hálózat megtette a kezdő lépéseket a társadalmi vállalkozások specifikus elméletének kidolgozására is (Defourny 2014, 33), melyet a későbbiekben fokozatosan fejlesztettek tovább.

Az EMES második nagyobb kutatási projektje a fenti elméleti alapvetéseket konkrét hipotézisekké átalakítva tesztelte a munka integrációs társadalmi vállalkozások (work integration social enterprise) vizsgálatának segítségével egy tizenkét uniós tagországban zajló felmérés keretein belül (PERSE kutatás - <http://emes.net/research-projects/work-integration/perse/>). A több mint tíz éven keresztül zajló kutatás tekinthető a társadalmi vállalkozásokat vizsgáló eddigi legátfogóbb munkának Európában. A kutatócsapat az elmúlt években számos további, a társadalmi vállalkozások és a szociális gazdaság egészére irányuló kutatási projektet valósított meg. Jelenleg a hálózat tizenegy e területekre szakosodott európai egyetemi kutatóközpontot, és 333 egyéni kutatót köt össze. A tagság mára nyitottá vált a világ minden tájáról érkező kutatók számára.

A hálózat jelenlegi, talán legjelentősebb, jelenleg is zajló kutatása a *Társadalmi Vállalkozások Nemzetközi Összehasonlító Modelljei* (International Comparative Social Enterprise Models - ICSEM) projekt, melynek célja, hogy ismereteket gyűjtsön a jelenleg éppen megjelenő vagy már jól kiépült társadalmi vállalkozási modellekről szerte a világon, közös módszertant követve egy nemzetközi összehasonlító elemzés elősegítése érdekében. Ez az egész világra kiterjedő kutatási projekt jelenleg mintegy 50 ország több mint 190 kutatójának részvételével zajlik. A felmérés célja a különböző országok és régiók fő társadalmi vállalkozási modelljeinek azonosítása és jellemzése, azok tevékenységi területei, társadalmi küldetése, célcsoportjai, működési modelljei, érintetti csoportjai, jogi keretei stb. szerint.

A legutóbbi lezárt, országonkénti összehasonlítást lehetővé tevő kifejezetten társadalmi vállalkozásokat vizsgáló kutatás Európában az Európai Bizottság összehasonlító kutatása. A kutatás módszertana desk-research és jogi szakemberek által nyújtott szakértői inputok mellett több mint 350 interjú érintettekkel a 29 országban, például társadalmi vállalkozások hálózataival és szövetségeivel; társadalmi vállalkozásokkal; döntéshozókkal; szakmai fejlesztő szervezetek munkatársaival; társadalmi befektetések pénzügyi közvetítőivel; akadémikusokkal. A kutatás országjelentésekből és egy összefoglaló tanulmányból áll, elsőként adva a társadalmi vállalkozások európai összehasonlítását (Európai Bizottság 2014, 4-5).

E kutatás mellett, egyéb a társadalmi vállalkozások témaköréhez kapcsolódó, FP7 által támogatott kutatások (lásd Európai Bizottság 2014, 7-8):

- *Social Enterprise as Force for more Inclusive and Innovative Societies* (SEFORIS - Társadalmi vállalkozás, mint az inkluzívabb és innovatívabb társadalmak iránti erőfeszítés - <http://www.seforis.eu/>). A kutatási projekt célja a társadalmi

vállalkozások lehetőségeinek vizsgálata az EU-ban és azon túl, a társadalom társadalmi befogadóképességének javítása érdekében az érintettek nagyobb bevonása, a polgári kapitalizmus előmozdítása és a szociális szolgáltatásnyújtás megváltoztatása révén. (Európai Bizottság 2014, 7)

- *Enabling the Flourishing and Evolution of Social Entrepreneurship for Innovative and Inclusive Societies* (EFESEIIS - Az innovatív és befogadó társadalmak társadalmi vállalkozói tevékenységek virágzásának és fejlődésének lehetővé tétele - <http://www.fp7-efeseiis.eu/>). A kutatás célja tájékoztatást adni a társadalmi vállalkozói tevékenység és a társadalmi innováció előmozdításáról egy társadalmi vállalkozói evolúciós elmélet kidolgozása a társadalmi vállalkozói tevékenységek és az intézmények együttes fejlődéséről; a társadalmi vállalkozói környezetet lehetővé tevő ökoszisztéma jellemzőinek azonosítása; a társadalmi vállalkozók új generációjának, azok jellemzőinek, igényeinek és korlátainak, valamint a társadalmi innovációhoz való hozzájárulásuk feltárása révén. (Európai Bizottság 2014, 7)
- *Social Entrepreneurs as Lead Users for Social Innovation* (SELUSI - A társadalmi vállalkozók, mint a társadalmi innováció vezető szereplői - <http://www.selusi.eu/>) A kutatás célja a társadalmi vállalkozások piaci és szervezeti szintű viselkedésének megértése empirikus, elméleti és kísérleti módszerek alkalmazásával öt országban (Magyarország, Románia, Egyesült Királyság, Spanyolország, Svédország). (Európai Bizottság 2014, 8)
- *The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Social Innovation in Europe* (TEPSIE - Az európai társadalmi innováció elméleti, empirikus és szakpolitikai alapjai - <http://www.tepsie.eu/>) A kutatás célja az elméleti, empirikus és politikai alapok megteremtése az európai társadalmi innováció területén az innováció akadályainak, továbbá a struktúráknak és erőforrásoknak feltárásával, amelyek a társadalmi innováció támogatásához szükségesek európai szinten. (Európai Bizottság 2014, 8)

Az eddigi kutatások nagy száma ellenére jelenleg nem rendelkezünk rendszeres adatokkal a társadalmi vállalkozásokról. (Salamon és Sokolowski 2016, 7) Nehezíti a felméréseket, hogy Haugh (2012, 9) szerint hiányzik az egységes elmélet, amely átfogó magyarázatot adna a társadalmi vállalkozások jelenségére.

2.4. A társadalmi vállalkozások nemzetközi helyzete

A nonprofit szektor vagy szociális gazdaság világszerte az elmúlt évtizedekben vált jelentősebbé, elsősorban a jóléti rendszerek válságára adott egyfajta válaszként - kifejezetten az európai kontextusban - és a társadalmi és gazdasági kirekesztés elleni egyfajta új stratégiaként (OECD 2003), a jóléti államok fokozatos átalakulása révén elmozdulást jelent a hagyományos intézményi és redistributív jellegtől a képességek

fejlesztésére törekvő munka-orientált jóléti politikák felé (Hulgard 2014). Azonban emellett a "globális egyesületi forradalom" (Salamon and Anheier által használt kifejezés) egyéb okai is megállapíthatóak: "A civil szervezetek szaporodását részben az idézte elő, hogy egyre több a kétség az állam problémamegoldó képességeit illetően, egyre kevésbé látszik valószínűnek, hogy az állam képes a maga erejéből megoldani azokat a szociális, fejlesztési és környezetvédelmi problémákat, amelyekkel a mai nemzeteknek szembe kell nézniük. A civil társadalom fejlődéséhez jelentős részben hozzájárult az elmúlt két évtized kommunikációs forradalma is, valamint az a tény, hogy a növekvő művelt középosztály a gazdasági és politikai véleménynyilvánítás lépten-nyomon tapasztalt hiányát állandó frusztrációként éli meg." (Salamon és Anheier 1999, 13). Az utóbbi években a for-profit szektorban is megjelentek társadalmi vállalkozások. Hulgard (2014) alapján a társadalmi vállalkozások a for-profit szektorban is hatást gyakorolnak, a társadalmi vállalkozók a szociális gazdaságban és annak a határán is dolgozhatnak, a vállalatok társadalmi felelősségvállalása területén. Spear et al. (2014, 148) szerint négyféle módon válhat egy szervezet társadalmi vállalkozássá: kölcsönösségből (mint például szövetkezetek), már létező nonprofit vagy jótékony szervezetekből, az állami szektorból kiváló kezdeményezésekből vagy for-profit vállalkozók által újonnan létrehozott kezdeményezésekből. A következőkben az Egyesült Államok és Európa fő jellemzőit tekintjük át a társadalmi vállalkozások szempontjából.

2.4.1. Egyesült Államok

Az Egyesült Államokban önkéntes szervezetek piaci alapú jövedelemszerző tevékenységeket már az ország megalapításakor is végeztek. (Kerlin 2006) Itt az erős jóléti állam hiánya miatt az alulról szerveződő helyi közösségépítésnek és közösségfejlesztésnek jelentős hagyománya volt, és a nonprofit és önkéntes szervezetek a jóléti szolgáltatások szervezésének új formájává váltak. (Amin et al. 2002, 9) Az 1960-as években az oktatás, az egészségügy, a közösségfejlesztés és a szegénység területein indított állami jóléti programok jelentős részben kerültek kiszervezésre a területeken működő régi és újonnan alakuló nonprofit szervezetekhez (Kerlin 2006). Az 1970-es évek gazdasági visszaesése és az új társadalmi és gazdasági kihívások (lásd Amin et al. 2002: 5-6) a jóléti kiadásokat is érintették, mivel az állami finanszírozás jelentős mértékű leépítéséhez vezetett.

A nonprofitok alkalmazkodva az új körülményekhez az 1980-as évektől a szövetségi helyett inkább állami, helyi önkormányzati és magán forrásokra támaszkodtak. (Young 2003, 63) A szerző alapján ekkortól vált egyértelművé a szervezetek számára, hogy a kormányzat a hosszú távú fenntarthatóság szempontjából nem megbízható forrás és a jótékonyság és önkéntesség hagyományos forrásai nem tudnak elég gyorsan nőni, hogy a már bővült tevékenységi körrel rendelkező

szervezetek finanszírozásának hiányosságait pótolják, így a nonprofitok ekkor kezdték el piaci tevékenységek kialakítását.

Kerlin az utóbbi években a társadalmi vállalkozások növekedéséről számol be az Egyesült Államokban, ugyanis az előző 20 évben a nonprofitok kereskedelmi tevékenységei (1982–2002) egyrészt a legnagyobb bevételi forrásnak számítottak, másrészt lényegesen nőttek. Azonban ez alszektorok szerint változhat. A legfrissebb számokat tekintve reprezentatív kutatással nem rendelkezünk (Kerlin 2006).

Thornley (2012) összefoglalása alapján a legfrissebb, az USA-ban a társadalmi vállalkozási szektort feltérképező kutatás a Nagy Társadalmi Vállalkozás Cenzus (Great Social Enterprise Census - <http://socialenterprisecensus.org/>), fő adatai a következők: az Egyesült Államokban a társadalmi vállalkozások kis méretűek, a bevételek és az alkalmazottak száma szempontjából is. Nonprofit és for-profit formában is működnek, egyenletes arányban szóródva szét az ország egész területén. 60 százalékukat 2006 után alapították, 29 százalékukat 2011 után. 20 százalékuk a gazdaságfejlesztés területén tevékenykedik; 16 százalék a munkaerő fejlesztésére koncentrál; 12 százalék az energiát és a környezetet célozza; 11 százalék az oktatást. Több mint 90 százalékuk az országon belül tevékenykedik, és kevesebb, mint 10 százalékuk tevékenysége terjed ki egyéb országokra. Azok a vállalkozások, amelyek szerepeltek a felmérésben, több mint 300 millió dolláros bevételt képviselnek, 14 ezer embert foglalkoztatnak 28 államban. A szerző becslései szerint az összes társadalmi vállalkozás tekintetében egy 10 millió embert foglalkoztató, 500 milliárd dollár bevétellel, azaz az Egyesült Államok összes GDP-jének mintegy 3,5% -ával rendelkező ágazatról van szó.

Az elmúlt 50 évben nem történt újabb lépés a szakpolitikában, a nonprofitok üzleti tevékenységeinek szabályozása szempontjából. (Kerlin 2006, 256) A szerző alapján az Egyesült Államok szövetségi kormánya a lazán definiált Unrelated Business Income Tax (UBIT) adót használja a nonprofitok olyan tevékenységeinek adóztatására, amelyek nem kapcsolódnak a szervezetek adómentes céljaihoz, az állami kormányzatok hasonló törvényeket alkottak, amely a nonprofitokat arra készítette, hogy jótékonyági adómentes státuszuk megőrzése érdekében óvatosak legyenek egyes jövedelemtermelő tevékenységek folytatása kapcsán. A for-profitok pedig néha a nonprofitokat nem fair versenyelőnnyel vádolják, mert hasonló termékek után a harmadik szektor szervezeteinek nem kell adózniuk.

Az intézményi környezet az 1980-as és 90-es évek óta főként olyan nem állami szervezetekből áll, melyek pénzügyi támogatás, oktatás, képzés, kutatás és tanácsadás biztosításával segítik a társadalmi vállalkozásokat. (Kerlin 2006, 254). A szerző alapján emellett nagyrészt alapítványok által támogatott úgynevezett társadalmi vállalkozás fejlesztő szervezetek (accelerator-ok) valamint az üzleti működést segítő tanácsadó cégek vannak jelen, illetve léteznek főként közvetett helyi, állami és szövetségi támogatások is, például közösségfejlesztő, közösség-rehabilitációs

programok, melyek fogyatékkal élők foglalkoztatását támogatják. A társadalmi vállalkozások szövetségei közül az egyik legjelentősebb, leggyorsabban növekvő szervezet a Social Enterprise Alliance.

2.4.2. Nyugat-Európa

Nyugat-Európában a kezdetekben (a XVIII. század végéig) a szociális gazdaság szervezetei, azaz az egyesületek, alapítványok, szövetkezetek és kölcsönös biztosítópénztárak a szociális munka, egészségügy, oktatás és lakhatás területén is vállaltak szerepet. (OECD 2003) Országokra bontva alapvető különbség volt a korai fejlődésben, hogy az Egyesült Királyságban a 19. században a jótékonyosság szociális elve és az ez alapján szerveződő önkéntes és jótékony szervezetek voltak jellemzők, míg Franciaországban bár voltak ilyen típusú szervezetek is, a szolidaritás fogalma, illetve a szociális és szolidáris gazdaság szervezetei nyertek befolyást. (Evers és Laville 2004, 23) Az évek során fokozatosan bevezetésre kerültek a tevékenységekre vonatkozó jogi keretek, a jogszabályok pedig behatárolták a szervezetek működését. A 19. századtól a tisztázott jogi keretek hozzájárultak a különböző alszektorok - alapítványok, egyesületek, szövetkezetek, kölcsönös biztosítópénztárak - kialakulásához. (Evers és Laville 2004, 25) Az alapítványok, a karitatív szervezetek és a trösztök az angolszász országokban terjedtek el leginkább, míg a szövetkezetek és a kölcsönös segélyegyletek a kontinentális Európa egyes országaiban, például Franciaországban. Az egyes szervezeti típusok fejlődésére nagy hatással volt, hogy a jóléti rendszer a későbbiekben hogyan alakult az egyes országokban: a nonprofit szervezetek nagy részét az állami szektorba integrálták, vagy jogilag és formailag maradtak nonprofit szervezetek, de a jóléti rendszerbe bekapcsolódva elvesztették autonómiájukat. Léteztek olyan szervezetek is, melyek nem voltak a jóléti rendszer részei, nem végezhettek üzleti és termelő tevékenységeket, így csak érdekvédelmi feladatokat láthattak el. (OECD 2003, 36) Alapvető különbségek kirajzolódnak a jogi formák szerint: "Mindezen szervezeteknek az a közös vonása, hogy nem a nyereségszerzés a céljuk. Konkrét szervezeti jellemzőik különböztetik meg őket egymástól. A nyereségelosztási megkorlátások elsősorban az alapítványokra jellemzők, a felhasználói részvétel és a demokratikus jelleg a egyesületek és a szövetkezetek megkülönböztető jegye. Ami a szövetkezeteket illeti, szabályaik vonatkozhatnak nyereségérdekelt és nem nyereségérdekelt szervezetekre egyaránt." (Borzaga és Tortia 2007, 13)

A nonprofit szektor szervezetei eszerint már a második világháború előtt fontos szerepet játszottak. A jóléti államok kialakulása alapvetően inkább az állami és piaci szektor szerepvállalását erősítette, mindazonáltal az 1950-es és 1960-as években bizonyos területeken, például a lakhatás és szegénység problémáinak megoldása terén tevékenykedtek nonprofit szervezetek (Defourny és Nyssens 2009, 2).

Az 1970-es és korai 1980-as évek gazdasági válsága az európai országokban a hagyományos szociálpolitikai szereplőkénél aktívabb megközelítések bevezetését eredményezte. Az OECD (2003, 38) alapján a legtöbb európai ország a pénzügyi válságra először a foglalkoztatási támogatások megreformálásával és a szociális szolgáltatások állami ellátásának szerkezetátalakításával, növekedésének lassításával vagy gátolásával reagált, azonban a hagyományos makrogazdasági és foglalkoztatáspolitikai egyre kevésbé hatékonyan tudta kezelni a munkanélküliséget és a szociális szolgáltatások egyre duzzadó keresletével kapcsolatos problémákat. Ez a folyamat továbbá egybeesett az informális szociális szolgáltatások nyújtásának csökkenésével a családokban főként a nők növekvő munkaerő-piaci részvétele és a családok méretének csökkenése miatt is.

Kerlin (2006, 252) alapján a válság után az új társadalmi vállalkozások, főként a harmadik szektorban elkezdtek válaszolni az erősödő szükségletekre, pl. a lakhatási problémák, gyermekgondozási szolgáltatások, idősok számára nyújtott szolgáltatások, városi megújítási kezdeményezések, foglalkoztatási programok a hosszú távú munkanélkülieknek, és így tovább. Az első ilyen úttörő társadalmi vállalkozásokat az 1980-as években alapították a civil társadalom szereplői, néha a kirekesztett csoportok tagjai. (Kerlin 2006, 253) Az első időkben ezek a szolgáltatások autonóm módon nagy részben önkéntes munkán alapultak, majd az 1980-as és 1990-es évektől a közpolitikák megváltozása magával hozta az állami szektorral való szorosabb együttműködést.

A szervezetek elsőként a régebbi jogi formákat (pl. szövetkezet és egyesület) használták, hálózatokat és szövetségeket hoztak létre, hogy jobb elismerést vívjanak ki, melynek eredményeként új, inkább a társadalmi vállalkozásokra szabott törvényeket és állami támogatási rendszereket vezettek be. (Defourny és Nyssens 2010, 5) Néhány országban új jogi formákat hoztak létre, mint az olasz szociális szövetkezet (elsőként 1991-ben), aminek egyik fajtája a szociális, egészségügyi és oktatási szolgáltatásokat végző úgynevezett "A-típusú szociális szövetkezet" és a hátrányos helyzetű emberek munka integrációját biztosító "B-típusú szociális szövetkezetek"; vagy a portugál szociális szolidaritási szövetkezet, a francia közérdekű szövetkezet vagy a belga "entreprise à finalité sociale" (Defourny és Nyssens 2010, 5). Az új jogi formák ellenére a társadalmi vállalkozások többsége azonban még ma is a hagyományos jogi formákat veszi fel.

Maga a társadalmi vállalkozás fogalma Nyugat-Európában az 1990-es évek első felében jelent meg Olaszországban a szövetkezeti mozgalomhoz kapcsolódóan. Itt a késő 1980-as években új szövetkezeti jellegű kezdeményezések alakultak elsősorban a munka-integráció és a személyi szolgáltatások területén (Defourny és Nyssens 2009, 5). Később más nyugat-európai országokban is hasonló kezdeményezések alakultak. "Az egyes országok különböző, a nonprofit szervezetek gazdasági tevékenységeit ösztönző jogi formákat vezettek be. Franciaországban, Portugáliában,

Spanyolországban és Görögországban az új jogi formák szövetkezeti típusúak voltak, míg például Belgiumban, az Egyesült Királyságban vagy Olaszországban (a második társadalmi vállalkozásokról szóló 2005-ös törvény révén) a társadalmi vállalkozások nyitottabb, nem kizárólag a szövetkezeti hagyományt előtérbe helyező modelljei terjedtek." (Defourny és Nyssens 2008, 206 idézi Kiss 2015, 8).

Az új jogi formák, keretek mellett az 1990-es években jelentősen befolyásolták a társadalmi vállalkozások fejlődését konkrét, munkaerőpiaci integrációt célzó állami programok, intézkedések. Ennek is tulajdonítható, hogy az 1990-es évek közepe óta egy új típus vált uralkodóvá Európában, nevezetesen a hátrányos helyzetű, a munkaerőpiacról kiszorult emberek munkahelyi integrációját célzó társadalmi vállalkozások (work integration social enterprise - WISE). (Kiss 2015, 8) Emellett a másik fő terület a szociális és közösségi szolgáltatások biztosítása lett (OECD 2003, 42).

Az európai fejlődés közös pontjai mellett fontos megjegyezni, hogy az egyes európai országokban a nonprofit szektor és ehhez kapcsolódva a társadalmi vállalkozások fejlődését tekintve lényeges különbségek is megfigyelhetők a jóléti államok típusa alapján. A különbségek alapján az egyes országokat négy kategóriába sorolhatjuk, melyeket elsősorban Kákai (2009), Csoba et al. (2007), Defourny és Nyssens (2010) és Amin et al. (2002) alapján foglalunk össze:

➤ *Korporatív (vagy kontinentális) modell*

Főként Németországban, Franciaországban, Ausztriában és a Benelux-államokban alakult ki. Kákai (2009) alapján itt erősen intézményesült szektorról beszélhetünk (az aktív lakosság 8%-a dolgozik itt), azonban "finanszírozási mechanizmusai révén az állammal erősen összefonódott, kevésbé független szektor." Itt a legmagasabb az szervezetek állami finanszírozása, bevételeik 50-60%-a származik állami forrásból, jellemzően normatív alapon, melyet a "szubszidiaritás" elve alapján az állami feladatok ellátásában való részvétel miatt kapnak. Továbbá "a szektor pilléreit az ágazati, ill. vallási alapon szerveződött, nagy múltú és nagy tagsággal rendelkező ernyőszervezetek, federációk alkotják." (Kákai 2009) Csoba et al. (2007, 26) alapján a nonprofit szervezetek "egyes országokban fejlettebbek (pl. Franciaország, Belgium), és főleg új szolgáltatások nyújtására szakosodtak. Egyes országokban (pl. Németország) a hagyományos nonprofit szervezetek bírják a versenyt az újakkal." Defourny és Nyssens (2010: 3) alapján a korporatív hagyomány országaiban a vállalkozói dinamikák elsősorban a munkanélküliek foglalkoztatását termelési tevékenységekkel elősegítő egyesületekben volt azonosítható, melyek később aktív munkaerőpiaci politikákká váltak. Néhány országban (Franciaország, Belgium) ezek a dinamikák kifejezetten a szociális gazdaságban voltak tetten érhetők. Máshol szocio-ökonómiai üzemek működtek (lásd Csoba et al. 2007).

➤ *Liberális (angolszász) modell*

Anglia, Írország, Kanada, Ausztrália és az Egyesült Államok rendszerét jellemzi. Kákai (2009) alapján a szektor itt is erősen intézményesült, ugyanis az aktív lakosság 8,2%-a itt dolgozik. Az állami finanszírozás aránya 30–35%, azonban itt nem a normatív támogatás, hanem partnerségi megállapodások, szerződéses munkák jellemzőek, melyek révén a szektor szervezetei részt vesznek a közszolgáltatások biztosításában (mixed welfare economy). Továbbá e modellben a szervezetek jelentős saját tőkével az államtól független saját forrással, egyéni adományokkal rendelkeznek. "Az alapítványok (trusts) elsősorban pénzosztók, az egyesületek tagságukat képviselő szervezetek és léteznek még úgynevezett programmegvalósító szervezetek is." (Kákai 2009) Defourny és Nyssens (2010) alapján itt elsődleges volt a helyi önkormányzatok, hatóságok új szerepe a szolgáltatások kiszervezése révén akár for-profit, akár nonprofit szervezeteknek, tehát nem a szociális kiadások szintjét, hanem az eszközeit változtatták, ami erősítette a szervezetek vállalkozói oldalát. Fontos továbbá a szociális gazdaság lokalizációja is. Amin (2002) szerint a New Labour politikai gazdaságtanának központi elemévé vált a társadalmi kirekesztés elleni közdelem a helyi szociális gazdaság és harmadik szektor révén.

➤ *Szociáldemokrata (skandináv) modell*

Svédországban, Finnország és Norvégiában jellemző. Kákai (2009) alapján itt a szervezetek kevésbé professzionálisak, az érdekképviselés terén kevésbé aktívak, fő funkciójuk az ún. "expresszív" tevékenységek (pl. kultúra, szabadidő, sport). Tagsági alapú szervezetekről van szó, itt a legmagasabb az önkéntesek száma. Alacsony állami támogatás jellemző (az összbevétel 20%-a), illetve "kevesbé ösztönzőek az adókedvezmények (Svédországban és Norvégiában pl. semmilyen kedvezményt nem lehet érvényesíteni az egyéni adományokban)." (Kákai 2009) Amin et al. (2002) alapján ezekben az országokban a népi mozgalmak szilárd hagyománya, nagy állami szektor és erős jóléti állam jellemző. Napjainkban azonban az állami kiadások csökkentése jellemző és ezek erősítik a harmadik szektor aktivitását és a szövetkezetek erősödését - kifejezetten a vidéki területeken - gyakran állami támogatással. Az 1980-as évektől új szövetkezeti formák jelentek meg a harmadik szektor új szereplőjeként a jóléti szolgáltatások terén, ami addig csak az állam feladata volt. (Defourny és Nyssens 2010) Csoba et al. (2007) alapján az új nonprofit szervezetek csak olyan szektorokban vannak jelen, ahol az állam csökkenti jelenlétét, de finanszírozói szerepét fenntartja, vagy ahonnan hiányoznak a szervezett állami szolgáltatások.

➤ *Mediterrán (fejlődő) modell*

Spanyolország, Olaszország, Portugália és Görögország jellemzője. Kákai (2009) alapján itt jellemző az erősen központosított államhatalom öröksége és az állammal (politikával) illetve az egyházzal való összefonódás. Alacsony a magánadományozás és az önkéntes munka szintje, valamint nem jellemzőek az adományozói alapítványok. "A jóléti szolgáltatások (tb, munkaügy) az uniós mechanizmusokon keresztül érvényesülnek, a szociális gondoskodás erősen család- és közösség-centrikus, nem magasan intézményesült." (Kákai 2009) Amin et al. (2002) alapján Olaszországban 1991 óta van a társadalmi vállalkozásoknak külön jogi formája, itt fejlettebb a szektor. Portugáliában és Spanyolországban azonban a szociális gazdaság elég fejletlen, Görögországban pedig a hagyományosan nagy családoknak van jelentős szerepe. Csoba et al. (2007, 26) alapján, ahol "az állami szolgáltatásnyújtás korlátozott, az új nonprofit szervezetek többfajta tevékenységet tudnak vállalni..., fejlődési potenciáljuknak azonban gátat szab, hogy szociális szolgáltatásokra csak korlátozott források állnak rendelkezésre, különösen az alacsony GDP/főre jutó országokban (Görögország, Portugália)."

Az OECD (2003, 12) jelentése szerint az országszintű különbségek ellenére bizonyos közös trendek is leírhatók, például, hogy a nonprofit szervezetek a jól megalapozott szektorral rendelkező országokban egyre inkább vállalkozó szemléletűvé válnak, egyre kevésbé függenek az állami támogatásoktól, különböző újszerű módokat keresnek a támogatásszerzésre, és egyre inkább részt vesznek új értékelési törekvésekben, hatásmérő programokban.

Európában a társadalmi vállalkozásokról reprezentatív adatokkal szintén nem rendelkezünk. A harmadik/nonprofit szektor és szociális gazdaság kapcsán több adatforrásra támaszkodhatunk. Salamon és Sokolowski (2016) legfrissebb adatai alapján Európában a harmadik szektor jelentős gazdasági erő, 2014-es adatok alapján 28.3 millió teljes munkaidős munkavállalónak (FTE) megfelelő munkavállalót (fizetett és önkéntes) alkalmaz a 28 EU országban és Norvégiában. Így az európai munkaerő közel 13 százalékát adja. A szervezetek 75 %-a valamilyen szolgáltatást lát el. A nonprofit szektorba tartozó szervezetek jogi keretei és formái igen változatosak.

A szervezetek számos problémával szembesülnek Zimmer és Pahl (2016, 3) alapján. A harmadik szektor bár növekszik, de egyre ellenségesebb környezetben teszi ezt, két oldalról is nehézségek merülnek fel: egyrészt a neoliberáliszmus révén a piac terjeszkedett olyan területekre, melyek hagyományosan az állami és harmadik szektor szervezeteihez tartoztak, ami hatékonyság- és költségnyomáshoz vezet; másrészt az individualizmus az állampolgárok mobilitásához vezetett, így az önkéntesség a klasszikus szervezeti tagságtól elszakad és gyakran változó, időszakos tevékenységgé

válí. A fő akadályok ezért a menedzselt önkéntesség, növekvő bürokratizáció, csökkenő források és bizonytalan foglalkoztatási minták.

A szociális gazdaság számokat tekintve az Európai Unióban szintén igen jelentősnek tekinthető. A szektorban összesen több mint 14,5 millió személy dolgozik, azaz az EU 27 tagországa aktív népességének 6,5 százaléka (2012-es tagországok adatai - CIRIEC 2012, 34). A szociális gazdaság szerepe a korábban csatlakozott 15 tagország esetében jelentősebb, itt az aktív népesség 7,4%-a foglalkoztatott a szektorban. A szociális gazdaság mérete azonban országonként eltérő; Svédországban, Belgiumban, Franciaországban, Olaszországban és Hollandiában jóval magasabb arányokról - 9 százalék és 11,5 százalék közötti értékekről - beszélhetünk, mint a többi tagországban. Továbbá fontos azt is megemlíteni, hogy a szociális gazdaság dinamikusan növekvő szektornak tekinthető (CIRIEC 2012, 34).

A szociális gazdaság munkahelyeinek 71%-át egyesületek, 25,7%-át szövetkezetek adják (lásd Csoba et al. 2007, 28). Az egyes országokat tekintve hagyományos és új típusú (pl. szociális) szövetkezetek Olaszországban, Spanyolországban, Finnországban és Svédországban jelentősebbek, ezekben az országokban az itt foglalkoztatottak aránya a teljes szociális gazdaság 45-55%-a. "A foglalkoztatottak tevékenységi struktúrája az általános trendeknek megfelelően változik: a mezőgazdaságtól és ipartól eltolódik a szolgáltatások irányába, a standard szolgáltatásoktól pedig a személyi szolgáltatások felé." (Csoba et al. 2007, 28)

Az Európai Bizottság kutatása (2014, 5) alapján elmondható, hogy a társadalmi vállalkozásoknak az összes üzleti vállalkozáshoz viszonyított aránya (az EB minden kritériumának megfelelően) alacsony, kevesebb, mint 1 százalék. Ugyanakkor a társadalmi vállalkozások számának és jelentőségének növekedése irányába hat az állami szervezetek visszavonulása a jóléti szolgáltatások területén, a szervezetek forrásdiverzifikációs érdekei, illetve a társadalmi innováció iránti növekvő érdeklődés. Defourny et al. (2014: 20) szerint a legtöbb kutató egyetért abban, hogy a nyugat-európai országok a "jóléti államtól" elmozdult az új "jóléti mix" felé.

Az egyes országok "társadalmi vállalkozói családjai" rendkívül változatosak Európa-szerte, számos szervezeti és jogi formát foglalnak magukba, melyek vagy korábbi jogi formák, például egyesületek, alapítványok, szövetkezetek; vagy kizárólag a társadalmi vállalkozások számára tervezett új jogi formák a meglévő jogi formák adaptálása, átalakítása révén; mint a szociális szövetkezetek (Európai Bizottság 2014, 5). A 2014-es adatok szerint 22 országban nem volt kifejezett szakpolitikai keret a társadalmi vállalkozások támogatására (bár 7 országban akkor dolgozták ki), 16 országban már érvényben volt valamilyen jogi szabályozás.

A társadalmi vállalkozások az EMES hálózat kutatásai alapján Európában számos különböző gazdasági tevékenységet végezhetnek (mint például egészségügyi szolgáltatás, újrahasznosítás, megújuló energiák, méltányos kereskedelem, mikrohitel, személyes jóléti szolgáltatások, alacsony végzettségű munkavállalók

munka-integrációja stb. (Defourny és Nyssens 2013, 5). Tevékenységek tekintetében Borzaga és Defourny (2001, 2) szerint a különböző országok jellemző példáit összehasonlítva úgy tűnik, hogy igen eltérő tevékenységekben vesznek részt a társadalmi vállalkozások, ugyanakkor két fő terület jelenleg is kirajzolódik a szerzők szerint: a munka integráció, valamint a szociális és közösségi gondozási szolgáltatások területei.

A munka integrációval foglalkozó társadalmi vállalkozások (work integration social enterprise) alapvetően jelen vannak minden európai országban. Ezek a szervezetek a korábbi védett foglalkoztatási műhelyek tapasztalataiból fejlődtek ki, azonban általában kevésbé függenek az állami támogatásoktól és nagyobb arányban rendelkeznek piaci bevételekkel; valamint céljuk az is, hogy az alkalmazott hátrányos helyzetű emberek versenyképes jövedelmet kapjanak. (Borzaga és Defourny 2001, 2).

A társadalmi vállalkozások második tevékenységi területét a szociális és közösségi gondozási szolgáltatások nyújtása jelenti. Ezek a társadalmi vállalkozások szintén megtalálhatóak szinte minden európai országban. A munka integrációs társadalmi vállalkozásoktól a nyújtott szolgáltatás típusaiban különböznek: többnyire azért jöttek létre, hogy új szolgáltatásokat nyújtsanak, vagy hogy válaszoljanak társadalmi csoportok olyan szükségleteire, melyeket az állam lát el (Borzaga és Defourny 2001, 2).

Sok társadalmi vállalkozás azonban egyesíti a szociális szolgáltatások biztosítását és a munka-integrációs tevékenységet, illetve emellett, a társadalmi vállalkozások jelentősen hozzájárulnak a helyi gazdasági rendszerekhez is. Végül, Borzaga és Defourny (2001, 2) szerint a különböző nemzeti tapasztalatok azt mutatják, hogy a társadalmi vállalkozások többnyire kiterjesztik tevékenységeiket egyéb általánosabb szolgáltatások, mint például a környezeti és kulturális szolgáltatások felé. Egyre több tevékenységet végeznek, sokféle forrást használnak, és a legtöbb országban bevételük nagy része állami támogatásokból származik (Európai Bizottság 2014, VIII-X).

A társadalmi vállalkozások fő problémái az Európai Bizottság (2014) alapján: (1) a társadalmi vállalkozás fogalmának alacsony ismerete; (2) szakemberek hiánya az üzletfejlesztési szolgáltatások és támogatás terén, mint például inkubátorházak, mentori és képzési programok, a beruházásra való készségek támogatása, stb.; (3) támogató jogszabályi keretek hiánya; (4) piacokhoz való hozzáférés nehézségei; (5) finanszírozáshoz való hozzáférés nehézségei; (6) a hatás mérésére és demonstrálására közös mechanizmusok hiánya; (7) az általános gazdasági környezet; (8) belső tényezők, mint a életképes üzleti modellek hiánya, a kereskedelmi érzék / vállalkozói szellem és a vezetői és szakmai készségek / kompetenciák hiánya.

2.4.3. Közép- és Kelet-Európa

A társadalmi vállalkozások a régióban Les és Kolin (2009, 33) alapján a harmadik szektor, nonprofit szervezetek és a szociális gazdaság fogalmaiból alakultak ki, beleértve mind az intézményesített szervezeteket, mint például az egyesületek, alapítványok és szövetkezetek és a nem intézményesült szervezeteket, mint például az önszervező csoportok és más informális kezdeményezések. A nonprofit szektor/szociális gazdaság Közép- és Kelet-Európában is megjelent és hosszú fejlődésen ment át az évszázadok során, szervezetei Nyugat-Európaéhoz hasonlóan már a középkortól jelen vannak, a jótékonykodás és kölcsönös támogatás a tevékenységek széles skáláján megjelent, mint a termelés, a fogyasztás, a hitel- és a kereskedelem területei. (Borzaga et al. 2008, 57-58)

A nonprofit szektor fejlődését a rendszerváltás utáni első években erőteljes növekedés jellemezte. Schreier (2015, 194) alapján számos korábban a nyilvánosság előtt meg nem jelenő, föld alatti módon működő kezdeményezés a rendszerváltás után nagyobb teret nyert. Az emberek csatlakozni kezdtek szervezetekhez és a társadalmi folyamatokban való részvétel új lehetőségeit kezdték használni. Szabó, 2004 szerint az átmenet során elmozdulás történt a földalatti mozgalmaktól a nonprofit szervezetek irányába, melyek egy többnyire stabil, támogató társadalmi és politikai környezetben működnek. Mansfeldova et al. (2004, 102) alapján a rendszerváltás kezdetekor a civil részvétel virágzott a kelet-európai országokban, a nonprofit szervezetek és civil kezdeményezések alapításának száma robbanásszerűen növekedett. Az új jogi szabályozás segítette a szociális gazdaság egyes intézményeinek fejlődését, lehetővé tette a szervezetek jogi és adózási kereteinek megteremtését, illetve helyreállítását." (Les és Jeliaskova 2007, 122) "Az országok többségében ez az újrakezdet a gazdasági átalakulással járó tömeges munkanélküliségből és elszegényedésből, valamint a nemzetgazdaságok piaci mechanizmusainak hiányosságaiból adódott. A szociális jóléti rendszerekben az átmenet során keletkezett és egyre növekvő intézményi és adminisztratív vákuum és a közszolgáltatások hanyatlása bírta rá a helyi, szociális érzékenységgel bíró vezetőket arra, hogy új szervezeteket és intézményeket, például alapítványokat és egyesületeket hozzanak létre." (Les és Jeliaskova 2007, 132)

Salamon és Anheier (1999, 32) alapján elmondható, hogy a régió nonprofit szektorát kettősség jellemzi, az új nonprofit szervezetek mellett ugyanis jellemző volt az államszocialista örökség továbbélése is, "melyre a kultúra és rekreáció, valamint a szakmai érdekképviselők és egyesületek viszonylag erős pozíciója utal, ez a két terület volt ugyanis, melyet a kommunista rendszer nemcsak eltűrt, hanem támogatott is... A nonprofit szervezetek ugyanakkor, – a fejlett világgal ellentétben – a jóléti államhoz legjobban kötődő területeken, a szociális ellátásban, az egészségügyben és az oktatásban még mindig csak korlátozottan működnek." Jelentős súlyt képviselnek

Közép-Európában a környezetvédelemmel és a jogvédelemmel foglalkozó nonprofit szervezetek is (Mansfeldova et al. 2004, 117).

A szövetkezetek 1989 utáni fejlődése a nonprofit szervezetektől jelentős mértékben eltért (Les és Jeliaskova 2007, 116). A rendszerváltást követő neoliberális politika és a külföldi donorok főként az érdekérvényesítéssel foglalkozó szervezetek jelentőségét a demokrácia kiépítésében ismerték el, de a nonprofit szervezetek mellett a szövetkezeteket is figyelmen kívül hagyták gazdasági és jóléti szereplőkként. (Galera 2009, 255) Les és Jeliaskova (2007, 122) alapján tehát "fontos felismerni, hogy a szövetkezetek valójában azért hanyatlottak, mert a politikai nem ismerte el gazdasági és társadalmi funkciójukat, és a szociális gazdaságban betöltött szerepüket."

A nonprofitok tekintetében a rendszerváltás első éveinek gyors, majd az 1990-es évek második felének lassabb növekedését 2000-es években - illetve kicsit korábban Scheier (2015: 195) alapján egyfajta visszaesés követte. Az alapítások száma csökkent valamelyest, és a tagsági számok zuhantak (Mansfeldova et al. 2004, 117). A szociális szolgáltatások terén továbbra is az állami intézmények voltak elsősorban aktívak, a civil szervezetek csak korlátozott mértékben tudtak versenyezni a piacon, elsősorban a sport és rekreáció területén működtek. Les és Jeliaskova (2007, 123) alapján "szinte valamennyi országban kidolgozták a szociális gazdaság új jogi szabályozását, és olyan korrekciókat hajtottak végre, amelyek jobban igazodtak a szociális gazdaság új realitásaihoz, és kezelték a különféle törvényekkel kapcsolatos visszaéléseket és korrupt gyakorlatot (például adótörvények, szabálytalan vámmentes behozatalok), amelyekhez a nem megfelelő jogi szabályozás is hozzájárult." Összefoglalva a régióban a szociális gazdaság növekedésében főként a korábbi helyi, történelmi és vallási hagyományok, a demokratizálódási és decentralizációs folyamatok, a szocialista jóléti állam korábbi és rendszerváltáskor zajló leépülése, a neo-liberális gazdaságpolitika, a külföldi támogatások és az európai integrációs politikák játszottak szerepet.

A harmadik szektor mérete kapcsán nagy különbségek tapasztalhatók régióként, így Közép- és Kelet-Európában kisebb a foglalkoztatottak aránya (9.4%), mint Skandináviában (14.9%). A szociális gazdaság méretét tekintve pedig "a szociális gazdaság – néhány kivétellel – az új tagállamokban viszonylag kicsi a „régibbi” 15 tagállaméhoz képest. (CIRIEC 2012, 34) A régióban a társadalmi vállalkozások a piac és az állam között kialakult új, feltörekvő szervezetekből állnak, hogy társadalmi célokat gazdasági tevékenységek által érjenek el. (Les és Kolin 2009, 35) A szerzők alapján a társadalmi vállalkozások többsége Kelet-Közép-Európában munka integrációs és szolgáltatás-orientált szervezet, vagy a helyi fejlesztést erősíti gazdaságilag hátrányosabb helyzetű területeken. A legtöbb országban a szűkülő állami jóléti programokból adódó problémák és részben a szerződési kultúra és a jóléti partnerség paradigmáinak termékeiként alakultak ki, többnyire alulról induló kezdeményezésekként és nemzetközi szereplők - uniós programok és egyéb

nemzetközi adományozók - kísérleti projektjeinek hatására, nem pedig konkrét állami szociálpolitikai lépések következtében. (Les és Kolin 2009, 37)

Borzaga és szerzőtársai szerint a régióban a társadalmi vállalkozások jelentősége Nyugat-Európához képest marginális, a társadalmi vállalkozások gazdasági fenntarthatósága általában nem érhető el a szervezetek számára csupán az üzleti tevékenységből származó bevételekkel, a különféle egyéb források (pl. adományok, pályázatok, önkéntes munka) biztosítása elengedhetetlen feltétele a működésnek (Borzaga et al. 2008, 178).

A társadalmi vállalkozások fejlesztését gátló tényezők között találhatjuk Defourny (2014, 31) alapján a régióban: (1) a "rendszer váltás mítosz", mely a szabad piac kialakítását támogatja és az alternatív, közösségi alapú szervezeteket nem ismeri el a gazdaságban; (2) a szövetkezetek iránti kulturális ellenkezés; (3) a - gyakran külföldi - támogatóktól való függés; (4) a jogi keretek hiánya; (5) a szolidaritási mozgalmakba vetett általános bizalomhiány; (6) a "helyi" politikai kultúra túlsúlya, a helyi fókusz; (7) a szükséges források mobilizálásának nehézségei. Bežovan (2016, 24) a következő nehézségeket foglalja össze: a fejlődést elősegítő szakpolitikai és jogi keret hiánya, a fogalom láthatóságának és megértésének hiánya, és a finanszírozáshoz való nehezebb hozzáférés, illetve az alacsony vezetői és üzleti készségek. Azonban a szerző szerint annak ellenére, hogy kulturális, politikai és jogi nehézségekkel szembesülnek, mind a szövetkezetek, mind a nonprofit szervezetek megjelenítenek valós növekedési potenciált, illetve a társadalmi vállalkozás új formái jelennek meg a régióban.

2.5. Társadalmi vállalkozások Magyarországon

A társadalmi vállalkozások magyarországi helyzete kapcsán bemutatjuk, hogy milyen hajtóerői voltak a szféra kialakulásának és fejlődésének, elemezzük a társadalmi vállalkozások hazai definícióit, alapmodelljeit, jogi szervezeti formáit, a szektor fő szereplőit, valamint összefoglaljuk a társadalmi vállalkozások számának becslésére vonatkozó fő empirikus felmérések eredményeit.

2.5.1. A társadalmi vállalkozások megjelenésének hajtóerői Magyarországon

A társadalmi vállalkozás fogalma nem túl nagy múlttal rendelkezik Magyarországon. Sem az üzleti szektor, sem az állami szektor nem használta hosszú ideig a társadalmi vállalkozás kifejezést, sokkal inkább szociális gazdaság, majd a szociális vállalkozás kifejezés élt a köztudatban (G. Fekete et al. 2017). A fogalom itthon is részben összefonódott a nonprofit szektorral, a civil szférával és a szociális gazdasággal, ugyanakkor megjelent az üzleti szférában és az akadémiai kutatásokban is.

A tisztánlátást és az elterjedést is nehezíti, hogy nincs egységesen elfogadott társadalmi vállalkozás definíció. A társadalmi vállalkozás fogalom hazai elterjedésében az alábbi tényezők játszottak jelentős szerepet:

➤ *A társadalmi kihívások növekedése*

Magyarországon a fő társadalmi kihívások az európai átlagnál alacsonyabb foglalkoztatási szint (Eurostat, 2015), a romák diszkriminációja és szegregációja, a népesség elöregedése, valamint a perifériák leszakadása. Az állami szociális ellátási rendszerben hiányosságok vannak például a szociális lakások, az idősgondozás, a hozzáférhető és megfizethető felnőttképzés, valamint a börtönviseltek rehabilitációja területén. Ezeket a réseket különböző társadalmi szervezetek próbálják kezelni. A magyarországi társadalmi innováció legfőbb akadálya, hogy a harmadik szektor finanszírozása miatt támogatás-függőség alakult ki, mind a befektetők, mind a vállalkozások kockázatkerülők, továbbá a közösségi munka nem elterjedt. A civil szervezetek tevékenysége és a társadalmi ellátórendszerek nincsenek összehangolva (Social Innovation Europe, 2016).

➤ *A nonprofit szféra pénzügyi helyzetének romlása*

Gazdasági célú *nonprofit szervezetek* már a középkorban is léteztek Magyarországon, de a társadalmi vállalkozás és a nonprofit szféra kapcsolata nemrég került a figyelem középpontjába. A társadalmi vállalkozás nonprofit szektorban történő megjelenéséhez jelentős mértékben hozzájárult az, hogy a szféra pénzügyi helyzetének romlása arra készítette a szervezeteket, hogy piaci alapú, vállalkozási bevételi lehetőséget is keressenek (G. Fekete – Hubai - Mihály – Kiss, 2017). Kuti (1998: 17) szerint a nonprofit szektor szervezeteinek három fő kritériumnak kell eleget tenniük: ezek (1) a profitszétosztás tilalma; (2) működési autonómia és szervezeti elkülönülés a kormányzati szektortól; (3) intézményesültség, önálló jogi személyiség. A társadalmi vállalkozás fogalmának kis mértékű magyarországi elterjedése Tóth és szerzőtársai szerint részben arra vezethető vissza, hogy a nonprofit és a for-profit szektor sokáig mereven elhatárolódott egymástól, és ez nem hagyott teret a két formát ötvöző társadalmi vállalkozásoknak (Tóth-Varga-Varga 2011).

➤ *Az akadémiai szféra és az üzleti szféra érdeklődésének növekedése*

Magyarországon Pataki és Radácsi (2000), elsősorban brit példákat bemutatva, az elsők között írtak alternatív vagy értékalapú vállalkozásokról, akik a társadalmi vállalkozások megfelelői (Pataki - Radácsi 2000). Az első doktori disszertáció szociális vállalkozás témakörben 2009-ben született, amely elsősorban azt vizsgálta, hogy milyen hasonlóság, illetve különbség van a vállalati társadalmi felelősség koncepció és a társadalmi (szociális) vállalkozások között (Petheő 2009). A társadalmi és környezeti problémák ráirányították a figyelmet arra, hogy a jelenlegi fogyasztás, termelés nem fenntartható, a fenntartható fejlődéshez pedig

nem elegendő egy-egy szereplő vagy szektor kezdeményezése, hanem az állami, az üzleti, a civil és a magánszféra összefogására egyaránt szükség van. Ennek következtében több vállalat a vállalati társadalmi felelősségvállalása Corporate Social Responsibility - CSR) részeként társadalmi vállalkozások támogatását kezdte meg, együttműködve társadalmi vállalkozásfejlesztő szervezetekkel (Követ, 2015; KPMG 2017).

A vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi vállalkozás közötti különbséget a szerzők többnyire abban látják, hogy a társadalmi vállalkozások esetében azok működésébe integráltan jelenik meg a társadalmi cél. A CSR szemléletet a stratégiába integráló vállalkozás ugyanakkor olyan társadalmi vállalkozásként értelmezhető, amelynél egyenlő hangsúlyt kap a pénzügyi fenntarthatóság és az innovatív megoldásokra alapozott, pozitív társadalmi hatás. A gyakorlatban azonban a vállalatok többsége még távol áll ettől (Szegedi-Fülöp-Bereczk 2016).

➤ A fentiekben túlmenően a társadalmi vállalkozás fogalom elterjedésében jelentős szerepet játszottak a hazánkban is működő, a társadalmi vállalkozások segítését célzó nonprofit nemzetközi szervezetek, az Európai Unió társadalmi vállalkozásokat ösztönző kezdeményezései, illetve a hazai társadalmi vállalkozásfejlesztést célzó intézkedések (melyekről bővebben írunk a donorokról szóló részben).

➤ *Nemzetközi vállalkozásfejlesztési szervezetek hazai tevékenysége*

A társadalmi vállalkozás fogalom elterjedésében jelentős szerepet játszottak a hazánkban is működő, a társadalmi vállalkozások segítését célzó nonprofit nemzetközi szervezetek.

2.5.2. A társadalmi vállalkozások fogalma Magyarországon

Társadalmi vállalkozás helyett az angol social enterprise magyar fordításaként a szociális vállalkozás kifejezés volt ismert Magyarországon. Az utóbbi időben viszont egyértelműen a társadalmi vállalkozás kifejezés terjed, ami szélesebb megközelítésre utal. Ahogy a NESsT kiemeli, „társadalmi vállalkozások nem csupán szociális területen működhetnek, tevékenységükkel a társadalmi problémák szélesebb körére tudnak megoldást adni.” (Tóth et al. 2011:24)

G. Fekete (2014) szerint a társadalmi vállalkozás három definíciója jellemző Magyarországon, ezek a NESsT, a TÁMOP kézikönyv, valamint a Conscise kutatási program társadalmi vállalkozás definíciói, ugyanakkor hangsúlyozza, hogy az Európai Bizottság társadalmi vállalkozás definíciója (European Commission 2011: 2) széleskörben elfogadott. Az elmúlt években megjelent munkák alapján az említett definíciókat kiegészíthetjük további megközelítésekkel, elsősorban a GINOP-5.1.3.-

16 (NGM, 2016b: 4), valamint GINOP-5.1.2 pályázati kiírás (NGM, 2016a:5) definícióival. A definíciókat a 4. táblázatban foglaltuk össze. A definíciók alapján elkülöníthetjük a társadalmi vállalkozás lényeges közös sajátosságait, ezek a vállalkozási tevékenység és a kettős (társadalmi és üzleti) célkitűzés.

➤ *Vállalkozási tevékenység*

A definíciókban közös, hogy mindegyik vállalkozási/üzleti tevékenységként értelmezi a társadalmi vállalkozást. A NESsT meghatározása egyértelműen hangsúlyozza, hogy a társadalmi vállalkozás „tudatosan tervezett és működtetett vállalkozói tevékenység” (Tóth et al. 2011: 5). Az Európai Unió alapdefiníciójában is megjelenik a vállalkozás (business) kifejezés (European Commission 2011: 2), és ez jelenik meg a GINOP-5.1.3.-16 pályázati kiírásban is (NGM, 2016b: 4). A TÁMOP kézikönyv a piaci termelési, kereskedelmi és szolgáltató tevékenységként (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4), a Conscise kutatási program üzleti tevékenységként (Petheő 2009:10) írja le.

➤ *Kettős (társadalmi és üzleti) célkitűzés*

A NESsT definíciója alapján „kettős cél vezérli” a társadalmi vállalkozásokat: „a szervezet pénzügyi fenntarthatóságának javításán túl célja jelentős társadalmi hatás kifejtése.” (Tóth et al. 2011: 5). Hasonlóan kettős célkitűzés, a társadalmi és az üzleti szempontok ötvözése jelenik meg a GINOP-5.1.3.-16 pályázati kiírásban (NGM, 2016b: 4), és a GINOP-5.1.2 pályázati kiírás szerint is a társadalmi vállalkozások „társadalmi célkitűzéseik mellett üzleti területen megvalósítható célkitűzésekkel is rendelkeznek” (NGM, 2016a: 5). A további definíciókban is megjelenik a társadalmi és a vállalkozási cél kettőssége, viszont, elsődlegesnek tekintik a társadalmi célt (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4); Petheő 2009:10; European Commission 2011: 2).

A továbbiakban a társadalmi vállalkozások azon sajátosságait foglaljuk össze, amelyek nem minden meghatározásban jelennek meg, ezek a profitszétosztás tilalma, a demokratikus működés, nonprofit szervezetként illetve civil szervezetként értelmezés, az innovativitás, a fenntartható működés, a felelős működés, az együttműködés, valamint a magas minőség.

➤ *Profitszétosztás tilalma*

A NESsT definícióját (Tóth et al. 2011) kivéve, mindegyik említett meghatározás tartalmazza, hogy a társadalmi vállalkozás nem osztja szét a profitját (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4), nyereségüket a szociális cél elérése érdekében forgatják vissza (European Commission 2011: 2; GINOP-5.1.3.-16 (NGM, 2016b: 4), illetve „gazdálkodásuk eredményét a társadalmi cél érdekében visszaforgatják” (GINOP-5.1.2 pályázati kiírás (NGM 2016a:5).

➤ *Demokratikus működés*

A definíciókban megjelenik az önkéntességen alapuló intézményi struktúra (Petheő 2009:10; (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4), a szolidaritás (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4), a demokratikus vagy részvételi alapelveken, társadalmi igazságosságon alapuló működés (European Commission 2011: 2); GINOP-5.1.3.-16 pályázati kiírás (NGM, 2016b: 4) vagy csak a részvételen alapuló döntéshozatal (GINOP-5.1.2 pályázati kiírás; NGM, 2016a: 5).

➤ *Nonprofit szervezetként illetve civil szervezetként értelmezés*

Gazdálkodási /szervezeti formát csak néhány definíció említ: a TÁMOP kézikönyv nemkormányzati szervként (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4), a Conscise kutatási program nonprofit szervezetként (Petheő 2009:10), a GINOP-5.1.2 pályázati kiírás (NGM, 2016a:5) pedig nonprofit és civil szervezetként határozza meg a társadalmi vállalkozásokat. Petheő és Szabó (2009) kiemeli, hogy a kormánytól való függetlenség problémás kritérium.

➤ *Innovativitás*

A NESsT definíciója szerint a társadalmi vállalkozás „társadalmi problémák innovatív megoldására jött létre” (Tóth et al. 2011:5). Az Európai Bizottság (2011) és a GINOP-5.1.3.-16 pályázati kiírás (NGM, 2016b: 4) szintén hangsúlyozza, hogy a társadalmi vállalkozást gyakran magas szintű szociális innováció jellemzi. Bár az Ashoka szervezet definíciója (Ashoka, 2016) nem a társadalmi vállalkozást, hanem a társadalmi vállalkozót értelmezi, az innovativitásnak ott is lényeges szerepe van.

➤ *Fenntartható működés, felelős működés, együttműködés, magas minőség*

Egyes definíciókban megjelenik a fenntartható működés kritériuma (NESsT (Tóth et al. 2011) és a GINOP-5.1.3.-16 pályázati kiírás (NGM, 2016b: 4). A definíciók egy része tartalmazza a társadalmi vállalkozás felelős működését (Tóth et al. 2011; Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4). A társadalmi vállalkozás definíciók egy része tartalmazza, hogy a társadalmi vállalkozás kölcsönösen előnyös együttműködésre törekszik az adott ágazatban működő más szervezetekkel (Petheő 2009:10; (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4). A társadalmi vállalkozás a NESsT meghatározása alapján magas színvonalú termékeket és szolgáltatásokat nyújt (Tóth et al. 2011).

A fentiek alapján a társadalmi vállalkozás magyarországi definícióiban egyértelműen megjelenik a vállalkozási tevékenység és a kettős, azaz társadalmi és üzleti célkitűzés. A definíciókban eltérő hangsúlyt kap a profitszétosztás tilalma, a demokratikus működés, a nonprofit szervezetként illetve civil szervezetként értelmezés, és az innovativitás. Jóval kisebb hangsúllyal jelenik meg a fenntartható működés, a felelős működés, az együttműködés, valamint a magas minőség kritériuma.

4. táblázat: A társadalmi vállalkozások Magyarországon megjelenő főbb definíciói

NESsT: „Olyan tudatosan tervezett és működtetett vállalkozói tevékenység, ami társadalmi problémák innovatív megoldására jött létre. Kettős cél vezérli: a szervezet pénzügyi fenntarthatóságának javításán túl célja jelentős társadalmi hatás kifejtése. Mindezt folyamatosan, felelős módon és magas színvonalon nyújtott termékek és szolgáltatások értékesítésén keresztül éri el.” (Tóth et al. 2011:5)
TÁMOP Kézikönyv (EU Fehér Könyv alapján): „(1) nem kormányzati szervek, (2) elsődlegesen önfoglalkoztatást célzó piaci termelés, kereskedelmi és szolgáltató tevékenységek, (3) alapértékek: önkéntesség, együttműködés, szolidaritás és felelősség, (4) profitszétosztás tilalma, (5) társadalmi elkötelezettség (munkanélküliség csökkentése és a segélyezés csökkentése a preferált cél).” (Petheő et al. 2010 idézi G. Fekete 2014: 4)
Concise kutatási program: A társadalmi vállalkozás „olyan vállalkozás, amely: (1) not-forprofit szervezet; (2) szociális célokat gazdasági tevékenység révén kíván megvalósítani; (3) jogi formájánál fogva nem engedi a felhalmozott javak egyéni tulajdonba kerülését, hanem azok javát szolgálja, akik a szociális célok kedvezményezettjei; (4) olyan szervezeti struktúrával rendelkezik, amelyben a tagok részvétele önkéntes; (5) támogatja az adott szektorban a más szervezetekkel való kölcsönös együttműködést.” (Petheő 2009:10)
Európai Bizottság: „A Bizottság a 'társadalmi vállalkozás' kifejezést a következő típusú vállalkozásokra használja: melyek esetében (1) közérdekű szociális vagy társadalmi cél szolgál a gyakran magas szintű szociális innovációban megnyilvánuló vállalkozási tevékenység alapjául, (2) nyereségüket elsősorban e társadalmi cél elérése érdekében visszaforgatják, (3) és küldetésüknek megfelelően szervezeti működésük vagy tulajdonrendszerük demokratikus, vagy részvételi elven alapuló, (4) illetve a társadalmi igazságosságot szem előtt tartó alapelveken nyugszik.” (saját fordítás European Commission, 2011: 2 alapján).
GINOP-5.1.3.-16: „A társadalmi célú vállalkozások, melyek (1) esetében közérdekű szociális vagy társadalmi cél szolgál a gyakran magas szintű szociális innovációban megnyilvánuló vállalkozási tevékenység alapjául, (2) üzleti tevékenysége ötvözi a társadalmi és az üzleti szempontokat, (3) a termékek és szolgáltatások piaci értékesítéséből származó nyereségüket elsősorban e szociális cél elérése érdekében forgatják vissza, ezzel is biztosítva fenntartható működésüket, (4) küldetésüknek megfelelő – demokratikus vagy részvételi alapelveken, illetve a társadalmi igazságosság célkitűzésén nyugvó – szervezeti felépítéssel vagy tulajdonrendszerrel rendelkeznek.” (NGM, 2016b: 4)
GINOP-5.1.2.-16: „Társadalmi vállalkozásnak tekinthetők azon nonprofit és civil szervezetek, amelyek társadalmi célkitűzéseik mellett üzleti területen megvalósítható célkitűzésekkel is rendelkeznek, gazdálkodásuk eredményét a társadalmi cél érdekében visszaforgatják, költségvetésükben és szervezeti működésükben érvényesítik a részvételen alapuló döntéshozatal elvét.” (NGM, 2016a: 5)

Forrás: saját szerkesztés a táblázatban feltüntetett források alapján

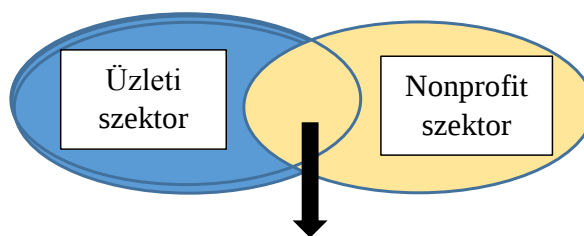
2.5.3. A társadalmi vállalkozások magyarországi modelljei

Az előzőekben bemutatott definíciók alapján a társadalmi vállalkozások két alapvető modelljét határolhatjuk el Magyarországon. Leegyszerűsítve amerikai és európai megközelítésként különböztetjük meg őket. Az amerikai megközelítés megfelel a piaci jövedelem iskolán belül a társadalmi célú üzlet vagy misszió-vezérelt üzlet (social-purpose business/mission-driven business) irányzat és a társadalmi innovációs irányzat ötvözetének (Defourny és Nyssens 2012, 7). Ez azt jelenti, hogy a társadalmi vállalkozói tevékenységet nem szűkíti le a nonprofit szervezetek gazdasági tevékenységeire, hanem bármilyen – akár for-profit – szervezeti formában végezhető társadalmi célú tevékenységeket is ide ért. Az európai modellben hangsúlyosan jelenik meg az irányítási dimenzió is, azaz a profitfelosztás tilalma és a demokratikus döntéshozatal (G. Fekete et al. 2014).

➤ *Amerikai társadalmi vállalkozás modell*

E modell szerint a társadalmi vállalkozás az üzleti szektor és a nonprofit szektor metszetében helyezkedik el (20. ábra). Ez a felfogás megfelel a NESsT felfogásának, ami hangsúlyozza, hogy „a társadalmi vállalkozások alapelve az a kettős optimalizálás, mely gazdasági és társadalmi célok összehangolását, egyensúlyban tartását jelenti”, és ez az összhang az ún. hibrid formában valósul meg (Tóth et al. 2011: 6).

A szervezeti formát tekintve a modell megengedő, azaz társadalmi vállalkozásként értelmez nagyon különböző szervezeti és jogi formában megvalósuló kezdeményezéseket (pl. szövetkezet, egyesület, alapítvány, nonprofit gazdasági társaság, sőt a társadalmi vállalkozás lehet forprofit szervezet vagy egyéni vállalkozás is (Tóth et al. 2011).

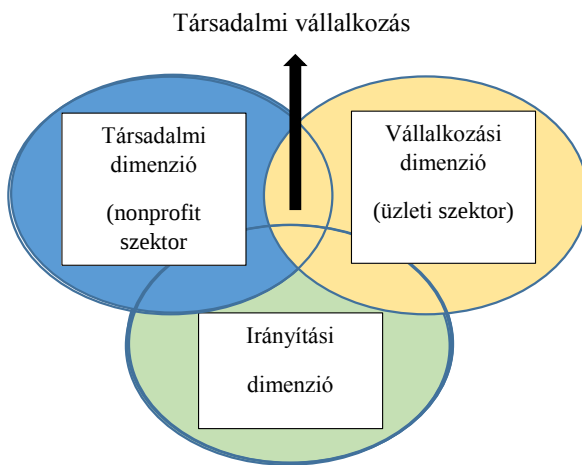


Társadalmi vállalkozás

20. ábra: Amerikai társadalmi vállalkozás modell.
Forrás: saját szerkesztés Tóth et al. 2011 alapján

➤ *Európai társadalmi vállalkozás modell*

Az európai társadalmi vállalkozás modellben a társadalmi vállalkozás három dimenziója jelenik meg, ezek a társadalmi, a vállalkozási, valamint az irányítási dimenzió (21. ábra). A szervezeti formát tekintve ez a modell kevésbé megengedő. Bár for-profit üzleti vállalkozást is megenged, a sajátos irányítási kritérium miatt csak a szociális szövetkezetek jelenhetnek meg a nonprofit szervezetek mellett.



21. ábra: Európai társadalmi vállalkozás modell.
Forrás: saját szerkesztés G. Fekete et al. 2014 alapján

2.5.4. A társadalmi vállalkozások Magyarországon jellemző jogi/szervezeti formái

Ebben az alfejezetben a társadalmi vállalkozások Magyarországon leginkább jellemző szervezeti formáit mutatjuk be, a teljesség igénye (így pl. az egyházi szervezetek vizsgálata) helyett a jelentős formákra és kérdésekre fókuszálva.

➤ *Szövetkezetek*

A magyar kormány honlapján található megfogalmazás szerint szövetkezet tagjai gazdasági és más társadalmi szükségletei kielégítésének elősegítésére hozható létre. Ennek érdekében a szövetkezet vállalkozási és egyéb kategóriaként megjelölt tevékenységet folytathat. Társadalmi szükségletként elsősorban a tagok kulturális, oktatási, egészségügyi, szociális igényeit kell érteni. A szövetkezetek gazdálkodási tevékenységét ennek megfelelően nem a profitszerzés (főként nem a profit maximalizálás) elvei alapján irányítják. Gazdasági jogi értelemben olyan jogi személyiséggel rendelkező szervezetek, melyek tőkéjét a tagok vagyoni hozzájárulása

adja. A nyitott tagság és változó tőke elveit alkalmazzák. Működésüket a demokratikus önkormányzat elve határozza meg. Ennek megfelelően a döntéshozatal irányítása a tagság kezében van, az egy ember egy szavazat elve alapján. Szintén a tagok határozzák meg a működés kereteit, ők választják és számoltatják be a szervezet vezetőit. A szervezet céljainak megfelelően a szövetkezet gazdasági tevékenysége magában foglalhat beszerzést, értékesítést, termelést és szolgáltatást egyaránt. Említésre érdemes, hogy szövetkezetek Magyarországon már az 1800-as évektől alapíthatók, rendeletben meghatározott jogi státusszal.

➤ *Szociális szövetkezetek*

Szociális szövetkezetek alapítására 2006-tól van lehetőség Magyarországon. A konstrukció születésétől fogva kapcsolódik a társadalmi vállalkozások eszméjéhez, napjainkban is annak egyik legegységesebb megtestesítője. Célrendszerük és társadalmi funkcióik egyik fontos elemként tagjaik egészségügyi, szociális, oktatási, kulturális és/vagy gazdasági helyzetének előmozdítása jelenik meg. Társadalmi aspektusból szintén rendkívül fontos másik fő szerepük, hogy munkaalkalmat teremtenek munkanélküli (sokszor tartósan munkanélküli) és hátrányos helyzetű személyeknek. Működésük és irányításuk demokratikus. Az alapszabály elfogadásával bárki taggá válhat és szabadon kiléphet, a döntéshozatal az egy ember egy szavazat elvén történik. 2013 után lehetőség nyílt helyi kormányzati szerv tagként való részvételére is. Céljaikat ún. közösségi alaptól finanszírozzák, így támogatva tagjaikat és azok családtagjait. A tagok be- illetve kilépésével az alap összege változik (változó tőke elve). A hazai szabályozás és szakmapolitika gyakran hangsúlyozza a szociális szövetkezetek szerepét a hátrányos helyzetűek foglalkoztatásában. A hátrányos helyzetű besorolásnak számos kritériuma van a magyar szabályozásban, fontos, hogy ezek a feltételek vagylagos jellegűek.

➤ *Egyesületek és alapítványok*

A 2013.évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről (új Ptk.) rendelkezései alapján az egyesületek és alapítványok üzleti tevékenységet kiegészítő jelleggel folytathatnak, gazdasági tevékenység végzésére nem alapíthatók. Ilyen jellegű tevékenységüknek továbbá kapcsolatban kell lenniük fő céljukkal. Ezzel együtt számos alapítvány és egyesület jelentős mértékű gazdasági tevékenységet folytat, mindazonáltal folyamatos külső támogatásra szorul.

Az *egyesület* az egyesülés szabadságának joga alapján szerveződő, regisztrált tagsággal rendelkező jogi egység, mely tagjai közös céljai előmozdítása érdekében tevékenykedik. Tagjai tagdíj fizetésére kötelezettek és fő szabályként azonos jogokkal és kötelezettségekkel rendelkeznek, de speciális jogokkal is felruházhatók. Gazdálkodási tevékenységet csupán finanszírozási helyzetük stabilitásának megőrzése érdekében végezhetnek úgy, hogy az ne kockáztassa alapvető céljukat. Elszámolásaikban elkülönítetten szükséges kezelniük gazdasági tevékenységeik költségeit és eredményeit.

Az *alapítványt* alapítója meghatározott tartós cél folyamatos megvalósításának céljából hozhatja létre. Az új Polgári Törvénykönyv már nem határozza meg a társadalmi célt kizárólagos kritériumként (pénzügyi szolgáltatás bármely kedvezményezett számára nyújtható). Alapítvány nem működtethető a tisztségviselői, alapítói, csatlakozói, szervei tagjai és ezek családjai érdekében. Az alapítványi kultúrának régi és szép hagyományai vannak Magyarországon. Kezdetekben a nemesi családok jótékonyági tevékenységének lebonyolítói voltak, számos ma is működő intézmény ebben a formában jött létre.

➤ *Nonprofit gazdasági társaságok*

A nonprofit gazdasági társaságot társadalmi közös szükséglet kielégítésének céljából végzett közös gazdasági tevékenység folytatására hozzák létre. Tagjai vagyoni hozzájárulásukkal alapítják. Az üzleti vállalkozások speciális típusaként foghatók fel, ebből kifolyólag a fontos társadalmi funkciókat betöltő és célokat követő szervezetek közül sokat várnak ettől a koncepciótól a fenntartható üzleti modellek kikísérletezésének, megszilárdításának tekintetében. Céljuk alapvetően nem profitszerzés vagy tagjaik jövedelemszerzése, nyeresége a tagok között nem osztható fel. Üzletszerű gazdasági tevékenységet kiegészítő jelleggel folytathatnak. A szavazati jogok a tagok vagyoni hozzájárulásával arányosak. Bármilyen társasági formában alapíthatók (pl. Bt., Kft., Rt.), jelentős részük átalakult közhasznú társaság. Alapításukat, működésüket, megszűnésüket a Ptk. és a 2006. évi V. törvény a cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról (Ctv.) rendelkezései szabályozzák, közhasznú minősítést szerezhhetnek. Szép számmal találhatók közöttük olyan helyi piacra értékesítő vállalkozások, melyek helyben élő családoknak és/vagy elhelyezkedési nehézségekkel küzdő munkavállalóknak biztosítanak munkahelyet, sokszor régió specifikus termékek (elsősorban élelmiszer) értékesítéséből nyerve bevételüket.

➤ *Gazdasági társaságok (üzleti vállalkozások)*

Annak ellenére, hogy Magyarországon alapvetően a szociális gazdasághoz és a nonprofit szektorhoz kapcsolódóan értelmezik és jellemzik őket, a társadalmi vállalkozások for-profit, azaz üzleti alapon is működtethetők. Érdemes megjegyezni, hogy 2010 tájáktól kezdődően az így kategorizálható szervezetek száma és pénzügyi stabilitása is érezhető növekedést mutat hazánkban, ami örömdetes fejlemény.

5. táblázat: A társadalmi vállalkozások Magyarországon jellemző jogi/szervezeti formái és azok főbb sajátosságai

<i>Szövetkezetek</i>	
Gazdasági tevékenységhez való viszony	A konstrukció hagyományosan illeszkedik a gazdasági / üzleti tevékenység feltételeihez.
Társadalmi irányultság	Tevékenysége a tagok gazdasági és társadalmi helyzetének javítását célozza, gazdálkodási tevékenységüknek is ez a mozgatórugója.
Nyereség felosztás	A nyereség legalább 50%-a felosztandó a tagok között, személyes közreműködésük arányában.
<i>Szociális szövetkezetek</i>	
Gazdasági tevékenységhez való viszony	A konstrukció eredendően és szándékoltan illeszkedik a gazdasági / üzleti tevékenység feltételeihez.
Társadalmi irányultság	Tagjaik (elsősorban hátrányos helyzetűek) számára munkalehetőség biztosítása és gazdasági, társadalmi helyzetük (egészségügyi, szociális, oktatási, kulturális) javítása.
Nyereség felosztás	A közgyűlés dönt a tagok közötti szétosztási arányról, ezen túl kerülhet közösségi alapba vagy költhetik egyéb célra is. Közhasznú jogállással rendelkező szervezetek csak közhasznú céljaikra fordíthatják.
<i>Egyesületek és alapítványok</i>	
Gazdasági tevékenységhez való viszony	Üzleti tevékenységet kiegészítő jelleggel folytathatnak, gazdasági tevékenység végzésének céljából nem alapíthatók, ilyen tevékenységüknek kapcsolatban kell lenniük fő (társadalmi/közösségi) céljukkal.
Társadalmi irányultság	Az egyesületek tagjaik közös céljait szolgálják. Az alapítványok nem az alapítók vagy vezetők, hanem társadalmi tevékenységük céljaival összefüggésben meghatározott közösségek érdekében tevékenykednek.
Nyereség felosztás	Az egyesületi vagyon nem osztható fel a tagok között, illetve nyereség a tagoknak nem juttatható.
<i>Nonprofit gazdasági társaságok</i>	
Gazdasági tevékenységhez való viszony	Közös gazdasági tevékenység végzésére alapítják, a társadalmi szükséglet kielégítési funkcióját is ezen keresztül éri el. A társadalmi cél felülírja a profitszerzési érdekét.
Társadalmi irányultság	Társadalmi közös szükséglet kielégítésének céljából hozzák létre.
Nyereség felosztás	A nyereség a tagok között nem osztható fel, az a gazdasági társaság vagyonát gyarapítja.
<i>Gazdasági társaságok</i>	
Gazdasági tevékenységhez való viszony	Gazdasági tevékenység végzésének céljából alapítják, a nyereségszerzés jelentős szempont a tevékenység fenntarthatósága és a vállalkozó jólétének növelése szempontjából is. A társadalmi cél ugyanakkor vezető szerepet tölt be a vállalkozás víziójában, missziójában, a stratégiai döntések vezérfonalát adja és felülírja a profitmaximalizálási érdeket, már rövidtávon is.
Társadalmi irányultság	Meghatározó szerepe van a vállalkozó etikai és társadalmi érzékenységének.
Nyereség felosztás	A nyereség a vezetés etikai megfontolásai alapján szabadon felhasználható, társadalmi vállalkozások esetében társadalmilag felelős döntés születik. Ez jelentheti azt, hogy az eredményt visszaforgatják a vállalkozás tevékenységébe, illetve közvetlenül vagy közvetve a társadalom javára fordítják (hátrányos helyzetű csoportok / helyi közösségek támogatása, foglalkoztatása stb.).

Forrás: saját szerkesztés az Európai Bizottság (2014) irodalom felhasználásával

2.5.5. A társadalmi vállalkozások jellemző érintettjei²

A továbbiakban a társadalmi vállalkozások környezetének legmeghatározóbb szervezeteit vesszük sorra, rendszerszemléletű besorolással és rövid magyarázattal. A bemutatásnak nem az összehasonlítás a célja, hanem az egyes szereplőknek a társadalmi vállalkozások szempontjából fontos jellemzőinek hangsúlyozása.

- A *döntéshozók* (szabályozók) a kompetens és felelős kormányzati szerveket és egységeket jelölik. Erős befolyásoló erővel bírnak a szabályozások alakításával, a támogatási mechanizmusok és eszközök kezelésével. Tevékenységük hatása közvetlenül és közvetetten, a vállalkozói környezet alakításán keresztül is érvényesül. Magyarországon a Nemzetgazdasági Minisztérium mellett a munkaerő politikával foglalkozó szabályozó hatóságok és intézmények is kiemelt jelentőségűek.
- A *fogyasztók* a társadalmi vállalkozás termékeinek/szolgáltatásainak vásárlói. Lehetnek többek között önkormányzatok, szociális szövetkezetek (tehát más társadalmi vállalkozások), magánszemélyek, üzleti vállalkozások. Elméletileg az értékesítési csatornák szélesebb köre elérhető a vállalkozások számára, a gyakorlatban ugyanakkor a személyes értékesítésnek, a helyi piacoknak van nagy jelentősége. A fix, sokszor intézményként megjelenő vevők erős alkuerőt képviselhetnek a keresleti oldalon.
- A *hitelesítő szervezetek* a minőségbiztosítási kritériumok érvényesítésének szerepét töltik be egy fejlett társadalmi vállalkozási ökoszisztémában. Védjegyekkel és egyéb azonosítókkal jelölik, illetve díjakkal ismerik el a megfelelő színvonalú, fenntartható működést vagy termékeket. Magyarországon kifejezetten a társadalmi vállalkozásokra szakosodott, bejegyzett hitelesítő és minőségbiztosítási szerepet ellátó szervezetről nincs tudomásunk.
- A *tanácsadó és képző szervezetek* csoportjába olyan, jellemzően a civil társadalomba tartozó intézmények (kezdeménnyezések) tartoznak, melyek a társadalmi vállalkozások oktatását, képzését biztosítják. Jelentős szerepük van az elméleti modellek gyakorlati tesztelésében és a fejlődés főbb irányainak alakításában (pl. Közösségfejlesztők Egyesülete, KÖVET Egyesület). Mivel számos esetben maguk is társadalmi vállalkozásként működnek, illetve kevésbé intézményesült keretek között szervezett programok, kezdeménnyezések is szép számmal előfordulnak, az elterjedtebb „tanácsadók és képző intézmények” elnevezés helyett a „szervezet” kifejezés használata javasolható a csoport pontosabb megragadására.
- Az *üzletfejlesztőkhöz* azon fejlesztő szervezeteket soroljuk, melyek a társadalmi igények és piaci szükségletek felmérését, a társadalmi vállalkozási lehetőségek azonosításának elősegítését, a fejlesztési szolgáltatások nyújtását végzik. Gyakran start-up vállalkozások fejlesztésével foglalkoznak és jellemző, hogy

² Az alfejezet az irodalomjegyzékben részletezettek szerint az Európai Bizottság 2014; G. Fekete et al. 2016; Németh 2013; Deák 2015; Gál 2014; Sárközy 2013; a Wolters Kluwer jogtár (2017 májusi állapot); a kozfoglalkoztatatas.kormany.hu, illetve a nonprofit.hu internetes oldalak alapján készült.

inkubátorként jelennek meg. Magyarországon egyértelműen ebbe a kategóriába sorolható a NESsT fejlesztő szervezet.

- A *facilitátorok és tanulási platformok* további szakmai segítséget nyújtanak a társadalmi vállalkozások fejlődéséhez (hazánkban szintén a NESsT tölti be talán legszélesebb körben ezt a funkciót).
- A *hálózatok és együttműködések* azon aktívan kooperáló csoportokhoz való csatlakozás nyújtotta előnyöket kínálják, melyek többek között a piaci információk megszerzésétől kezdve a közös érdekek felismerésén keresztül az egymástól és közösen tanulás lehetőségéig terjednek.
- *Támogatók* alatt azokat a pénzügyi támogatókat értjük, melyek jelentősen és nem piaci alapon járulnak hozzá a társadalmi vállalkozások pénzügyi fenntarthatóságához (ebben kulcsszerepet töltenek be a különböző Európai Uniós programokat kezelő hazai hatóságok és újból a NESsT fejlesztő szervezet).
- A *kutató intézetek* magántulajdonú szerveződések és intézményi (közösségi tulajdonú) kutatóhelyek is lehetnek (pl. a Miskolci Egyetem Gazdálkodástani Intézete). Jellemző, hogy a folyamatos alapkutatási tevékenység talaján konkrét célokat követő kutatási programokat valósítanak meg (külső megrendelésre, vagy elnyert pályázati támogatásokhoz kapcsolódóan). Stabil működési feltételeiknek és hazánkban jellemző tekintélyes múltjuknak köszönhetően a kutatási programokat szakosodott és referenciákkal bíró kutatási műhelyek végzik. Ebben a csoportban elvárás az intézményesült működés.

Kategorizálásunk során tíz érintetti csoportot azonosítottunk, a csoportképzés során figyelembe vettük a befelé való homogenitás – kifelé való heterogenitás elvét. Ezzel együtt természetesen más részletezettségű és elvű kategorizálás is helyénvaló lehet. A fenti kategóriákat összefoglaltan, stakeholder térkép megközelítésben ábrázolja a 22. ábra.



22. ábra: A társadalmi vállalkozások jellemző érintettjei
Forrás: Az Európai Bizottság 2014 forrás felhasználásával

2.5.6. A társadalmi vállalkozások forrásszerzési lehetőségei, donor szervezetei

Amellett, hogy a társadalmi vállalkozások finanszírozásában leggyakrabban megjelenik - a legtöbb definíció szerint meg is kell jelenjen - a termék- illetve szolgáltatásértékesítésből származó bevétel, számos további forrásszerzési mód áll rendelkezésükre. A befektetők, tulajdonosok tőkéjének (akár kapcsolódó szervezeteken keresztül bonyolított) használata mellett többek között hitelt (vagy mikro finanszírozást) igényelhetnek, kormányzati (közösségi), vállalati és magán támogatásokhoz juthatnak. Mindezzel együtt a gyakorlatban a társadalmi vállalkozások finanszírozásában a támogatások töltenek be kiemelt szerepet, elsősorban az Európai Unió közreműködésével, állami vagy önkormányzati normatív támogatások formájában, a jövedelemadó 1%-ának felajánlásából, illetve a Nemzeti Civil Alapon keresztül. A támogatások mértékét és szerkezetét tekintve lényeges fordulópontot jelentett az ország Európai Unió csatlakozása, meglehet az Unió már a csatlakozás előtt is biztosított jelentősebb forrásokat a hátrányos helyzetű régiók gazdasági és munkaerőpiaci felzárkóztatására (pl. PHARE program). A csatlakozást követően az első (2004-2006) és a második (2007-2013) programozási időszakban is találunk céljuk szerint kapcsolódó támogatási programokat (pl. RDOP, SROP, LEADER, stb.). A jelenlegi – hazánk számára harmadik – programozási időszakban (2014-2020) is az Európai Unió finanszírozással megvalósuló kormányzati támogatási programok a meghatározóak. Annak ellenére, hogy a támogatások az Európai Unió és a Magyar Kormány együttműködésében valósulnak meg, elkülöníthető az Unió fejlesztéspolitika szintje a hazai forráselosztó szereptől. Ennek megfelelően az aktuális kezdeményezések / programok vonatkozásában a két támogatási szintet külön pontokban tárgyaljuk.

➤ Az Európai Unió társadalmi vállalkozásokat ösztönző kezdeményezései

Az Európai Unió az elmúlt években számos intézkedést hozott a társadalmi vállalkozások ösztönzése érdekében, ezeket Kiss (2017) alapján foglaljuk össze. A társadalmi vállalkozások 2011-ben kerültek az Európai Unió vállalkozásfejlesztési törekvéseinek fókuszába, amikor az Európai Bizottság által kiadott közleményekben a társadalmi vállalkozások, mint a szociális gazdaság és a társadalmi innováció kulcsszereplői jelentek meg. Célként fogalmazták meg az olyan vállalkozások fejlesztését, „amelyek a haszonszerzésre való jogos törekvésen túl közérdekű, társadalomfejlesztési, etikai vagy környezetvédelmi célokat is felvállaltak” (CIRIEC 2012, 59). Az Európai Unió egyrészt pénzügyi támogatás, másrészt a munkaerőpiaci ajánlásokat tartalmazó Nemzeti Munkatervek kidolgozása, harmadrészt társadalmi vállalkozásokat segítő közbeszerzések révén (Defourny és Nissens, 2010, 7). A 2008-as gazdasági válságra adott uniós válasz, az Európa 2020 stratégia (1) az intelligens növekedés (a tudáson és innováción alapuló gazdaság kialakítása); (2) a fenntartható növekedés (erőforrás-hatékonyabb, környezetbarát és versenyképesebb gazdaság);

(3) valamint az inkluzív növekedés (magas foglalkoztatás, és a gazdasági, társadalmi és területi kohézió jellemezte gazdaság) céljaival, melyekhez a társadalmi vállalkozások is nagymértékben hozzá tudnak járulni (Európai Bizottság 2010, 5; CIRIEC 2012, 58; Európai Bizottság 2013, 89).

➤ *Hazai megvalósítású programok*

Az elmúlt évtizedben számos hazai intézkedés segítette a társadalmi vállalkozások fejlődését, ezeket G. Fekete et al. (2017) alapján foglaljuk össze. Az Országos Foglalkoztatási Alap által irányított Szövetkezz 2007 és 2009 program keretében szociális szövetkezeteket hoztak létre, majd 2007-ben és 2009-ben a Társadalmi Megújulás Operatív Program keretében kísérleti foglalkoztatási programok irányultak a foglalkoztatottság növelésére és a hátrányos helyzetű emberek munkaerőpiaci integrációjára (TÁMOP 1.4.3.), valamint a szociális szövetkezetek támogatására különösen a hátrányos helyzetű régiókban (TÁMOP 2.4.3). A LEADER program célja a fenntartható gazdálkodás támogatása, a foglalkoztatás és helyi közösségek fejlesztése volt (Horváth 2010: 28). Szintén a foglalkoztatási gondok enyhítésére fókuszált a leghátrányosabb helyzetű kistérségben megvalósított LHH program (NFÜ 2007 in Kabai et al. 2012: 54.) vagy a közmunkaprogramok, amikkel kapcsolatban, csakúgy, mint a szociális szövetkezetek kapcsán megkérdőjeleződik a kívánt cél elérése (Bakó et al. 2014). A 2014-2020-as Partnerségi Megállapodás keretében a társadalmi célú vállalkozások fejlesztése jelenik meg célként a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP) és a Vidékfejlesztési Operatív Program (VP) keretében (Kajner and Jakubinyi 2015, p. 209-228).

➤ *Nemzetközi és hazai eredetű társadalmi vállalkozásfejlesztési szervezetek*

A társadalmi vállalkozás fogalom elterjedésében jelentős szerepet játszottak a hazánkban is működő, a társadalmi vállalkozások segítségét célzó nonprofit nemzetközi szervezetek. A Nonprofit Enterprise and Self-Sustainability Team (NESsT) nemzetközi szervezet 1997 óta nyújt pénzügyi támogatást és szervezetfejlesztési tanácsadást és képzést fenntartható társadalmi vállalkozások számára. Az általuk támogatott társadalmi vállalkozások átvilágítási folyamaton mennek keresztül, amely magában foglalja az üzleti terv értékelését is. Hosszú, 5-7 év inkubációs támogatást nyújtanak a fenntartható siker érdekében, valamint üzleti és társadalmi hatásindikátorok segítségével mérik a támogatott vállalkozások teljesítményét (NESsT, 2016). Az Ashoka, mint a társadalmi vállalkozók legnagyobb hálózata 1995 óta van jelen Magyarországon, 35 magyar tagja van. Szigorú kutatási és kiválasztási folyamat után szakmai és pénzügyi támogatást nyújt, számos programja élénkíti a civil szektort, és innovatív partnerkapcsolatok kialakítására törekszik (Ashoka, 2016). Az Ashoka nem a vállalkozást, hanem a vállalkozót helyezi a középpontba. A társadalmi vállalkozók ez alapján innovatív személyiségek, akik képesek inspirálni a közösség tagjait, ami elősegíti a társadalmi problémák

megoldását. „Kivételes alkotóerővel és elszántsággal tevékenykednek, tehetségüket a társadalmi problémák széleskörű megoldásának szentelik, aktív szerepet vállalnak a társadalomban.” (Ashoka, 2016) Rendkívül hasznos tevékenységük okán itt kell megemlíteni a Polgár Alapítvány az Esélyekért szervezetet, mely többek között a Kiútprogram nevű kezdeményezés támogatásával tett sokat az ökoszisztéma fejlődéséért, a Nonprofit Információs és Oktató Központ Alapítvány (NIOK) tevékenységét, a Civil Szolgáltató Központok Országos Hálózatát, a Norvég Civil Támogatási Alap pályázatait, vagy a Helyi Mérték Alapítvány képzési programjait (Tóth et al., 2011). A közelmúlt programjai közé tartozik a NESsT és a Badur Alapítvány közös kezdeményezése UGRÓDESZKA néven, mely egy társadalmi vállalkozás-fejlesztő program mélyszegénységben élők életminőségének javítását célzó kezdeményezések számára.

➤ *Vállalati társadalmi felelősségvállalási programok*

További finanszírozási lehetőséget jelentenek a vállalati/banki társadalmi felelősségvállalás programok keretében nyújtott támogatások. Tóth et al., 2011 alapján ezek a kezdeményezések kezdenek kimozdulni a klasszikus jótékonyági programok szintjéről, és egyre erősebb részvételi szándék tapasztalható az önkéntesség és szaktudás átadás területein is. Tudatosabbak lettek továbbá a vállalatok a támogatott szervezetek hatásainak nyomon követésében is. A szerzők megjegyzik, hogy elsősorban a vállalati reputáció szempontjából leghasznosabbnak ítélt területekre koncentrálnak a cégek, mint a környezet- és gyermekvédelem, a komplexebbnek és ellentmondásosabbnak ítélt ügyek (pl. roma integráció) kevésbé népszerűek. A bankszektor különösen elkötelezettnek látszik a társadalmi problémák iránt és jelentős részt vállal a társadalmi felelősségvállalási kezdeményezésekben. Értékes programokat koordinált, illetve valósít meg jelenleg is többek között a Citibank, a Raiffeisen Bank és az Erste Bank. A CitiBank Hungary 2010-ben hirdette meg For-Profit Social Enterprise Development Program nevű, az ERSTE Bank Hungary 2017-ben az Erste Seeds (Social Enterprise Establishment and Development Support) nevű programját. Az ERSTE Alapítvány emellett úgynevezett Társadalmi Integrációs Díjat is hirdet, a CIB Alapítvány pedig a „CIB Tenni Tudunk Társadalmi Bevonás Pályázat”-ot írta ki 2011-ben. A Citi Alapítvány 2013-ban a Nesst-tel közösen „Társadalmi Vállalkozásfejlesztő Program”-ot hirdetett. A MagNet Magyar Közösségi Bank 2016 szeptemberében indította „2017. évi Közösségi Adományozási Program”-ját. Nem csupán a pénzintézetek indítottak komolyabb hatású programokat, – a teljesség igénye nélkül – a Magyar Telekom fogyatékos személyek nyílt munkaerő piaci integrációja témakörben hirdetett pályázatot 2011-ben, a KPMG megszervezte a „KPMG Felelős Társadalomért Program 2016” programot, a Telenor Magyarország Zrt. a NESsT-tel közösen koordinálta a „Segíts másokon és magadon is! – Pályázat társadalmi vállalkozást működtető vagy tervező nőknek” elnevezésű programját.

2.5.7. Korábbi kutatások a társadalmi vállalkozások magyarországi elterjedtségére vonatkozóan

A társadalmi vállalkozások nem egységes hazai definíciója, és a változatos, nonprofit és civil szervezetek bizonyos körét is társadalmi vállalkozásként értelmező fogalomhasználat eredményeképpen nagyon különböző becslések állnak rendelkezésre a hazai társadalmi vállalkozások számát illetően. A tanulmányok egy része a nonprofit szférából indul ki, más része a hazai szociális szövetkezeteket tekinti társadalmi vállalkozásnak, és a különböző megközelítések együttes alkalmazása is megfigyelhető.

Magyarországon először a Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központjának Észak-Magyarországi Osztálya folytatott vizsgálatot 2004 és 2005-ben, és az Észak-Magyarországi Régióban az ott működő 5828 nonprofit szervezet közül 60 ún. szociális vállalkozást azonosítottak (G. Fekete-Solymár, 2005:81). Ezt az eredményt felhasználva először Petheő (2009) végzett országos becslést a szociális vállalkozások számára vonatkozóan. A nonprofit szervezetek számából kiindulva, az észak-magyarországihoz hasonló arányt feltételezve, és egy angol kutatási definíciót alkalmazva feltételként szabta, hogy a bevételek legalább 25 százaléka vállalkozási tevékenységből származzon. Ezek alapján 512 szervezetre becsülte a társadalmi vállalkozások számát. Az 512 szervezet közül 206 magánalapítvány, 35 közalapítvány, 238 egyesület, 31 közhasznú társaság és 2 egyéb szervezeti formában működött. Együttesen 1161 főállású alkalmazottal, 184 szerződött alkalmazottal, 2824 alkalmi önkéntessel és 1332 rendszeres önkéntessel rendelkeznek. Az egy szervezetre jutó átlag foglalkoztatotti létszám 3 fő volt. Az így szociális vállalkozás kategóriába eső szervezetek többsége vagy egyáltalán nem rendelkezett alkalmazottal, vagy csak 1 alkalmazottja volt (Petheő 2009:97).

6. táblázat: A magyarországi társadalmi vállalkozások becsült száma

Típus	Teljes regisztrált szám	% az EU működési kritérium alapján	A társadalmi vállalkozások becsült száma
„Régi típusú” 2007-1013 között alapított szociális szövetkezetek	260	100%	260
„Új típusú” 2013 után alapított szociális szövetkezetek	250	100%	250
Hagyományos szövetkezetek	3000	20%	600

Típus	Teljes regisztrált szám	% az EU működési kritérium alapján	A társadalmi vállalkozások becsült száma
Vállalkozási tevékenységet végző egyesületek és alapítványok	400	100%	400
Társadalmi célú nonprofit vállalkozások	2600	60%	1560
Összesen	6510	-	3070

Forrás: saját szerkesztés G. Fekete et al. 2014:12 alapján

Az Európai Bizottság megbízásából készülő, a London School of Economics által vezetett SELUSI kutatás során hólabda módszerrel 104 magyarországi társadalmi szervezetet vizsgáltak. A cél a működés sajátosságainak felmérése volt, nem a társadalmi vállalkozások számának meghatározása (Selusi, 2010). Ez alapján és a saját tapasztalatai alapján a NESsT azt a következtetést vonta le, hogy „Magyarországon még mindig nem beszélhetünk társadalmi vállalkozások tömeges jelenlétéről.” (Tóth et al. 2011:25)

Az Országos Foglalkoztatási Közhazsnú Nonprofit Kft. számára készített Hozzáadott Helyi Érték Díj Kézikönyv 2490 szociális szövetkezetet vizsgál, ezeket tekintve társadalmi vállalkozásnak, jóval nagyobbak tekinthető a szektor mérete (Soltész 2015:23). A legutóbbi átfogó vizsgálatra a társadalmi vállalkozási szektor felmérése és méretének meghatározása érdekében 2014-ben került sor, G. Fekete Éva és szerzőtársai a szociális gazdaság helyzetéről az Európai Bizottság számára készített országrportjukban az európai definíciót alapul véve a szektorhoz tartozó szervezetek számát becsülték meg. Ez alapján a társadalmi vállalkozások száma 3360-ra tehető Magyarországon, összetételüket a 6. táblázat tartalmazza (G. Fekete et al. 2014:12).

A társadalmi vállalkozások legfontosabb problémái a pénzügyi függőség, a szűkös és bürokratikus finanszírozás, a támogatás átláthatatlansága és a politikai befolyásoltság. Nincs a társadalmi vállalkozásokra vonatkozó törvény, egységes szabályozás vagy hosszú-távú stratégia, melynek eredménye egy jogi és szakpolitikai környezet. További belső gyengeségek a lehetséges piacok elégtelensége (különösen a hátrányos helyzetű régiókban), az üzleti befektetők hiánya, az elégtelen üzleti és menedzsment ismeretek, valamint az ismertség hiánya (G. Fekete et al. 2014; G. Fekete et al. 2017).

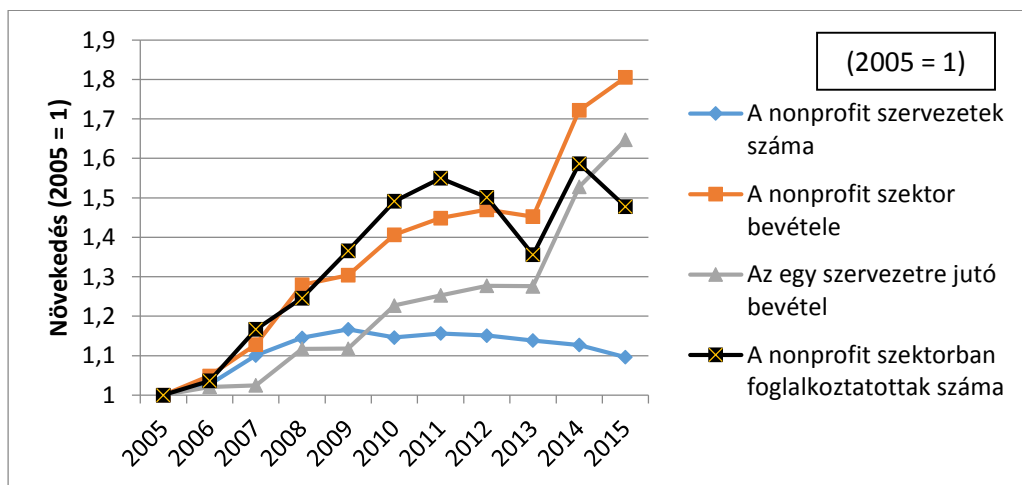
3. A társadalmi vállalkozások potenciális szervezeti körének területi és szektorális jellemzői statisztikai adatok alapján

3.1. A nonprofit szektor főbb statisztikai jellemzői

A KSH adatai szerint 2015-ben 62.152 működő nonprofit szervezetet tartottak nyilván, mely szervezetek által elért összes bevétel 1.543.389,927 MFt volt. Egy szervezetre átlagosan 24.832,5 eFt árbevétel jutott. A szektor által foglalkoztatottak száma 142.117 fő volt.

A nonprofit szektor gazdasági súlya a 2005 és 2015 közötti időszakban nőtt. Az 23. ábra a nonprofit szervezetek számának, a szektor bevételének, az egy szervezetre jutó bevételnek és a szektorban foglalkoztatottak számának növekedését mutatja a 2005. évi adatokhoz képest. Látható, hogy a nonprofit szervezetek száma a vizsgált időszakban 2009-ig emelkedést mutat, majd ettől kezdve egy megtorpanást követően némi csökkenés figyelhető meg a szervezetek számában. 2015-re mintegy 10 százalékkal több nonprofit szervezet működött, mint 2005-ben. Figyelemre méltó azonban, hogy a szervezetek számának ilyen irányú változása mellett jelentős növekedés volt tapasztalható a szektor bevételében (a 2005. évi bevételhez képest 1,8-szoros növekedés). A szektor által foglalkoztatottak száma szintén jelentősen, mintegy 1,48-szorosára nőtt a 2005. évi foglalkoztatotti létszámhoz képest.

Tekintve, hogy a szervezetek száma csak mintegy 10 százalékkal nőtt, az egy szervezetre jutó bevétel (a 2005. évi egy szervezetre jutó bevételhez képest 1,65-szörös növekedés) és az egy szervezetre jutó foglalkoztatotti létszám is emelkedett.



23. ábra: A nonprofit szektor néhány jellemző adatának változása a 2005. évi adatokhoz képest
Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés (Statinfo, Technikai azonosító: PG1001)
<http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>

3.1.1. A nonprofit szektor jellemzőinek tevékenységcsoportonkénti bemutatása

A nonprofit szervezetek osztályozási rendszere (NSZOR) 18 tevékenységi főcsoportot különböztet meg. A nonprofit szektor jellemzőinek tevékenységcsoportonkénti bemutatását a KSH „3.2.14. A nonprofit szervezetek száma, megoszlása és összes bevétele tevékenységcsoportok szerint (2005–)” című adattáblája alapján foglaljuk össze³.

A nonprofit szervezetek számának megoszlása tevékenységcsoportok szerint 2005–2015 között csak kisebb változásokat mutatott, nagy struktúraváltozás lényegében nem történt. Általánosan elmondható, hogy a szervezetek több mint 70 százaléka (2005-ben 77,5 százaléka, azaz mintegy 48.218 szervezet) 7 tevékenységi főcsoportba tartozik. Ezek a 2015. évi adatok sorrendjében: szabadidő, hobbi (15,7%, 9.839 szervezet) sport (14,3%, 8.865 szervezet), kultúra (14,2%, 8.830 szervezet), oktatás (13,2%, 8.173 szervezet), szociális ellátás (9,1%, 5.641 szervezet), településfejlesztés (5,5%, 3.438 szervezet), "szakmai, gazdasági érdekképviselő" (5,5%, 3.432 szervezet).

A nonprofit szervezetek bevételeinek megoszlása tevékenységcsoportok szerint 2005–2015 között szintén nem mutatott nagy struktúraváltozást, ám valamivel nagyobb mozgást figyelhetünk meg az arányokban. Általánosan elmondható, hogy a szektor bevételeinek több mint 70 százaléka (2005-ben 77,6 százaléka,) 7 tevékenységi főcsoportba tartozik. Ezek a 2015. évi adatok sorrendjében: *településfejlesztés* (17,4%), *kultúra* (13,4%), *sport* (11,6%), *gazdaságfejlesztés* (9%), *oktatás* (8,9%), *"szakmai, gazdasági érdekképviselő"* (8,9%), *szociális ellátás* (8,4%).

Látható, hogy a két szempont szerint kiemelt 7 tevékenységi főcsoport nagyszámú átfedésben van.

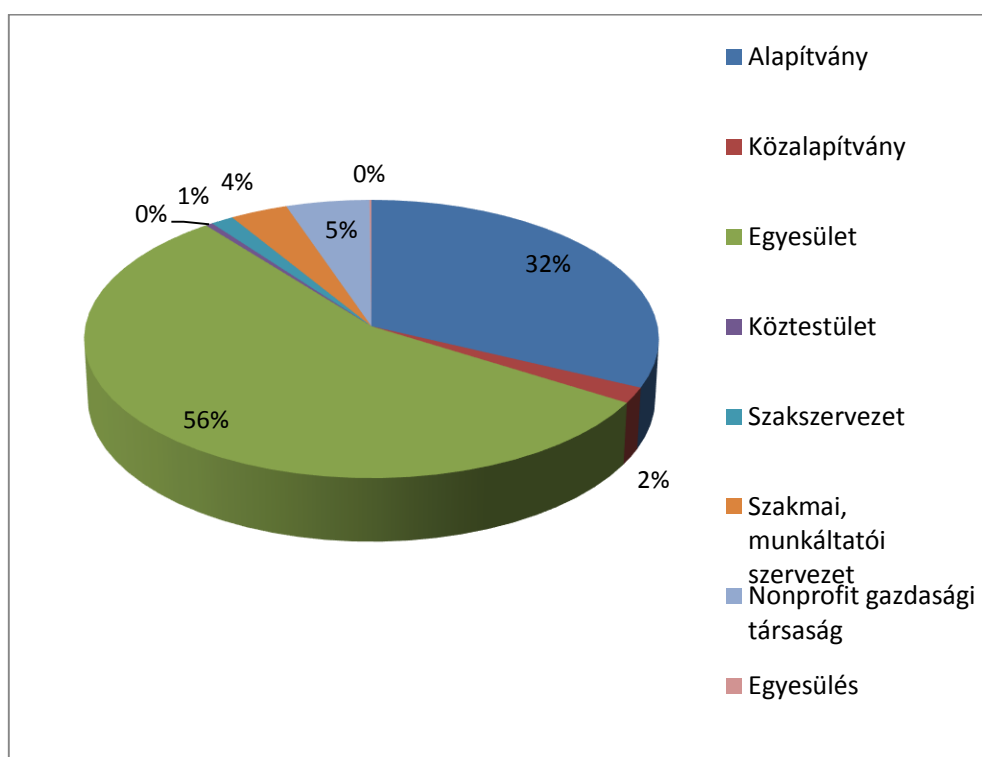
A 18 tevékenységi főcsoportot tekintve, az egyes csoportokba tartozó szervezetek bevétele 2005-ről 2015-re három tevékenységcsoport (a vallás, a politika és a többcélú adományosztás, támogatás) kivételével nőtt. A legnagyobb bevételnövekedés a sport (4,29-szeres), a kutatás (3,32-szeres), a településfejlesztés (2,88-szoros) a környezetvédelem (2,37-szeres) és a polgárvédelem, tűzoltás (2,01-szeres) területén következett be. A tevékenységcsoportok egy szervezetre jutó bevétel szerinti sorrendje (2015. évi adatok szerint) gazdaságfejlesztés (87.506 eft), településfejlesztés (78.211 eft), kutatás (56.411 eft), "szakmai, gazdasági érdekképviselő"(40.127 eft), környezetvédelem (37.153 eft).

³ https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg004.html

3.1.2 A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint

A nonprofit szektor jellemzőinek szervezeti formák szerinti bemutatását a KSH „3.2.15. A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint (2005–)” című adattáblája alapján foglaljuk össze⁴.

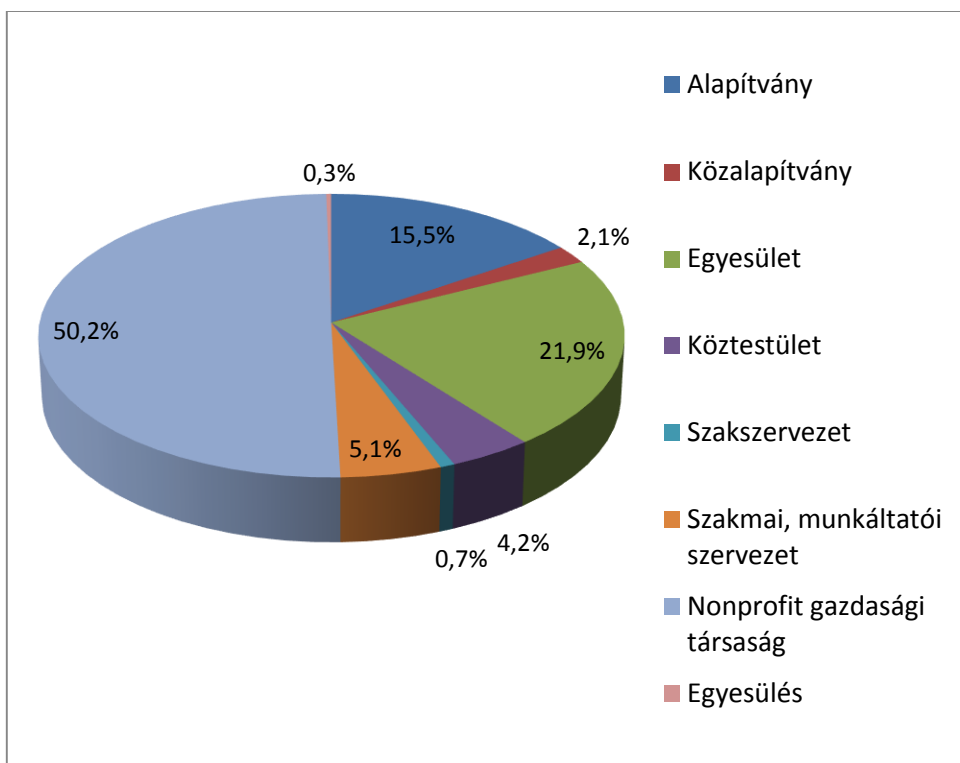
A 24. ábrán látható, hogy a 2015. évi adatok alapján a nonprofit szektorban a leggyakoribb szervezeti forma az egyesület (56%) és az alapítvány (32%). A nonprofit gazdasági társaságok részaránya 5 %. 2005. év adataihoz képest lényeges eltolódás nem következett be a szervezeti formák megoszlása terén, kisebb átrendeződések azonban megfigyelhetők (figyelembe véve a jogszabályi változásokat is).



24. ábra: A nonprofit szervezetek számának megoszlása szervezeti forma szerint, 2015. évi adatok alapján
Forrás: a KSH „3.2.15. A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint (2005–)” című adattáblája alapján saját szerkesztés

⁴ https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg005a.html

Lényeges összefüggést fedezhetünk fel, ha megvizsgáljuk a nonprofit szektor bevételeinek szervezeti forma szerinti megoszlását (25. ábra).



25. ábra: A nonprofit szektor bevételeinek megoszlása szervezeti forma szerint, 2015. évi adatok alapján
 Forrás: a KSH „3.2.15. A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint (2005–)” című adattáblája alapján saját szerkesztés

A bevételek több mint 50 százaléka a nonprofit gazdasági társaságoknál keletkezett 2015-ben annak ellenére, hogy a szervezetek mindössze 5 százaléka működött ebben a formában. (2005-ben a közhasznú társasági kör bevételei 36,3 százalékot tettek ki az összbevételből.) Az egyesületek adták a szektor bevételeinek 21,9 százalékát, míg az alapítványok mindössze a 15,5 százalékát. A későbbi nonprofit gazdasági társasági kör 2015. évi bevétele mintegy 2,5-szöröse a közhasznú társasági kör bevételei 2005. évi értékének. Az egyesületek bevétele több mint a duplájára, az alapítványok bevétele 1,25-szörösére nőtt 2005 és 2015 között. Az egy szervezetre jutó bevétel a nonprofit gazdasági társaságok esetében 25-ször nagyobb, mint az egyesületek, és 20-szor nagyobb, mint az alapítványok esetében, a 2015. évi adatok szerint.

Az 7. számú táblázat a nonprofit szektor bevételi szerkezetét mutatja, 2015. évi adatok alapján.

7. táblázat: A nonprofit szektor bevételi szerkezete, 2015. évi adatok alapján

Adatok %-ban	Állami támogatás	Magán támogatás	Alap tevékenység bevétele	Gazdálkodási tevékenység bevétele	Egyéb tevékenység bevétele	Össze- sen
Alapítvány	34,2	46,4	13,1	6,0	0,4	100,0
Köz- alapítvány	51,8	39,9	4,4	3,6	0,2	100,0
Egyesület	35,6	22,4	31,9	8,2	1,9	100,0
Köztisztület	49,9	8,1	38,7	3,2	0,1	100,0
Szak- szervezet	10,1	14,8	59,3	15,7	0,1	100,0
Szakmai, munkáltatói szervezet	7,7	3,6	75,6	13,0	0,0	100,0
Nonprofit gazdasági társaság	32,7	12,3	20,3	34,3	0,5	100,0
Egyesülés	1,5	0,9	14,6	82,6	0,4	100,0
Összesen	33,1	19,7	25,3	21,2	0,7	100,0

Forrás: a KSH., 3.2.15. A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint (2005-) " című adattáblája alapján saját szerkesztés

Az 7. számú táblázatból jól látható, hogy a 2015. évi adatok alapján a szektor egészét tekintve az állami és magán támogatások együttes aránya mintegy 52,8 százalékot tesz ki a bevételi struktúrában, valamint 47,2 százalékot képvisel az alaptevékenység, a gazdálkodási tevékenység és az egyéb tevékenység bevétele együttesen. Ezek az arányok azonban eltérnek az egyes szervezeti formák szerint. Így például kiemelve a 3 leggyakoribb szervezeti formát, az egyesületet, az alapítványt és a nonprofit gazdasági társaságokat, az alábbi különbségek fedezhetők fel a bevételi szerkezetben. Az egyesületek esetében a bevételek 58 százaléka származik támogatásokból, míg 42 százaléka az alap-, a gazdálkodási és egyéb tevékenységéből. Az alapítványok bevételi szerkezetében 80 százalék feletti a támogatások aránya, míg a nonprofit gazdasági társaságok esetében a bevételek 55 százaléka az alap, a gazdálkodási és az egyéb tevékenységekből származik.

3.1.3. A nonprofit szervezetek száma és bevételei bevétel nagyság szerint

8. táblázat: A nonprofit szervezetek száma és bevételei bevétel nagyság szerint 2015-ben

Bevétel nagyság, ezer Ft	A szervezetek		A bevételek	
	száma	megoszlása, %	összege, millió Ft	megoszlása, %
0-50	9 047	14,6	102,8	0,0
51-500	15 478	24,9	3 655,1	0,2
501-5000	22 758	36,6	41 170,9	2,7
5001- 50000	11 573	18,6	184 321,1	11,9
50001-	3 296	5,3	1 314 140,0	85,2
Összesen	62 152	100,0	1 543 389,9	100,0

Forrás: KSH 3.2.16. A nonprofit szervezetek száma és bevételei bevétel nagyság szerint (2005–) című adattáblája⁵ alapján saját szerkesztés

A 8. táblázat adataiból látható, hogy a nonprofit szervezetek legnagyobb aránya (36,6 százaléka) az 501-5000 eFt bevételi sávba esik, ezt követi az 51-500 eFt bevételi sávba eső szervezetek aránya (24,9 %). A továbbiakban az 500 eFt bevételnél nagyobb bevételű szervezeteket emeljük ki elemzésünkben. Ennek magyarázatát később fejtjük ki. Az adatok alapján látható, hogy összesen 37.627 szervezetnek (a szervezetek 60,5 százalékanak) van 500 ezer forint felett a bevétele. Ezen szervezetek bevétele azonban lefedi a teljes nonprofit szektor bevételeinek 99,8 százalékát.

3.2 A társadalmi vállalkozások potenciális köre

Mivel Magyarországon a „társadalmi vállalkozás” nem egyértelműen beazonosítható kategória, a potenciális szervezeti kör meghatározásához felállítottunk néhány szűrő feltételt. Ezek alapján az alábbi szervezeteket tekintettük a társadalmi vállalkozások potenciális körének (zárójelben a GFO kódok)⁶:

- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező alapítványok (569-egyéb alapítvány), egyesületek (529-egyéb egyesületek), egyházi szervezetek (552 – elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy),
- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező nonprofit gazdasági társaságok (572 – nonprofit korlátolt felelősségű társaság, 573 – nonprofit részvénytársaság, 575 – nonprofit közkereseti társaság, 576 – nonprofit betéti társaság),
- a szociális szövetkezetek (121).

⁵ https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg006.html

⁶ A társadalmi vállalkozások körébe for profit szervezeteket is beleérthetünk, azonban ez a kör meglehetősen kiszélesítené az alapsokaságot és bizonytalanná tenné az elemzéseket, így a további elemzések ezt a szervezeti kört nem tartalmazzák.

Ez a megközelítés lényegében összhangban van a GINOP-5.1.3.-16 „Társadalmi célú vállalkozások ösztönzése” projekt célcsoportjával, mely projektfelhívásában⁷ az alábbi kritériumok szerepelnek (24-25. oldal) a támogatást igénylők körére vonatkozóan. „Társadalmi vállalkozásnak tekinthetők azon nonprofit gazdasági társaságok és civil szervezetek (egyesületek, alapítványok), valamint egyes olyan egyházi szervezetek, szociális szövetkezetek, amelyek társadalmi célkitűzéseik mellett üzleti területen megvalósítható célkitűzésekkel is rendelkeznek, gazdálkodásuk eredményét a társadalmi cél érdekében visszaforgatják, költségvetésükben és szervezeti működésükben érvényesítik a részvételen alapuló döntéshozatal elvét.” A kiírásra kizárólag olyan szervezetek pályázhatnak, amelyek a leírt feltételek mindegyikének megfelelnek. Így például az egyik feltétel, hogy 15 millió Ft-ot meghaladó igényelt támogatás esetén az éves átlagos statisztikai állományi létszámuk a támogatási kérelmek benyújtását megelőző legutolsó lezárt, teljes üzleti évben minimum 1 fő. Jogi forma szerint pedig az alábbiakat sorolja fel a pályázati felhívás:

- kettős könyvvitelt vezető jogi személyiségű non-profit gazdasági társaságok (572-Nonprofit korlátolt felelősségű társaság, 573-Nonprofit részvénytársaság, 575-Nonprofit közkereseti társaság, 576-Nonprofit betéti társaság)
- szociális szövetkezetek (121)
- alapítványok (569 – egyéb alapítvány)
- egyesületek (529 – egyéb egyesület)
- egyházi szervezetek (552 - elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy).

Megközelítésünk összhangban van továbbá az OFA Országos Foglalkoztatási Közhazsnú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság és az IFKA Iparfejlesztési Közhazsnú Nonprofit Kft. konzorciuma által megvalósított „PiacTárs” kiemelt projekt célcsoportjával⁸.

Szintén összhangban van az Erste Bank inkubációs programjával (Erste SEEDS) (Social Enterprise Establishment and Development Support, SEEDS), melynek célcsoportját szervezeti szempontból elsősorban a már bejegyzett nonprofit jellegű szervezetek (pl. nonprofit kft., alapítvány, egyesület, szociális szövetkezet) alkotják. Az ettől eltérő szervezeti forma vagy a még be nem jegyzett szervezet nem kizáró ok, de pénzügyi támogatást csak a 2017 júliusáig bejegyzett, nonprofit jellegű szervezetek kaphatnak.⁹

A fent leírt megfontolások alapján az alábbi szervezeti kör tartozik a potenciális társadalmi vállalkozások alapsokaságába:

- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező alapítványok (569-egyéb alapítvány), egyesületek (529-egyéb egyesületek), egyházi szervezetek (552 – elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy),

⁷ file:///C:/Users/Inspiron/Downloads/Felh%C3%ADv%C3%A1s-374.pdf

⁸ <http://ofa.hu/hu/piactars>

⁹ <http://www.erstebank.hu/extras/ersteseeds/index.html>

- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező nonprofit gazdasági társaságok (572 – nonprofit korlátolt felelősségű társaság, 573 – nonprofit részvénytársaság, 575 – nonprofit közkereseti társaság, 576 – nonprofit betéti társaság),
- a szociális szervezetek (121).

3.2.1. A potenciális társadalmi vállalkozások területi és szektorális jellemzői

Az elemzés során feltérképezzük

- a hazánkban potenciálisan társadalmi vállalkozásként működő szervezetek számát
- A potenciális társadalmi vállalkozások szervezeti formáit
- A potenciális társadalmi vállalkozások tevékenységi profiljait
- A potenciális társadalmi vállalkozások területi és szektorális megoszlását.

3.2.1.1 Alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok köre

A KSH adatai szerint a legalább évi 500 eFt bevétellel és 1 foglalkoztatottal rendelkező alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok száma együttesen 2015-ben 9.716 volt. Ezen szervezetek együttesen 1.184.190 millió Ft bevételt értek el 2015-ben, 134.806 főt foglalkoztattak, melyekből 95.458 főállású, teljes munkaidős foglalkoztatott volt. Ez a 9.716 szervezet az összes nonprofit szektorban működő szervezet mindössze 15,6 százalékát fedi le a szervezetek számát illetően, ám a bevételeket tekintve a nonprofit szektor által teremtett bevételek 76,7 százaléka ezen szervezeteknél keletkezik, és a szektor által foglalkoztatottak 94,9 százaléka ezen szervezeti körhöz tartozik.

A 9. számú táblázat a vizsgált szervezeti kör regionális megoszlását mutatja.

9. táblázat: Alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok együttes száma és megoszlása régiók szerint, 2015-ben

Főváros, Régió	Összes Alapítvány+Egyesület+Nonprofit gazdasági társaság (összes bevétel >= 500 ezer Ft és foglalkoztatott > 0)							
	Szervezet-szám (db)	Szervezet arány (%)	Összes bevétel (millió Ft)	Összes bevétel arány (%)	Összes foglalkoztatott (fő)	Összes foglalkoztatott arány (%)	Összes főállású, teljes munkaidős (fő)	Összes főállású, teljes munkaidős arány (%)
Dél-Alföld	1 314	13,52	116 720	9,86	14 441	10,71	10 686	11,19
Dél-Dunántúl	1 039	10,69	70 749	5,97	12 645	9,38	8 142	8,53
Észak-Alföld	875	9,01	74 785	6,32	13 588	10,08	8 801	9,22
Észak-Magyarország	1 824	18,77	150 457	12,71	20 879	15,49	15 113	15,83
Közép-Dunántúl	878	9,04	66 114	5,58	11 024	8,18	8 616	9,03
Közép-Magyarország	3 024	31,12	655 915	55,39	56 843	42,17	40 124	42,03
Nyugat-Dunántúl	762	7,84	49 450	4,18	5 386	4,00	3 976	4,17
Összesen	9 716	100,00	1 184 190	100,00	134 806	100,00	95 458	100,00

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

10. táblázat: Alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok jellemző adatai megyék szerint, 2015-ben

Főváros, megye	Főváros, Régió	Összes Alapítvány+Egyesület+Nonprofit gazdasági társaság (összes bevétel >= 500 ezer Ft és foglalkoztatott > 0)							
		Szerveze t-szám (db)	Szervezet arány (%)	Összes bevétel (millió Ft)	Összes bevétel arány (%)	Összes foglalkoz- tatott (fő)	Összes foglalkoz- tatott arány (%)	Összes főállású, teljes munkaidős (fő)	Összes főállású, teljes munkaidős arány (%)
Bács-Kiskun	Dél-Alföld	448	4,6	36 336	3,1	5 891	4,4	4 834	5,1
Békés	Dél-Alföld	395	4,1	17 672	1,5	3 596	2,7	2 280	2,4
Csongrád	Dél-Alföld	471	4,8	62 712	5,3	4 954	3,7	3 572	3,7
Baranya	Dél-Dunántúl	372	3,8	20 622	1,7	3 573	2,7	2 760	2,9
Somogy	Dél-Dunántúl	453	4,7	36 308	3,1	6 779	5,0	4 262	4,5
Tolna	Dél-Dunántúl	214	2,2	13 819	1,2	2 293	1,7	1 120	1,2
Hajdú-Bihar	Észak-Alföld	452	4,7	44 678	3,8	8 352	6,2	5 230	5,5
Jász-Nagykun- Szolnok	Észak-Alföld	180	1,9	11 491	1,0	1 528	1,1	1 112	1,2
Szabolcs- Szatmár-Bereg	Észak-Alföld	243	2,5	18 616	1,6	3 708	2,8	2 459	2,6
Borsod-Abaúj- Zemplén	Észak- Magyarország	549	5,7	41 511	3,5	6 792	5,0	5 543	5,8
Heves	Észak- Magyarország	281	2,9	13 514	1,1	2 394	1,8	1 460	1,5
Nógrád	Észak- Magyarország	994	10,2	95 432	8,1	11 693	8,7	8 110	8,5
Fejér	Közép- Dunántúl	337	3,5	34 764	2,9	3 671	2,7	2 972	3,1
Komárom- Esztergom	Közép- Dunántúl	193	2,0	8 658	0,7	4 046	3,0	3 853	4,0
Veszprém	Közép- Dunántúl	348	3,6	22 692	1,9	3 307	2,5	1 791	1,9
Budapest	Közép- Magyarország	2 696	27,7	638 128	53,9	54 289	40,3	38 290	40,1
Pest	Közép- Magyarország	328	3,4	17 787	1,5	2 554	1,9	1 834	1,9
Győr-Moson- Sopron	Nyugat- Dunántúl	310	3,2	24 752	2,1	2 573	1,9	1 765	1,8
Vas	Nyugat- Dunántúl	200	2,1	11 318	1,0	1 147	0,9	899	0,9
Zala	Nyugat- Dunántúl	252	2,6	13 380	1,1	1 666	1,2	1 312	1,4
Összesen		9 716	100,0	1 184 190	100,0	134 806	100,0	95 458	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

A 9. táblázat adataiból látható, hogy mind a szervezetek számát, mind a bevételeket és a foglalkoztatottak számát tekintve a Közép-Magyarországi Régió a leghangsúlyosabb, beleértve a fővárost is. A vizsgált szervezeti kör 31,12 százaléka ebben a régióban tevékenykedik, a bevételek 55,4 százaléka, a foglalkoztatottaknak pedig 42,17 százaléka adódik ebből a régióból. A második legtöbb szervezetet tömörítő régió az Észak-Magyarországi Régió, a szervezetek mintegy 19 százaléka itt található. A régió részesedése a vizsgált szervezeti kör által teremtett bevételen belül mintegy 13 százalék, a foglalkoztatást tekintve pedig 15,5 százalék a részesedése. A legkevesebb szervezet a

Nyugat-Dunántúli régióban található, mind a bevételek, mind a foglalkoztatottak terén alacsony a régió részesedése a vizsgált körben.

A 10. számú táblázat a vizsgált szervezeti kör megyék szerinti megoszlását mutatja. Megyék szerint vizsgálva a szervezetek megoszlását elmondható, hogy megfigyelhető egy viszonylagos egyenletesség. A legtöbb megye részesedése a vizsgált szervezetek körében 2-4% körül alakul. Budapest 27,7 százalékos részesedése kiugróan magas. A főváros mellett ki kell még emelni Nógrád megyét 10,2 százalékos, és Borsod-Abaúj-Zemplén megyét 5,7 százalékos részesedésével. Nógrád megye mind a bevétel (8,1%), mind a foglalkoztatottak (8,7%) arányát tekintve magasabb részesedéssel bír. A foglalkoztatás szempontjából ki kell emelni Hajdú-Bihar (6,2%), Borsod-Abaúj-Zemplén (5%), és Csongrád (5%) megyék részesedését.

Településtípusok szerint vizsgálva a fő jellemzőket azt tapasztaljuk, hogy nagyjából egyenletesen oszlanak meg a szervezetek a főváros, a megyeszékhelyek, városok és községek között. Nyilvánvalóan, ha figyelembe vesszük, hogy a települések száma településtípusonként nagyban különbözik, mégis egyfajta koncentrációt tapasztalunk. A főváros magába foglalja a szervezetek 27,7 százalékát, a megyeszékhelyek pedig a 22,7 százalékát. Ez azt jelenti, hogy a szervezetek fele 20 nagyvárosban koncentrálódik. Ugyanígy a bevételek 74,2 százaléka, a foglalkoztatottaknak pedig 66,8 százaléka koncentrálódik ezen nagyvárosokban (11. táblázat).

11. táblázat: Alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok jellemző adatai településtípusok szerint, 2015-ben

Településtípus	Összes Alapítvány+Egyesület+Nonprofit gazdasági társaság (összes bevétel >= 500 ezer Ft és foglalkoztatott > 0)							
	Szervezet-szám (db)	Szervezet arány (%)	Összes bevétel (millió Ft)	Összes bevétel arány (%)	Összes foglalkoztatott (fő)	Összes foglalkoztatott arány (%)	Összes főállású, teljes munkaidős (fő)	Összes főállású, teljes munkaidős arány (%)
Főváros	2 696	27,7	638 126	53,9	54 289	40,3	38 290	40,1
Megyeszékhely	2 201	22,7	240 299	20,3	35 714	26,5	25 457	26,7
Többi város	2 852	29,4	239 901	20,3	34 169	25,3	24 432	25,6
Község	1 967	20,2	65 864	5,6	10 634	7,9	7 279	7,6
Összesen	9 716	100,0	1 184 190	100,0	134 806	100,0	95 458	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

A 12. táblázat a fő tevékenységszoportonként mutatja a potenciális társadalmi vállalkozási kör főbb statisztikai jellemzőit.

A legtöbb szervezet a szabadidő (17,6%), sport (14,4%), szociális ellátás (14,4%) és a kultúra (11,9%) területén tevékenykedik. A bevételek szerint a településfejlesztés (22%), a kultúra (14,5%), a gazdaságfejlesztés (11,3%) és a sport (10,5%) tevékenységek állnak a rangsor élén. A foglalkoztatásban betöltött szerepük szerint a gazdaságfejlesztés

(23,6%), a településfejlesztés (17,8%), a szociális ellátás (17,3%) és a kultúra (10,3%) tevékenységcsoportok állnak az élen.

12. táblázat: Alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok jellemző adatai fő tevékenységcsoportok szerint, 2015-ben

Tevékenységcsoport	Összes Alapítvány+Egyesület+Nonprofit gazdasági társaság (összes bevétel >= 500 ezer Ft és foglalkoztatott > 0)							
	Szervezet-szám (db)	Szervezet arány (%)	Összes bevétel (millió Ft)	Összes bevétel arány (%)	Összes foglalkoztatott (fő)	Összes foglalkoztatott arány (%)	Összes főállású, teljes munkaidős (fő)	Összes főállású, teljes munkaidős arány (%)
Kultúra	1 154	11,9	172 035	14,5	13 862	10,3	10 201	10,7
Vallás	150	1,5	3 289	0,3	520	0,4	375	0,4
Sport	1 399	14,4	124 814	10,5	8 886	6,6	6 098	6,4
Szabadidő	1 711	17,6	42 191	3,6	4 941	3,7	3 455	3,6
Oktatás	868	8,9	90 843	7,7	5 465	4,1	4 001	4,2
Kutatás	320	3,3	71 270	6,0	3 273	2,4	2 621	2,7
Egészségügy	433	4,5	63 002	5,3	8 379	6,2	6 195	6,5
Szociális ellátás	1 397	14,4	112 836	9,5	23 383	17,3	16 169	16,9
Polgárvédelem, tűzoltás	64	0,7	3 074	0,3	448	0,3	389	0,4
Környezetvédelem	407	4,2	71 729	6,1	6 617	4,9	5 818	6,1
Településfejlesztés	638	6,6	261 110	22,0	24 027	17,8	22 897	24,0
Gazdaságfejlesztés	709	7,3	133 441	11,3	31 792	23,6	14 735	15,4
Jogvédelem	157	1,6	15 943	1,3	1 688	1,3	1 379	1,4
Közbiztonság védelme	66	0,7	2 657	0,2	334	0,2	232	0,2
Többcélú adományozás	70	0,7	4 411	0,4	462	0,3	365	0,4
Nemzetközi kapcsolatok	121	1,2	7 286	0,6	551	0,4	393	0,4
Szakmai érdekképviselő	8	0,1	615	0,1	24	0,0	19	0,0
Politika	44	0,5	3 644	0,3	154	0,1	116	0,1
Összesen	9 716	100,0	1 184 190	100,0	134 806	100,0	95 458	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

13. táblázat: Az alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok szervezeti forma szerinti jellemzői külön-külön

	Alapítvány	Egyesület	Nonprofit gazdasági társaság	Összesen
Szervezetszám (db)	2 298	5 181	2 237	9 716
Szervezet arány (%)	23,7	53,3	23,0	100,0
Összes bevétel (millió Ft)	180 457	253 549	750 184	1 184 190
Összes bevétel arány (%)	15,2	21,4	63,3	100,0
Összes foglalkoztatott (fő)	18 052	26 586	90 168	134 806
Összes foglalkoztatott arány (%)	13,4	19,7	66,9	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

A 13. táblázatból látható, hogy a vizsgált szervezeti kör több mint fele (53,3%) egyesületi formában működik. 23,7 százalékuk alapítvány, 23 százalékuk pedig nonprofit gazdasági társaság. A teremtett bevétel és a foglalkoztatásban betöltött szerepük alapján viszont a

nonprofit gazdasági társaságok nagy súlyát kell kiemelnünk. A bevételek 63,3 százalékát, a foglalkoztatottaknak pedig a 66,9 százalékát a nonprofit gazdasági társaságok adják.

3.2.1.2 Szociális szövetkezetek és egyházi szervezetek köre

A potenciális társadalmi vállalkozások egyik formájának a szövetkezeteket, azon belül a szociális szövetkezeteket tekintjük. A KSH adatbázisa szerint (Gazdasági Szervezetek Regisztere alapján) Magyarországon 2015-ben 2.681 szociális szövetkezetet tartottak nyilván. Egy másik szervezet típust, az egyházi szervezeteket (552 - elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy) is érdemes megemlíteni, mint a társadalmi vállalkozások potenciális szervezeti formáját. 2015-ben a Gazdasági Szervezetek Regisztere alapján Magyarországon 617 ilyen szervezetet tartottak nyilván.

A 14. táblázat a szociális szövetkezetek és az egyházi szervezetek megyei bontását mutatja. Mindkét szervezet típus esetében ki kell emelni Borsod-Abaúj-Zemplén megye relatíve magas arányát.

14. táblázat: A szociális szövetkezetek és az egyházi szervezetek megyei bontásban

Megye	Szociális szövetkezetek száma (GFO: 121)	Egyházi szervezetek száma (GFO: 552)	Szociális szövetkezetek megoszlása megyénként (%)	Egyházi szervezetek megoszlása megyénként (%)
Bács-Kiskun	195	22	7,3	3,6
Baranya	162	38	6,0	6,2
Békés	104	29	3,9	4,7
Borsod-Abaúj-Zemplén	426	83	15,9	13,5
Budapest	188	101	7,0	16,4
Csongrád	240	14	9,0	2,3
Fejér	98	23	3,7	3,7
Győr-Ménfőcsanak-Sopron	47	9	1,8	1,5
Hajdú-Bihar	187	34	7,0	5,5
Heves	136	27	5,1	4,4
Jász-Nagykun-Szolnok	94	27	3,5	4,4
Komárom-Esztergom	38	32	1,4	5,2
Nógrád	78	6	2,9	1,0
Pest	153	60	5,7	9,7
Somogy	101	8	3,8	1,3
Szabolcs-Szatmár-Bereg	238	60	8,9	9,7
Tolna	52	3	1,9	0,5
Vas	25	11	0,9	1,8
Veszprém	72	19	2,7	3,1
Zala	47	11	1,8	1,8
Összesen	2681	617	100,0	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

15. táblázat: A szociális szervezetek és az egyházi szervezetek régiók szerinti száma és megoszlása

Régió	Szociális szervezetek száma (GFO: 121)	Egyházi szervezetek száma (GFO: 552)	Szociális szervezetek megoszlása régióként (%)	Egyházi szervezetek megoszlása régióként (%)
Dél-Alföld	539	65	20,1	10,5
Dél-Dunántúl	315	49	11,7	7,9
Észak-Alföld	519	121	19,4	19,6
Észak-Magyarország	640	116	23,9	18,8
Közép-Dunántúl	208	74	7,8	12,0
Közép-Magyarország	341	161	12,7	26,1
Nyugat-Dunántúl	119	31	4,4	5,0
Összesen	2681	617	100,0	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

16. táblázat: A szociális szervezetek és az egyházi szervezetek TEÁOR szerinti bontásban

Nemzetgazdasági ág kódja	Nemzetgazdasági ág	Szociális szervezetek száma (GFO: 121)	Egyházi szervezetek száma (GFO: 552)	Szociális szervezetek megoszlása TEÁOR szerint (%)	Egyházi szervezetek megoszlása TEÁOR szerint (%)
A	Mezőgazdaság, Erdőgazdálkodás, Halászat	408	0	15,2	0,0
B	Bányászat, Kőfejtés	1	0	0,0	0,0
C	Feldolgozóipar	466	0	17,4	0,0
D	Villamosenergia-, Gáz-, Gőzellátás, Légkondicionálás	3	0	0,1	0,0
E	Vízellátás, szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmentesítés	45	0	1,7	0,0
F	Építőipar	148	0	5,5	0,0
G	Kereskedelem, Gépjárműjavítás	355	0	13,2	0,0
H	Szállítás, raktározás	31	0	1,2	0,0
I	Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás	147	11	5,5	1,8
J	Információ, kommunikáció	47	0	1,8	0,0
K	Pénzügyi, biztosítási tevékenység	5	0	0,2	0,0
L	Ingatlanügyletek	22	5	0,8	0,8
M	Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység	154	1	5,7	0,2
N	Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység	304	1	11,3	0,2
O	Közigazgatás, védelem; Kötelező társadalombiztosítás	10	1	0,4	0,2
P	Oktatás	95	358	3,5	58,0
Q	Humán-egészségügyi, szociális ellátás	89	136	3,3	22,0
R	Művészet, szórakoztatás, szabadidő	54	5	2,0	0,8
S	Egyéb szolgáltatás	295	99	11,0	16,0
T	Háztartás munkaadói tevékenysége, termék előállítása, szolgáltatás végzése saját fogyasztásra	2	0	0,1	0,0
	Összesen	2681	617	100,0	100,0

Forrás: A KSH adatai alapján saját szerkesztés

A szociális szövetkezetek és az egyházi szervezetek régiók szerinti megoszlását a 15. táblázat mutatja. A legtöbb szociális szövetkezet az Észak-Magyarországi régióban (640 szervezet, 23,9%), a Dél-Alföldi régióban (539 szervezet, 20,1%) és az Észak-Alföldi Régióban (519 szervezet, 19,4 %) működik. A legkevesebb szociális szövetkezet a Nyugat-Dunántúli régióban található (számuk 119, a régió részesedése 4,4%). Az egyházi szervezetek a Közép-Magyarországi, az Észak-Alföldi és az Észak-Magyarországi régióban jelennek meg hangsúlyosabban.

A 16. táblázat a szociális szövetkezetek és az egyházi szervezetek TEÁOR szerinti megoszlását mutatja. Látható, hogy a legtöbb szociális szövetkezet a feldolgozóipar (17,4 %), a mezőgazdaság-erdőgazdálkodás-halászat (15,2 %) és a kereskedelem-gépjármű javítás (13,2 %) nemzetgazdasági ágban van nyilvántartva.

Az egyházi szervezetek tevékenységi köre kisebb mértékben szóródik. A legtöbbjük az oktatás (58%), a humán-egészségügyi, szociális ellátás (22%) területén tevékenykedik.

3.2.1.3. A társadalmi vállalkozások alapsokaságának összefoglaló adatai

A társadalmi vállalkozások alapsokasága:

- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező alapítványok (569-egyéb alapítvány), egyesületek (529-egyéb egyesületek), egyházi szervezetek (552 – elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy),
- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező nonprofit gazdasági társaságok (572 – nonprofit korlátolt felelősségű társaság, 573 – nonprofit részvénytársaság, 575 – nonprofit közkereseti társaság, 576 – nonprofit betéti társaság),
- a szociális szövetkezetek (121).

A KSH (Gazdasági Szervezetek Regisztere) adatai szerint 2015-ben a legalább évi 500 ezer Ft bevétellel és 1 foglalkoztatottal rendelkező alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok száma együttesen 9.716 volt, illetve 2.681 szociális szövetkezetet tartottak nyilván, az egyházi szervezetekből 617 darabot tartottak nyilván.

Az 17. táblázatból látható, hogy a társadalmi vállalkozások alapsokaságában a szervezetek 39,8 százaléka egyesületi, mintegy egyötöde szociális szövetkezeti formában működik. Az alapítványok és a nonprofit gazdasági társaságok aránya hasonló nagyságrendet mutat (17,7 és 17,2 százalék). Az egyházi szervezetek 4,7 százalékkal képviseltetik magukat az alapsokaságban.

17. táblázat: Alapsokaság szervezeti jogi forma szerinti megoszlása 2015. évi adatok alapján

	Szervezetek száma jogi forma szerint	Arány jogi forma szerint (%)
Alapítvány	2298	17,7
Egyesület	5181	39,8
Nonprofit gazdasági társaság	2237	17,2
Szociális szövetkezet	2681	20,6
Egyházi szervezet	617	4,7
Összesen	13014	100,0

Forrás: KSH

Az 18. táblázatban az alapsokaság régiónkénti megoszlása látható. A legtöbb szervezet (27,1%) a Közép-Magyarországi régióban található, beleértve a fővárost is. Emellett kiemelednő az Észak-Magyarországi régió magas aránya (19,8%), valamint a Nyugat-Dunántúli régió alacsonyabb aránya (7%). Általában elmondható, hogy a dunántúli régiókban található a társadalmi vállalkozások alacsonyabb aránya. Ez összefüggésben van valószínűsíthetően ezen régiók magasabb fejlettségi szintjével.

18. táblázat: Alapsokaság régiók szerinti megoszlása 2015. évi adatok alapján

Régió	Szervezetek száma régiók szerint	Arány régiók szerint (%)
Dél-Alföld	1918	14,7
Dél-Dunántúl	1403	10,8
Észak-Alföld	1515	11,6
Észak-Magyarország	2580	19,8
Közép-Dunántúl	1160	8,9
Közép-Magyarország	3526	27,1
Nyugat-Dunántúl	912	7,0
Összesen	13014	100,0

Forrás: KSH

Az általunk bemutatott alapsokaság kizárólag működő szervezeteket tartalmazott (a KSH adatai szerint).

3.3.A regisztrált és működő szervezetek száma

Hogy képet kapjunk a regisztrált és a működő szervezetek arányáról, az OPTEN adatbázis rendszerét hívtuk segítségül. Az adatbázis alapján azonban csupán a teljes nonprofit szektorra vonatkozóan tudunk megállapításokat tenni. 2017. júniusi lekérdezés szerint az érvényes adószámmal (nem felfüggesztett, nem törölt adószám) rendelkező nonprofit szervezetek és közhasznú társaságok száma 130.965 volt, melyből 81.130 szervezet (mintegy 62 százalék) működő szervezet. A szociális szövetkezetek esetében 3.358 érvényes adószámmal rendelkező szociális szövetkezetet tartanak nyilván, melyből mintegy 2.666 szervezet működik (mintegy 79%).

4. A társadalmi vállalkozások körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

4.1 A kérdőív és a minta felépítése, a megkérdezés menete

A kérdőív négy fő részből áll. Az első rész alapvetően a hitelesség és a kitöltési minőség garantálásának céljait szolgálta azáltal, hogy tartalmazta a vállalkozások nevesítését (mely adatot később titkosan kezeltünk), illetve a kitöltő beosztását. Az első rész további alrészei a szervezet általános adataira vonatkoztak, magukban foglalva a szervezet alapításának dátumát, a tulajdonosi struktúrát, székhelyét, az aktív működés tényét, stb. A következő néhány kérdés az előbbi alapadatokhoz kapcsolódó mélyebb elemzésnek kívánt megágyazni, azzal, hogy megkérdeztük a pályázati források fontosságát a finanszírozásban, vagy a szervezet alapításának indítékait. Utóbbi kérdés egyben egy következő szakasz határaként is funkcionált, az alapadatokra vonatkozó témakört a foglalkoztatottakra vonatkozó információk gyűjtésével váltottuk fel. A kapcsolódó alapvető információkra vonatkozó (foglalkoztatási forma, jogviszony, munkakör szerinti megoszlások) mellett kettő, a kutatás témaköréhez kötődő speciális kérdést foglalmaztunk meg, így a munkaképesség szerinti megoszlásokra és a hátrányos helyzetűek foglalkoztatására vonatkozókat.

A második fő rész a szervezetek bevételi és ráfordítási jellemzőit, illetve az eredmény mértékét és kezelését tárta fel. A bevételek forrásaiként említettük többek között a központi állami, illetve önkormányzati támogatásokat, a magántámogatásokat vagy a tagdíj bevételeket. A bevételeket további bontásokban is kértük, így információkat szereztünk az alap-, illetve közhasznú tevékenység bevétele és az üzleti, vállalkozási tevékenység bevétele vonatkozásában. Az adatokat az utolsó lezárt és hivatalos adatszolgáltatással rendelkező üzleti évre vonatkozóan kértük be. A költségekre / ráfordításokra a költségnevek fő csoportjai szerinti bontásban kérdeztünk rá (anyagjellegű, személyi jellegű ráfordítások). A bevételek és ráfordítások adatainak bekérése után az eredményre / nyereségre vonatkozóan tettük fel kérdéseinket, beleértve az eredmény visszaforgatására vonatkozó gyakorlatot. A témakör utolsó kérdéseként a bevételekhez kapcsolódó jellemző tevékenységi körökre voltunk kíváncsiak, mely a vállalkozások valódi profiljára vonatkozóan is fontos információkat hordozott, megalapozva a következő kérdőív egész témakörét.

A harmadik fő rész két nagyobb kérdéscsoportra osztható. Az egyik az adott működési területen jellemző sikertényezők és kockázatok feltárását célozta. A másik a társadalmi aspektus elemzésének információbázisát teremtette meg a társadalmi küldetéstől indulva a társadalmi hozzáadott értékek meghatározásán és a társadalmi tevékenység fő célcsoportjain keresztül egészen a társadalmi hatások és mérésük témaköréig. Ide tartozott a tevékenységet segítő együttműködő partnerek feltérképezése is.

A negyedik fő részben a működés értékeléséhez szükséges adatokat gyűjtöttük be. Kíváncsiak voltunk a szervezet életciklusára, sikerességére, belső erősségeire és gyengeségeire, a külső feltételekből eredő lehetőségekre és veszélyekre egyaránt.

Az alapsokaságba sorolás kritériumait az elméleti irodalom feldolgozás következtetéseinek a KSH kategóriáknak való megfeleltetéssel alakítottuk ki. Ez alapján az alapsokaság részének tekintettük:

- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező alapítványok (569-egyéb alapítvány), egyesületek (529-egyéb egyesületek), egyházi szervezetek (552 – elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy),
- az évi 500 ezer Ft feletti bevétellel és legalább 1 fő foglalkoztatottal rendelkező nonprofit gazdasági társaságok (572 – nonprofit korlátolt felelősségű társaság, 573 – nonprofit részvénytársaság, 575 – nonprofit közkereseti társaság, 576 – nonprofit betéti társaság),
- a szociális szövetkezetek (121) kategóriákat (a KSH besorolási kódokkal feltüntetve.)

A KSH (Gazdasági Szervezetek Regisztrere) adatai szerint 2015-ben:

- a legalább évi 500 ezer Ft bevétellel és 1 foglalkoztatottal rendelkező alapítványok, egyesületek és nonprofit gazdasági társaságok száma együttesen 9.716 volt, illetve
- 2.681 szociális szövetkezetet tartottak nyilván,
- az egyházi szervezetekből 617 darabot tartottak nyilván.

A kérdőíveket összesen 3768 szervezetnek küldtük ki, e-mail formában egy Google Űrlapra mutató link beillesztésével. A kitöltés és adatbegyűjtés a Google Űrlapok platformján történt.

A kérdőív kitöltésére felkérő leveleket az alábbi időpontokban és határidőkkel küldtük ki:

1. május 12. (határidő: május 19.) – 3796 e-mail címre
2. május 22., (határidő: május 26.) – 3519 e-mail címre
3. május 29., (határidő: június 2.) – 3310 e-mail címre

A fenti csoportos elektronikus levélküldéseken túlmenően több szakmai szervezet is elküldte a levelet partner szervezeteinek (pl. Erste Seeds, Szociális Szövetkezetek Országos Szövetsége, Ashoka).

Határidőre 220 szervezet képviselője töltötte ki a kérdőívet. Talán minket is meglepett a rendkívül jó kitöltési minőség, majdnem minden esetben teljesen hiánytalan kitöltéssel dolgozhattunk tovább (!). A válaszlehetőségek megadásánál a legtöbb esetben szerepelt a lekérdezési minőséget megerősíteni hivatott „menekülő kérdés” a "nem akarok / nem tudok válaszolni" formában (mely a feldolgozást nem könnyítette meg, de meggyőződésünk, hogy az eredmények és következtetések erejét jelentősen javította). Így az elemzésnél feltüntetett arányszámok minden kérdésnél egyedileg – ahol csak ez külön nincs feltüntetve – a magukat válaszadásban kompetensnek ítéelő válaszadók számához.

4.2. A kérdőív kiértékelése

4.2.1 A társadalmi vállalkozások általános adatai, demográfiai jellemzői

A vizsgált 220 társadalmi vállalkozást átlagosan 13 éve alapították, viszont néhány közöttük igazán nagy múltra tekint vissza. A legrégebbi, mintába is bekerült szervezetet még a XIX. században alapították (1894-ben), de néhány vadásztársaság (1958), illetve egy barlangi mentőszolgálat (1961) szintén több évtizede működik. A mintába került legtöbb társadalmi vállalkozás alapítási éve 2013 (19. táblázat).

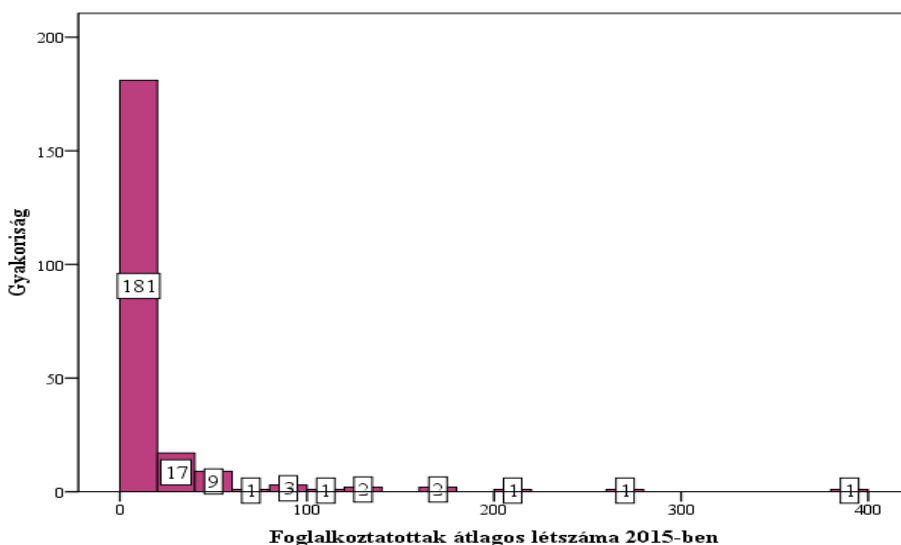
A foglalkoztatottak átlagos létszáma nagy szórást mutat. Átlagosan 17 fő dolgozik egy-egy társadalmi vállalkozásban (19. táblázat), viszont ez az érték részben néhány rendkívül nagy létszámú (380, 271, 204, 173, 170 fős) vállalkozásnak köszönhető. A legtöbb vállalkozás ugyanis 2 foglalkoztatottal rendelkezik csupán (29 társadalmi vállalkozásnak nincs foglalkoztatottja, 22 társadalmi vállalkozás 1 főt, 32 társadalmi vállalkozás 2 főt alkalmaz).

19. táblázat: A vizsgált vállalkozások alakulásának éve és a foglalkoztatottak átlagos létszáma 2017-ben

A társadalmi vállalkozás jellemzői	A társadalmi vállalkozás alakulásának éve	Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
Átlag	2004	17
Módusz	2013	2
Szórás	12,802	41,221

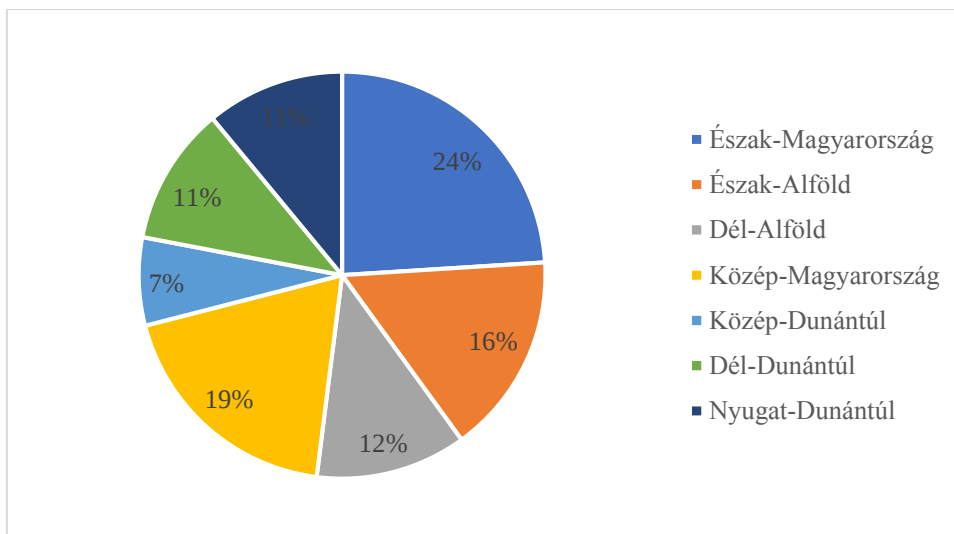
Forrás: saját számítás

A foglalkoztatotti létszám gyakorisági eloszlása balra ferdült, jobbra hosszan elnyúló (26. ábra), ami szintén alátámasztja azt a tényt, hogy a legtöbb társadalmi vállalkozás csupán néhány (1-10) főt alkalmaz, míg 100-nál több alkalmazottal csupán néhány társadalmi vállalkozás bír.



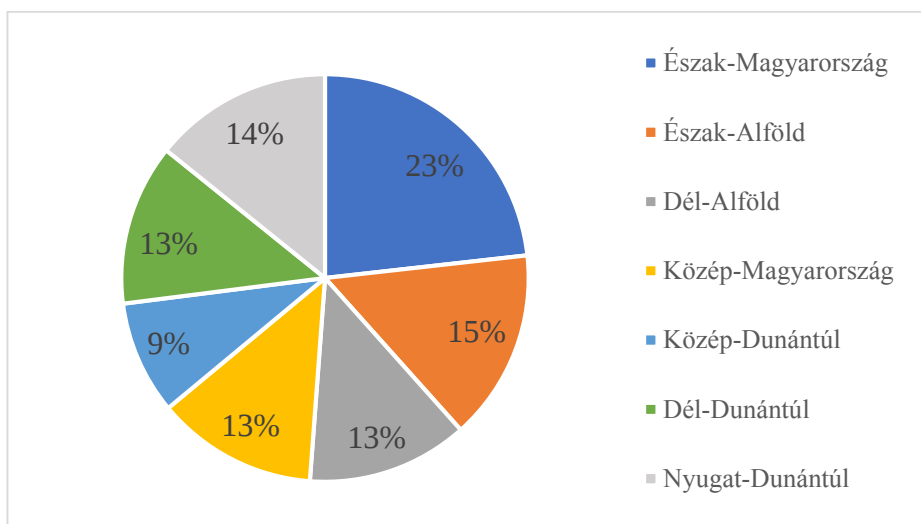
26. ábra: 2015-ös foglalkoztatotti létszám gyakorisági eloszlása
Forrás: saját szerkesztés

A 27. ábra alapján megállapítható, hogy a megkérdezett társadalmi vállalkozások székhelyének közel egynegyede (23,7%) az Észak-Magyarországi régióban, míg közel 20%-a a Közép-Magyarországi régióban található. Mintegy minden hatodik társadalmi vállalkozás Észak-Alföldön található, míg a megkérdezett társadalmi vállalkozások székhelyének közel 10-10%-a található Dél-Alföldön, Dél-Dunántúlon, illetve Nyugat-Dunántúlon. A Közép-Dunántúli régióban mindössze a társadalmi vállalkozások 7,3%-a székel.

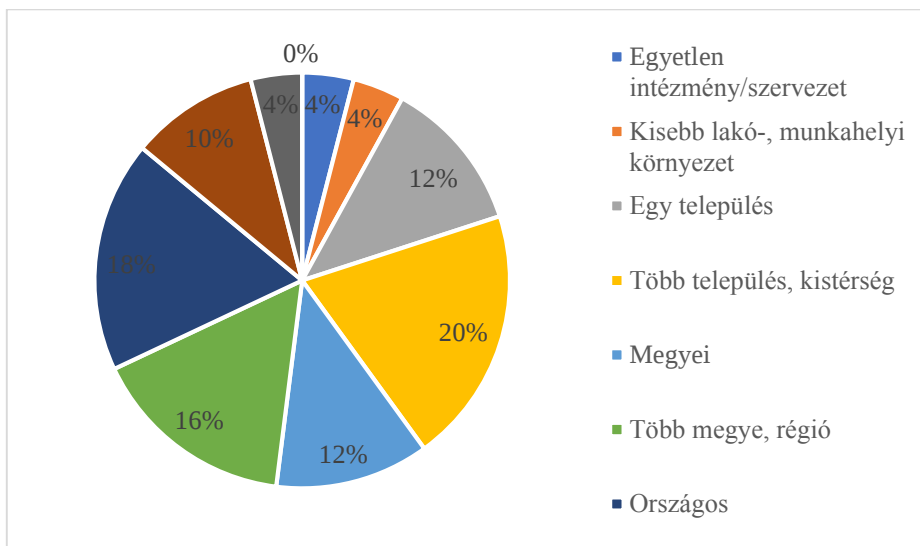


27. ábra: A társadalmi vállalkozás székhelyének régiója
Forrás: saját szerkesztés

A társadalmi vállalkozások telephelyének regionális megoszlása (28. ábra) nagyon hasonló a székhely szerinti megoszláshoz. A telephelyi megoszlás vizsgálatánál fontos megjegyezni, hogy ez esetben több válasz megadására is lehetőség volt. Telephelyeket tekintve néhány százalékkal több társadalmi vállalkozás található Dél-Alföldön és Nyugat-Dunántúlon, míg 6%-kal kevesebb Közép-Magyarországon, mint a székhely szerint.

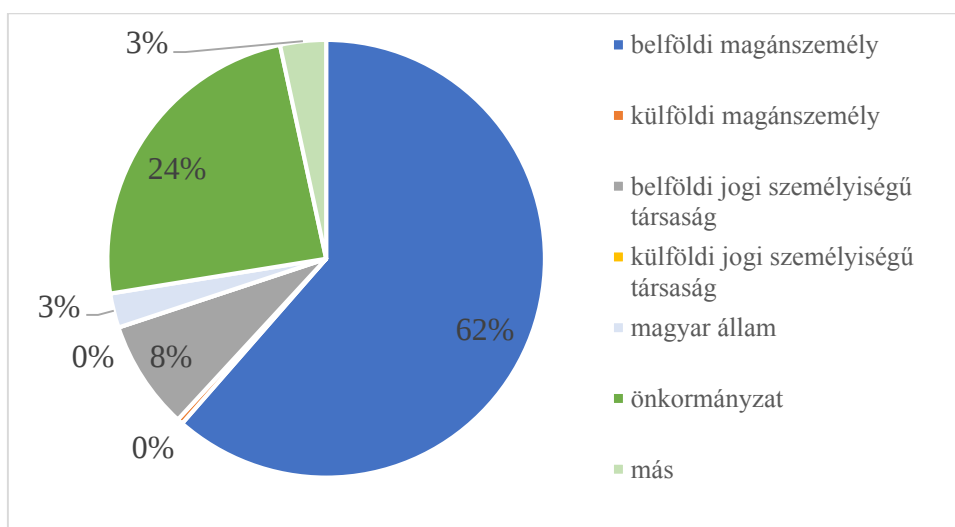


28. ábra: A társadalmi vállalkozás telephelyének régiója
Forrás: saját szerkesztés



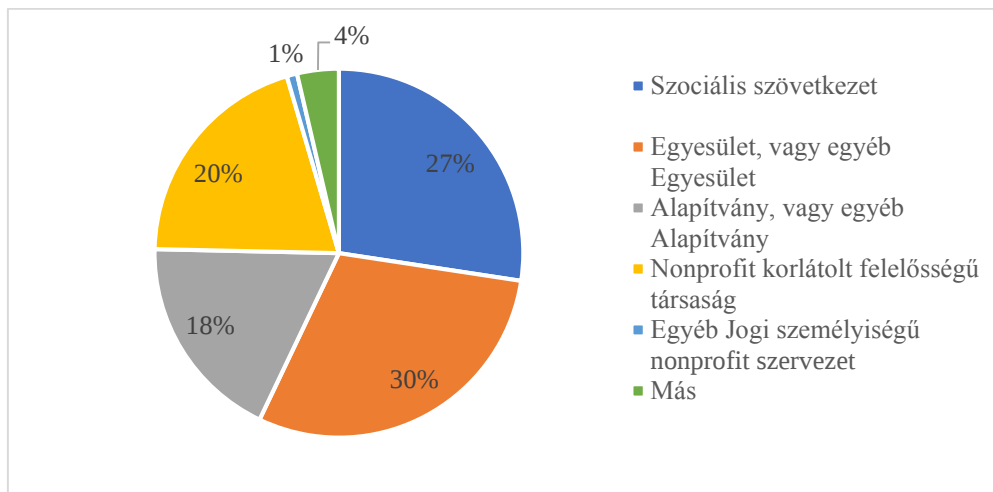
29. ábra: A társadalmi vállalkozás hatóköre a szolgáltatást igénybe vevők, illetve a termékeket vásárlók alapján
Forrás: saját szerkesztés

A vizsgált társadalmi vállalkozások közel ötödének hatóköre több településre vagy kistérségre kiterjed, míg közel 18%-uk országos hatókörrel rendelkezik (29. ábra). Minden hatodik társadalmi vállalkozás szolgáltatásainak / termékeinek vásárlóinak földrajzi elhelyezkedése több megyét, régiót lefed. A társadalmi vállalkozások kevesebb, mint 10 százaléka rendelkezik nemzetközi, kisebb lakó- vagy munkahelyi, vagy egyetlen szervezetre/intézményre kiterjedő hatókörrel.



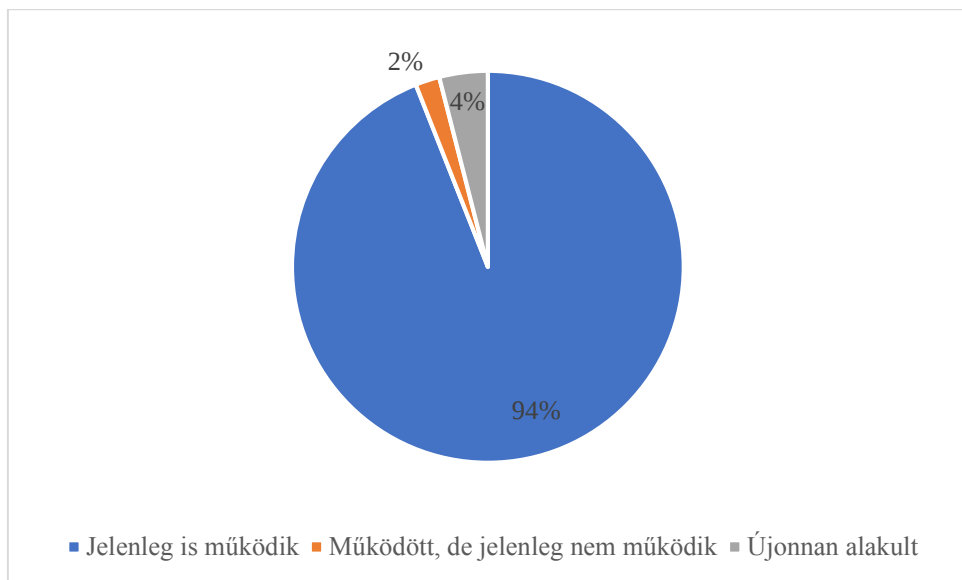
30. ábra: A társadalmi vállalkozások tulajdonosainak megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

A vizsgált társadalmi vállalkozások döntő részénél (142-nél) a társadalmi vállalkozásnak csupán egyetlen tulajdonosa van. Csak 38 társadalmi vállalkozás rendelkezik két tulajdonossal és 3 vállalkozás hárommal. A két tulajdonossal rendelkező társadalmi vállalkozások 70%-ában belföldi magánszemély és az önkormányzat, 15%-ában belföldi jogi személy és belföldi jogi személyiségű társaság, míg 10%-ában belföldi jogi személyiségű társaság és önkormányzat a tulajdonos. Az összes három tulajdonossal rendelkező társadalmi vállalkozásban belföldi magánszemély, belföldi jogi személyiségű társaság és az önkormányzat a tulajdonos. A társadalmi vállalkozások 62%-ának belföldi magánszemély a tulajdonosa. Közel minden negyedik társadalmi vállalkozás önkormányzati tulajdonban van, míg a szervezetek 8%-a belföldi jogi személyiségű társaság, 3%-a pedig a magyar állam tulajdonában van (30. ábra).



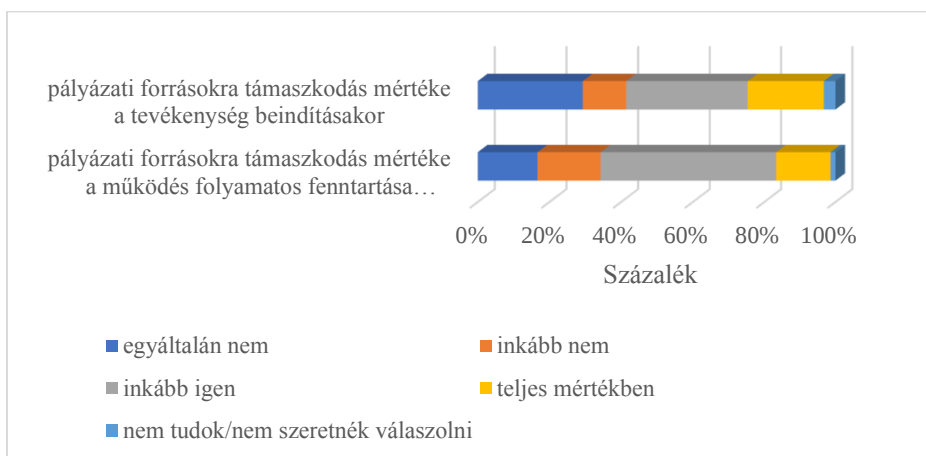
31. ábra: A társadalmi vállalkozás jogi / szervezeti formája
Forrás: saját szerkesztés

A válaszadó társadalmi vállalkozások közel 30%-a egyesületi formában működik. Több mint egynegyedük szociális szövetkezet, és több mint egyötödük nonprofit korlátolt felelősségű társaság. A társadalmi vállalkozások 18%-a alapítványként működik (31. ábra).



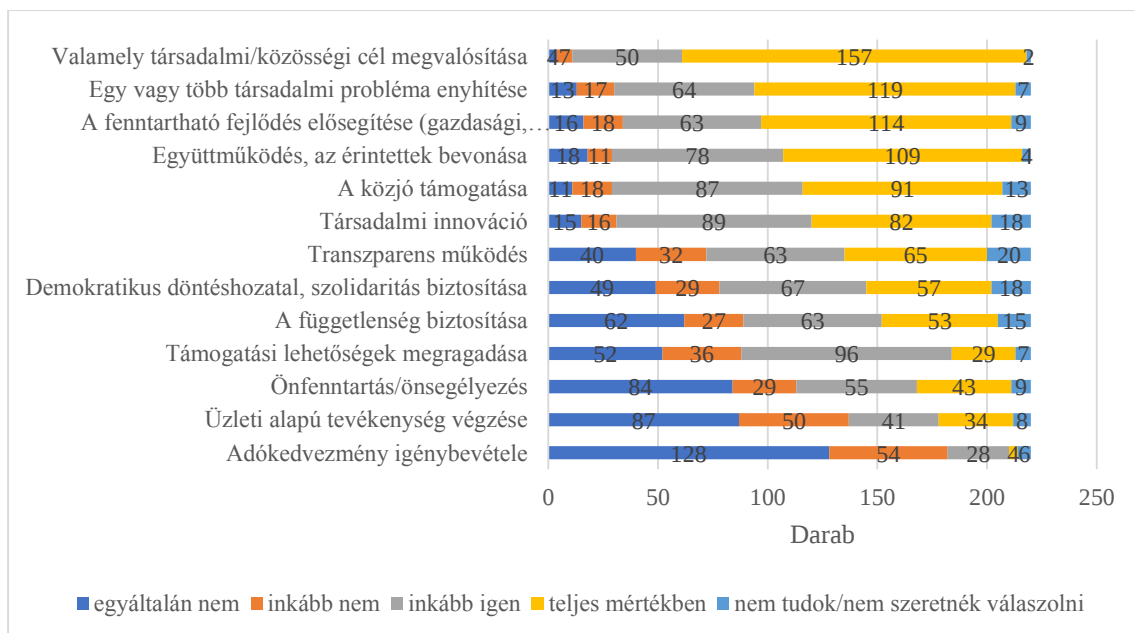
32. ábra: A társadalmi vállalkozás működésének jellemzője
Forrás: saját szerkesztés

A legtöbb válaszadó társadalmi vállalkozás jelenleg működik (32. ábra). Csupán 2,3, illetve 3,7 százaléka válaszolta azt, hogy újonnan alakult, illetve jelenleg nem működő szervezetről van szó.



33. ábra: Pályázati források szerepe a tevékenység beindításakor és a működés folyamatos fenntartása érdekében
Forrás: saját szerkesztés

Pályázati forrásokra a vizsgált cégeknek több mint a fele nemcsak a tevékenység beindításakor, hanem a működésük folyamatos fenntartása érdekében is támaszkodik. A megkérdezettek 30%-a válaszolta azt, hogy induláskor egyáltalán nem, és 17%-uk, hogy a működés során egyáltalán nem támaszkodott pályázati forrásokra (33. ábra).



34. ábra: A társadalmi vállalkozás alapításának indítékai
Forrás: saját szerkesztés

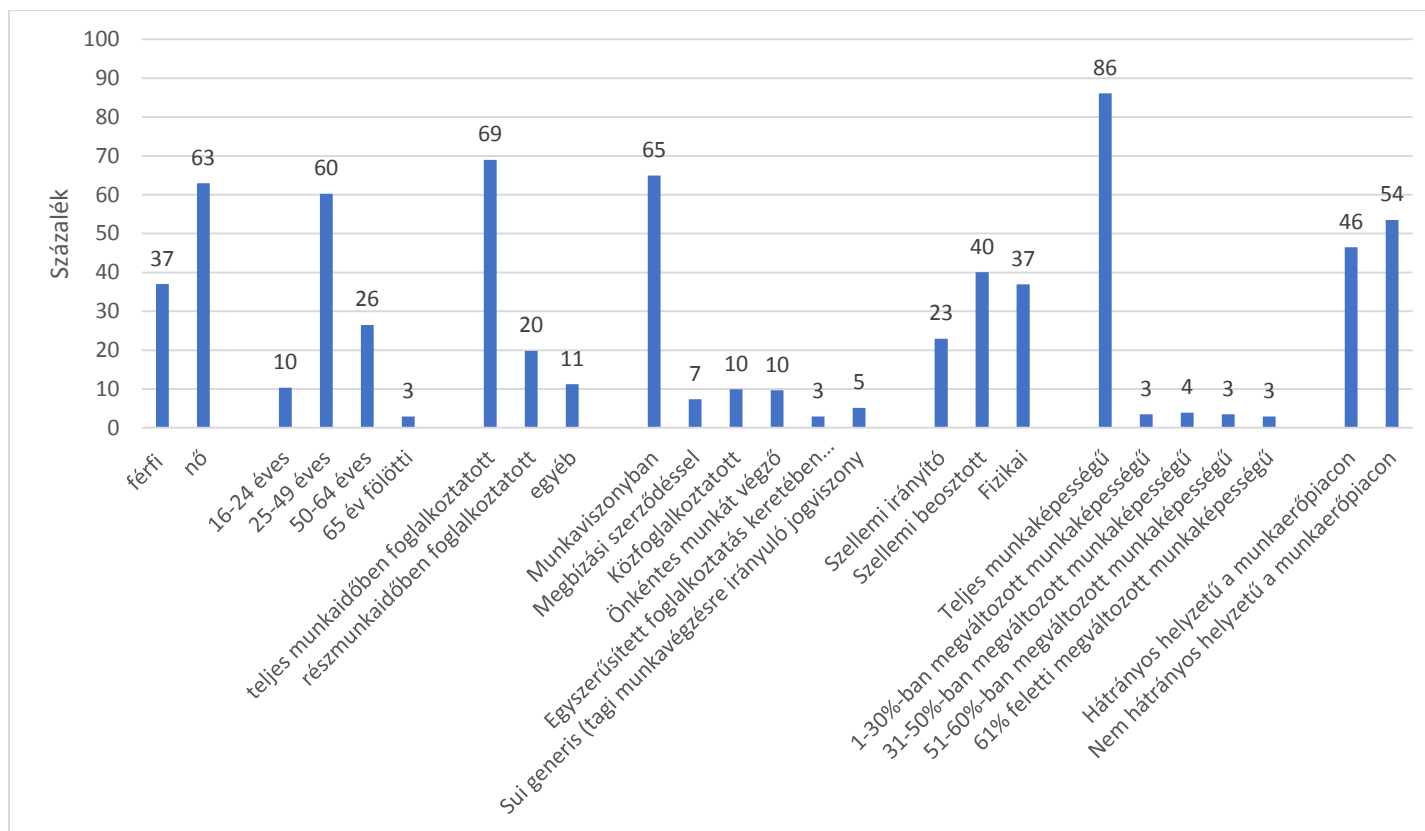
A társadalmi vállalkozások alapításának indítékai között a válaszolók leggyakrabban (az összes válaszadó 94%-a) valamilyen társadalmi vagy közösségi cél megvalósítását említették. Emellett az együttműködés / érintettek bevonása (85%), társadalmi problémák megoldása (83%), a közjó támogatása (81%) és a fenntartható fejlődés elősegítése (80%) is gyakran hozzájárult célként a társadalmi vállalkozások létrejöttéhez (34. ábra). A kérdőívben megadott indítékokon kívül egy-egy válaszoló említett még a munkaerőpiaci helyzet javítására vonatkozó okokat („Munkáltatóvá válás, munkanélküliség csökkentése álláskereső alkalmazásával”, „diplomás és halmozottan hátrányos helyzetű pályakezdők elhelyezkedésének segítése”), társadalmi okokat („Társadalmi szemléletformálás”, „Hátrányos helyzetű emberek életminőségének javítása,„), önkormányzati feladatok ellátását, de egyéb tényezőket is („A bibliai evangélium hirdetése és a keresztyén etikai normák képviselése a társadalomban”, „kun huszár/lovas hagyományok őrzése”, „gasztró-turizmus”, „EU-s vidékfejlesztési források kipályáztatása, a projektek felkészítése”, „szövetkezeti tagok létfenntartása”).

A társadalmi vállalkozások foglalkoztatotti létszámának áttekintése után (19. táblázat és 26. ábra), a foglalkoztatottak összetételét vizsgáljuk meg. Az ilyen jellegű társadalmi vállalkozásokban átlagosan többségben vannak a női alkalmazottak (63%). Korcsoport tekintetében a legtöbb foglalkoztatott (60%) átlagosan a 25-49 éves korosztályból kerül ki. A dolgozóknak átlagosan a negyede 50-64 év közötti, 10 %-a 16-24 éves. Csupán 3%-uk a 65 év feletti dolgozó (35. ábra).

A legtöbben teljes munkaidőben dolgoznak (69%). A részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya csupán 20%, bár még ez is meghaladja az országos átlagot, ami 5,7 % (KSH, 2017.). Az alkalmazottak döntő hányada (65%) munkaviszonyban dolgozik. Az atipikus foglalkoztatási formák aránya (megbízási szerződés, közfoglalkoztatás, önkéntes munka, egyszerűsített foglalkoztatás, Sui generis (tagi munkavégzésre irányuló jogviszony) mindegyikének a gyakorisága 10% alatti.

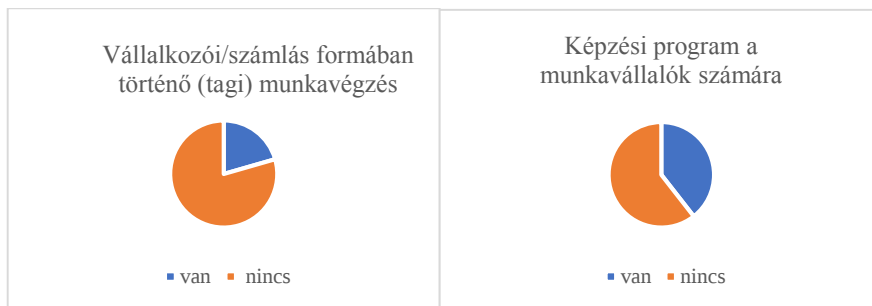
A foglalkoztatottak 23%-a dolgozik szellemi irányítóként. 40%-uk szellemi beosztott, míg 37%-uk fizikai dolgozó. Az alkalmazottak döntő hányada (86%) teljes munkaképességű. A dolgozók 14%-át alkotó megváltozott munkaképességűek között közel azonos arányban található 1-30%-ban, 31-50%-ban, 51-60%-ban és 61% feletti megváltozott munkaképességű (35. ábra).

Átlagosan a foglalkoztatottak 46%-a hátrányos helyzetű, ami a vizsgált 220 társadalmi vállalkozás esetén összesen 2156 fő hátrányos helyzetű munkavállalót jelent.



35. ábra: A foglalkoztatottak jellemzői

Forrás: saját szerkesztés



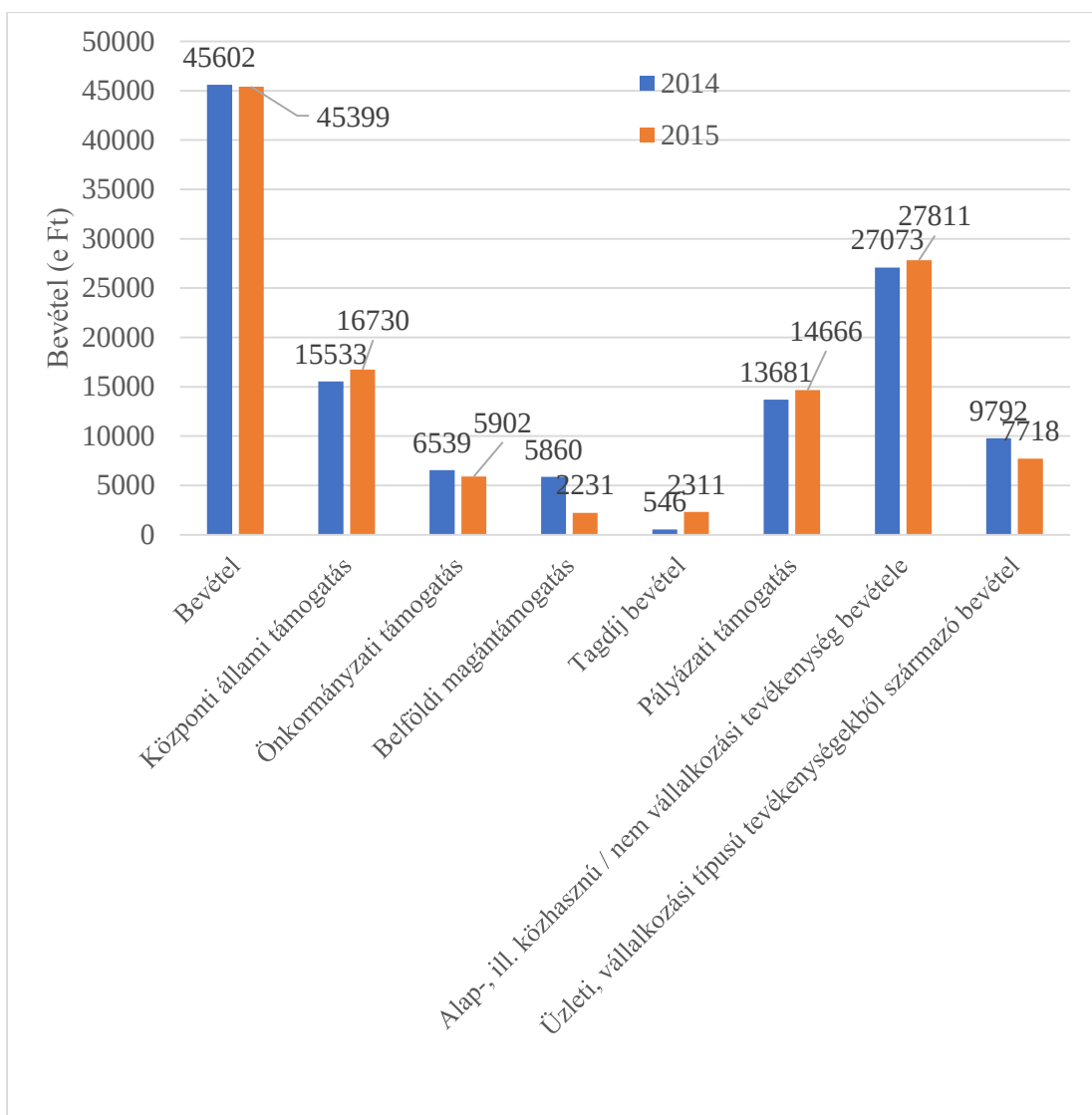
36. ábra Vállalkozói/számlás formában történő (tagi) munkavégzés és képzési program a munkavállalók számára

Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozói / számlás formában történő (tagi) munkavégzés csupán a megkérdezett társadalmi vállalkozások 20%-ában jellemző. A társadalmi vállalkozások 39%-a biztosít képzési programokat a munkavállalói számára (36. ábra).

4.2.2. Bevételek, ráfordítások – forrásszerkezet

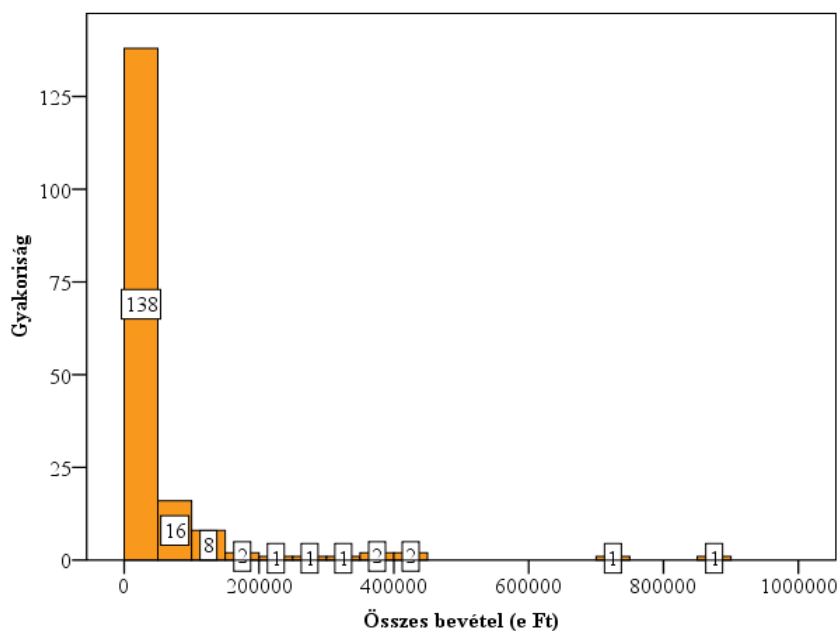
A bevételre és annak összetételére a 2014-es és a 2015-ös évre vonatkozóan kérdeztünk rá. A 220 társadalmi vállalkozás válaszainak átlagolása alapján a 37. ábrán látható a különböző bevételtípusok nagyságainak megoszlása.



37. ábra: Átlagos bevétel és annak összetétele 2014-ben és 2015-ben (adatok e Ft-ban)

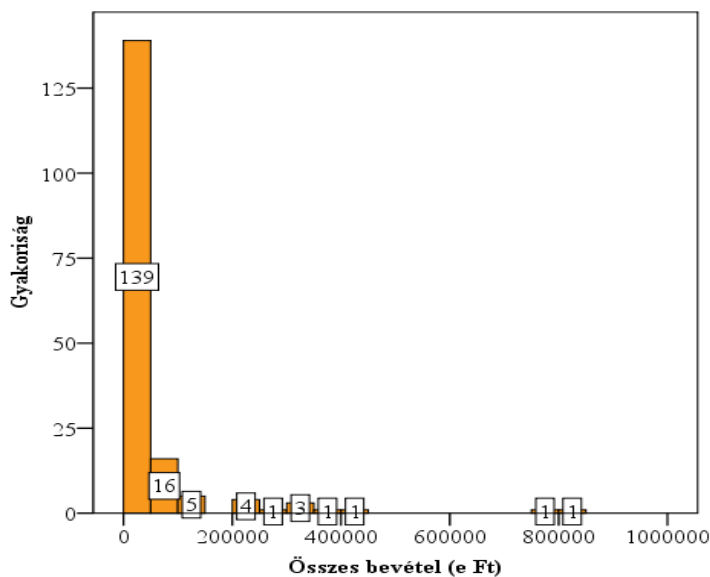
Forrás: saját szerkesztés

Az átlagos éves bevétel mindkét vizsgált évben 45 millió Ft körül volt (37. ábra). Az átlagértéket azonban mindkét évben jelentősen megnöveli az a néhány társadalmi vállalkozás, amelyek kiugróan magas bevételt értek el. A társadalmi vállalkozások többségének bevétele 0-50 millió forint között alakult (40. és 41. ábrák). A társadalmi vállalkozások felének bevétele 2014-ben 10 millió Ft, 2015-ben 12,5 millió Ft alatt maradt. A társadalmi vállalkozások bevételeinek módusza 0 Ft közelében maradt (21 társadalmi vállalkozás bevétele 0 Ft, míg további 21 társadalmi vállalkozás bevétele 0 - 2.000 eFt között alakult).



40. ábra: A 2014. évi összes bevétel gyakorisági megoszlása (az oszlopokon az adott kategóriába eső társadalmi vállalkozások száma szerepel)

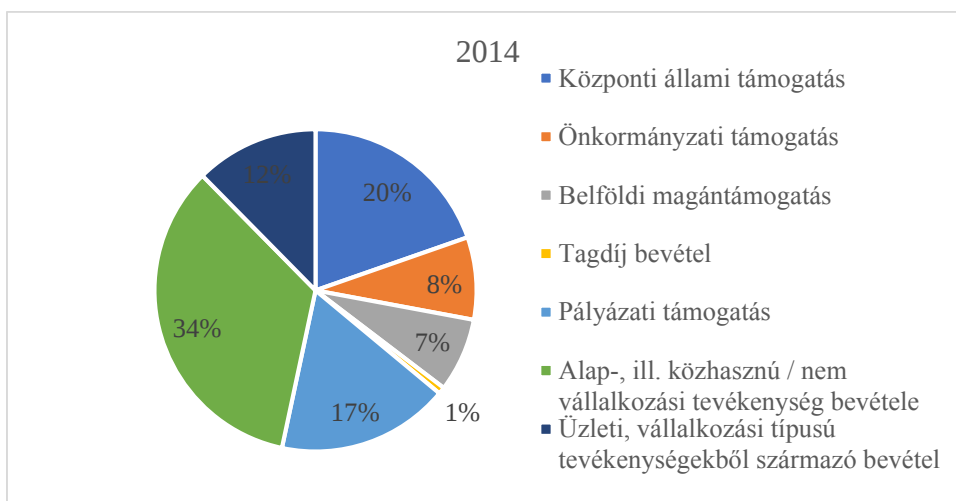
Forrás: saját szerkesztés



41. ábra: A 2015. évi összes bevétel gyakorisági megoszlása (az oszlopokon az adott kategóriába eső társadalmi vállalkozások száma szerepel)

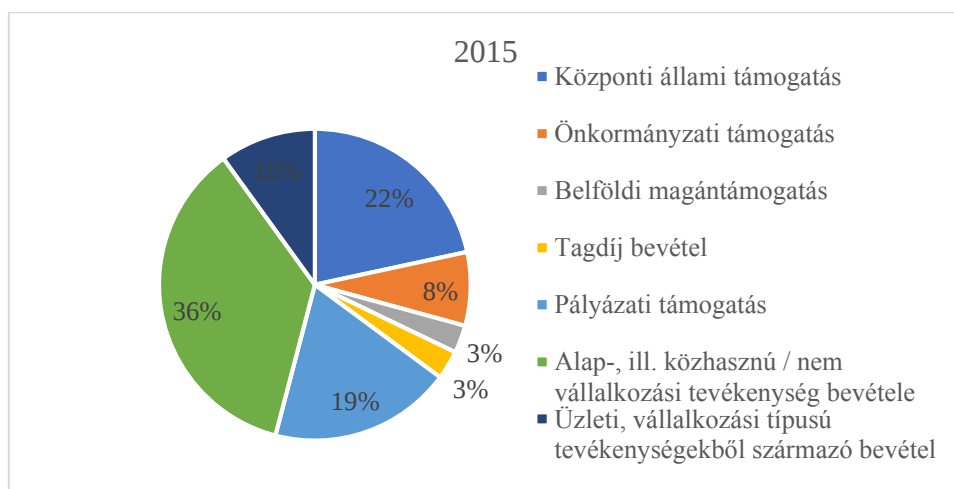
Forrás: saját szerkesztés

A bevételtípusok közül a legjelentősebb az alap-, ill. közhasznú / nem vállalkozási tevékenység bevétele volt mindkét évben (34, illetve 36%). Ennek átlagos értéke 27 millió Ft körül alakult. A központi állami támogatások és a pályázati támogatások átlagos értéke szintén mindkét vizsgált évben meghaladta a 10 millió forintot, és arányaiban a 20, illetve a 17%-ot. 2014-ről 2015-re néhány (2-8%-kal) nőtt átlagosan a központi állami támogatás, a pályázati támogatás és az alap-, ill. közhasznú / nem vállalkozási tevékenység bevétele. Az önkormányzati támogatások értékében 10 %-os, míg az üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétel esetében 21%-os csökkenés tapasztalható. A két év vonatkozásában jelentős változás a belföldi magántámogatások mértékében, valamint a tagdíjbevételek átlagos értékében tapasztalható. Előbbi 60%-kal lecsökkent, míg az utóbbi négyszeresére nőtt (38. és 39. ábra).



38. ábra: Az összes bevétel összetételének alakulása 2014-ben

Forrás: saját szerkesztés

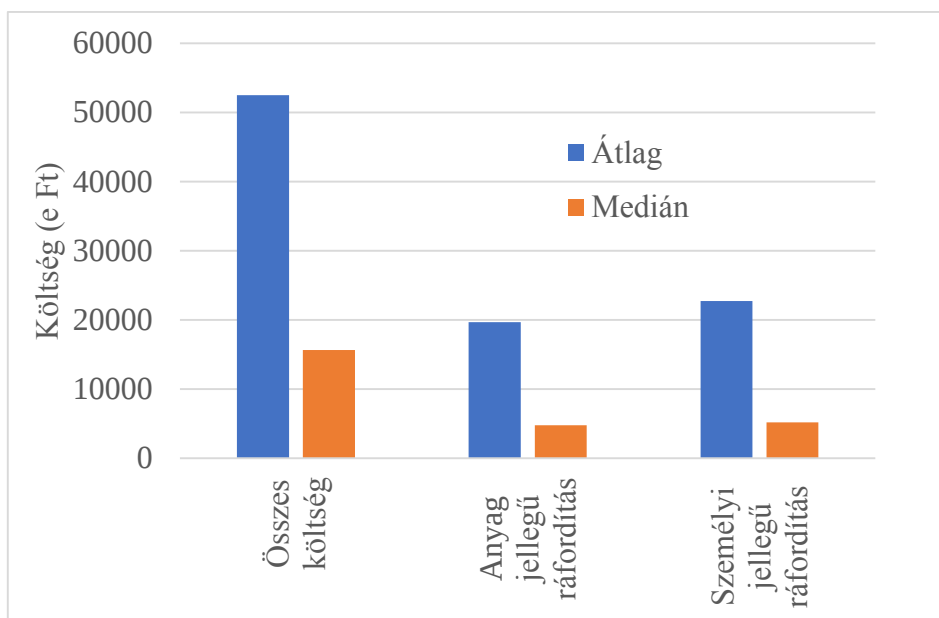


39. ábra: Az összes bevétel összetételének alakulása 2015-ben

Forrás: saját szerkesztés

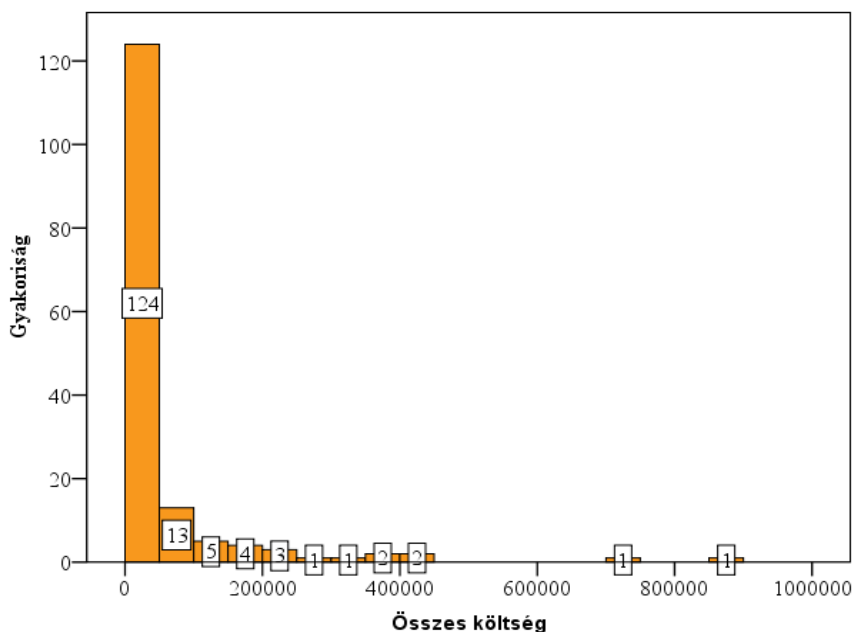
A költségek alakulásáról a 2015-re vonatkozóan gyűjtöttünk adatokat. A 2015-ben átlagosan felmerült összes költség 52 millió forint volt, közel 20 millió anyag jellegű ráfordítás és 23 millió forint személyi jellegű ráfordítás. Az átlagot azonban ez esetben is megnöveli néhány olyan társadalmi vállalkozás, melyeknek kiugróan magasak a költségeik és a ráfordításaik. A medián alakulását vizsgálva az állapítható meg, hogy a vizsgált társadalmi vállalkozások felének összes költsége 15,5 millió forint alatt maradt. Anyag jellegű ráfordítások esetén ez a középérték 4,7 millió forint, míg személyi jellegű ráfordításoknál 5,2 millió (42. ábra).

A vizsgált társadalmi vállalkozások 79%-ánál az összes költség 50.000 eFt alatt maradt, további 8% esetén pedig 50.000-100.000 eFt között alakult 2015-ben. Csupán a vállalkozások maradék 13%-ának volt 100.000 eFt fölött az összes költsége (43. ábra).

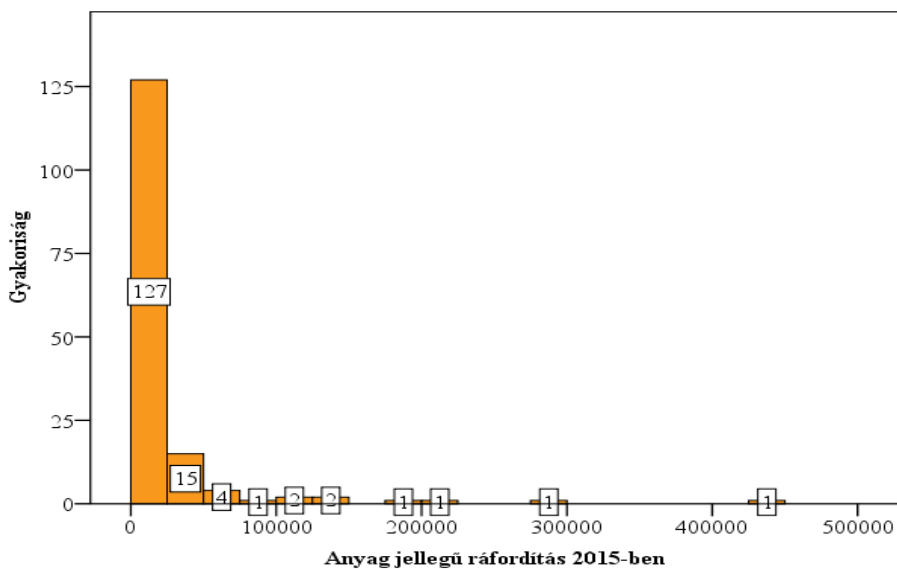


42. ábra: Költségek átlagának és mediánjának alakulása 2015-ben (adatok eFt-ban)

Forrás: saját szerkesztés



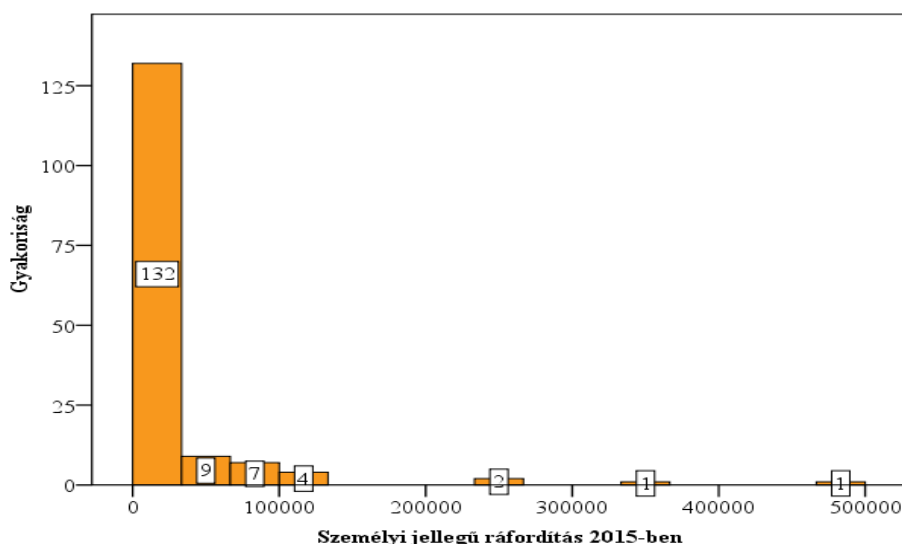
43. ábra: Az összes költség gyakorisági megoszlása, 2015
Forrás: saját szerkesztés



44. ábra: Az anyag jellegű ráfordítás gyakorisági megoszlása, 2015
Forrás: saját szerkesztés

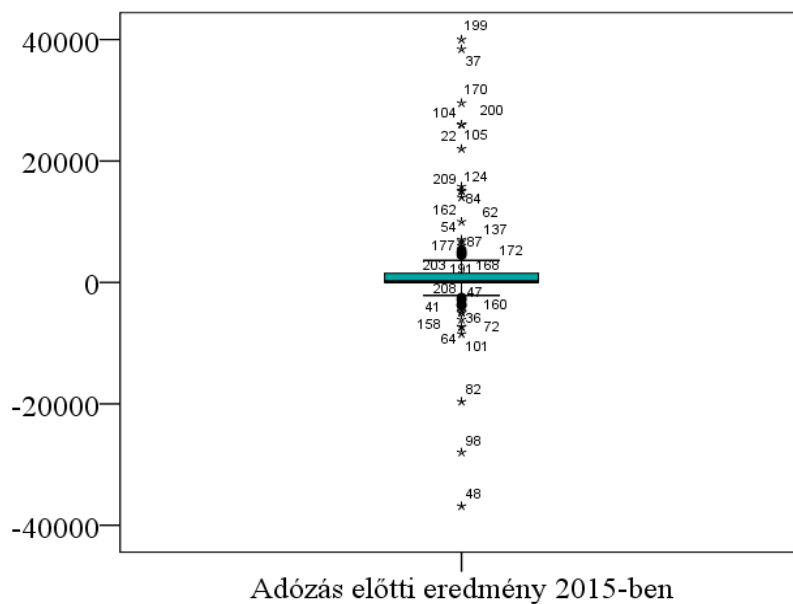
Az anyag jellegű ráfordítások esetén szintén erős koncentráció jellemző. A társadalmi vállalkozások 81%-ának 50.000 eFt alatti, 10%-ának pedig 50.000-100.000 eFt közötti az ilyen jellegű ráfordítása (44. ábra).

A személyi jellegű ráfordítások a társadalmi vállalkozások 84%-ánál nem érik el a 33.300 eFt-ot, 6%-ánál pedig 33.300-66.700 eFt között mozognak (45. ábra).

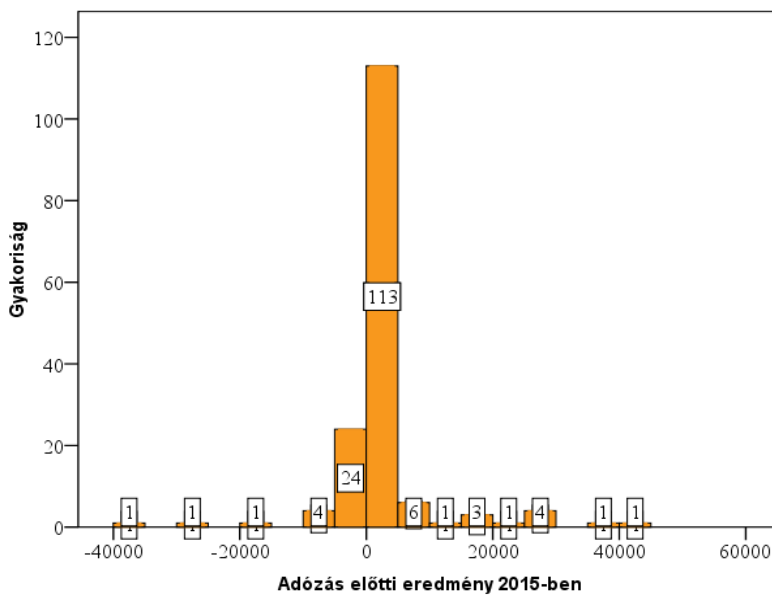


45. ábra: A személyi jellegű ráfordítás gyakorisági megoszlása, 2015
Forrás: saját szerkesztés

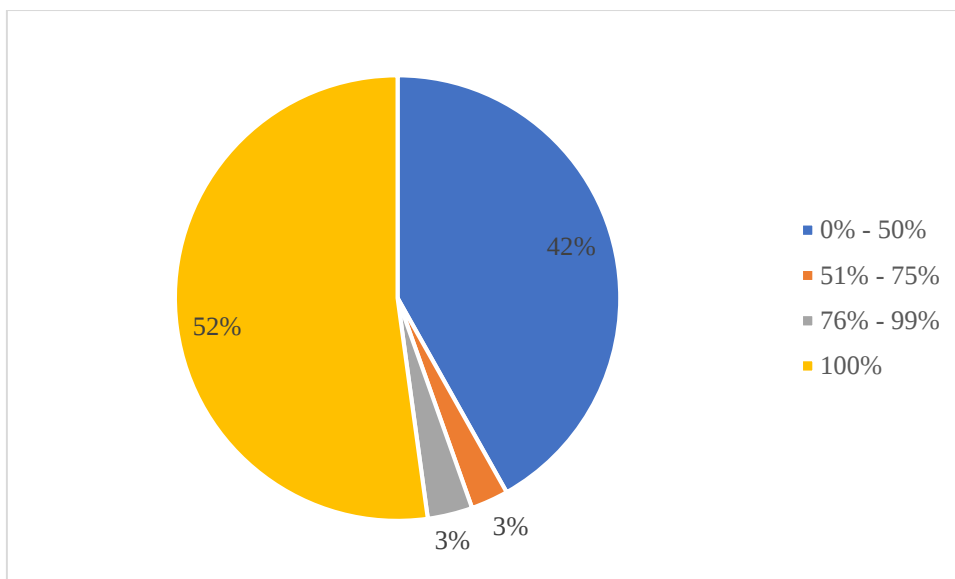
Az adózás előtti eredmény átlagos értéke 2015-ben 1,4 millió forint volt, az értékek szórása azonban rendkívül nagy (8 millió forint). Ezért az adatsort boxplot ábrán szemléltetjük (48. ábra), ami jól mutatja a számtalan kiugró értéket (a csillagozott értékek pozitív és negatív irányban is) és a közel 100 e Ft-os mediánt (mely a középen található „dobozban” szokott elhelyezkedni, jelen esetben a doboz alja egybeesik a mediánnal). A „doboz” alja és teteje által jelképezett alsó és felső kvartilis (mely ez esetben egy rendkívül szűk tartomány), és a fel és le vonalak rövideége (mely az interkvartilis terjedelem 1,5-szeresét fejezi ki) szintén az adatok nagy szórását mutatja. A társadalmi vállalkozások 70%-ának adózás előtti eredménye 2015-ben 0-5.000 eFt között alakult, míg 15%-ának (-5000)-0 eFt között. A társadalmi vállalkozások maradék 15%-ában található néhány nagyon magas (40.000 eFt) és néhány nagyon alacsony (-40.000 eFt) eredményt elért társadalmi vállalkozás is. Az adózás előtti eredmény módusza 0 Ft (80 társadalmi vállalkozás adózás előtti eredménye 0 – 1.000 eFt között alakult, melyből 34 vállalkozás eredménye 0Ft). Ez annak fényében, hogy a szervezetek nagy hányada nonprofit szervezet, nem meglepő eredmény.



46. ábra: Adózás előtti eredmény boxplot ábrája (adatok e Ft-ban)
Forrás: saját szerkesztés



47. ábra: Az adózás előtti eredmény gyakorisági megoszlása (adatok e Ft-ban)
Forrás: saját szerkesztés



48. ábra: A nyereség társadalmi tevékenységbe visszaforgatott / társadalmi célra fordított részének megoszlása 2015-ben

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadó társadalmi vállalkozások több mint fele a nyereségét teljes egészében visszaforgatja a társadalmi tevékenységébe. A társadalmi vállalkozások 42%-a viszont a nyereségének kevesebb mint a felét fordítja társadalmi célra (48. ábra).

A vizsgált társadalmi vállalkozások jellemző üzleti / gazdálkodási / vállalkozási tevékenységi köreinek megoszlását a 49. ábra szemlélteti. A legtöbb társadalmi vállalkozás a terciér szektorban tevékenykedik. Ezen belül jelentős az „oktatás” (12%), a „humán-egészségügyi szociális ellátás” (8%), „az információ, kommunikáció”(6%) és az „adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység” (6%) aránya. A mezőgazdaságban a válaszadó vállalkozások 7%-a, míg a feldolgozóiparban az 5%-uk működik (49. ábra).



49. ábra: A szervezet gazdálkodási /vállalkozási / üzleti tevékenységből származó bevételének jellemző tevékenységi köreinek megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

4.2.3. Regionális eltérések elemzése

A regionális eltérések elemzését székhely és telephely szerint végezzük. Minden társadalmi vállalkozásnak csak egyetlen régióban található a székhelye, viszont telephelye több régióban is lehet, így ez utóbbi kérdésnél több válaszlehetőség is megjelölhető volt.

Az elemzés során arra keressük a választ, hogy a társadalmi vállalkozások regionális elhelyezkedését tekintve van-e különbség a társadalmi vállalkozások egyes jellemzőiben.

a) Székhely szerinti elemzés

A székhely szerinti elemzés során a „Melyik régióban található a szervezet/vállalkozás székhelye?” kérdésre adott válaszok alapján vizsgáljuk meg, hogy van-e szignifikáns eltérés a társadalmi vállalkozások között a vizsgált jellemzők átlagainak tekintetében. Mivel az a nominális skálán mért változók esetén átlag nem számítható, így ez esetben csak azon változókat vizsgáljuk, melyekből átlag számítható:

- Szervezet / vállalkozás alapításának éve
- Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Férfi foglalkoztatottak aránya
- Női foglalkoztatottak aránya
- 16-24 év közötti foglalkoztatottak aránya
- 25-49 év közötti foglalkoztatottak aránya
- 50-64 év közötti foglalkoztatottak aránya
- 65 év fölötti foglalkoztatottak aránya
- Teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya
- Részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya
- Egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Munkaviszonyban foglalkoztatottak aránya
- Megbízási szerződéssel foglalkoztatottak aránya
- Közfoglalkoztatottak aránya
- Önkéntes munkát végzők aránya
- Egyszerűsített foglalkoztatás keretében foglalkoztatottak aránya
- Sui generis keretében foglalkoztatottak aránya
- Szellemi irányítóként foglalkoztatottak aránya
- Szellemi beosztottként foglalkoztatottak aránya
- Fizikai foglalkoztatottak aránya
- Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 1-30%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya

- 51-60%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 61% feletti megváltozott munkaképességűek aránya
- Hátrányos helyzetű munkavállalók aránya
- Nem hátrányos helyzetű munkavállalók aránya
- Bevétel2014-ben
- Bevétel2015-ben
- Központi állami támogatás 2014-ben
- Központi állami támogatás 2015-ben
- Önkormányzati támogatás 2014-ben
- Önkormányzati támogatás 2015-ben
- Belföldi magántámogatás 2014-ben
- Belföldi magántámogatás 2015-ben
- Tagdíj bevétel 2014-ben
- Tagdíj bevétel 2015-ben
- Pályázati támogatás 2014-ben
- Pályázati támogatás 2015-ben
- Alap-, illetve közhasznú tevékenység / nem vállalkozási tevékenység bevétele 2014-ben
- Alap-, illetve közhasznú tevékenység / nem vállalkozási tevékenység bevétele 2015-ben
- Üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétele 2014-ben
- Üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétele 2015-ben
- Összes költség 2015-ben
- Anyagjellegű ráfordítás 2015-ben
- Személyi jellegű ráfordítás 2015-ben
- Adózás előtti eredmény 2015-ben

A hét régió átlagai közötti szignifikáns eltérések tesztelésének két feltétele van. Az egyik a csoportokon (vagyis régiókon) belüli normális eloszlás, a másik pedig a szórások egyezése. Előbbi a Kolmogorov-Smirnov teszttel, utóbbi a Levene statisztikával tesztelhető.

A Kolmogorov-Smirnov teszt eredménye alapján (1. sz. melléklet) a vizsgálatba bevont változók közül csupán három esetben feltételezhető a normális eloszlás:

- Férfi foglalkoztatottak aránya
- Női foglalkoztatottak aránya
- 25-49 év közötti foglalkoztatottak aránya

A többi változó esetén az eloszlás jellemzően balra ferdült, jobbra hosszán elnyúló.

A Levene teszt eredménye alapján (2. sz. melléklet) a szórások egyezősége csupán a 25-49 év közötti foglalkoztatottak aránya esetén áll fenn, így az átlagok összehasonlítása az ANOVA módszerrel csupán ez esetben lehetséges.

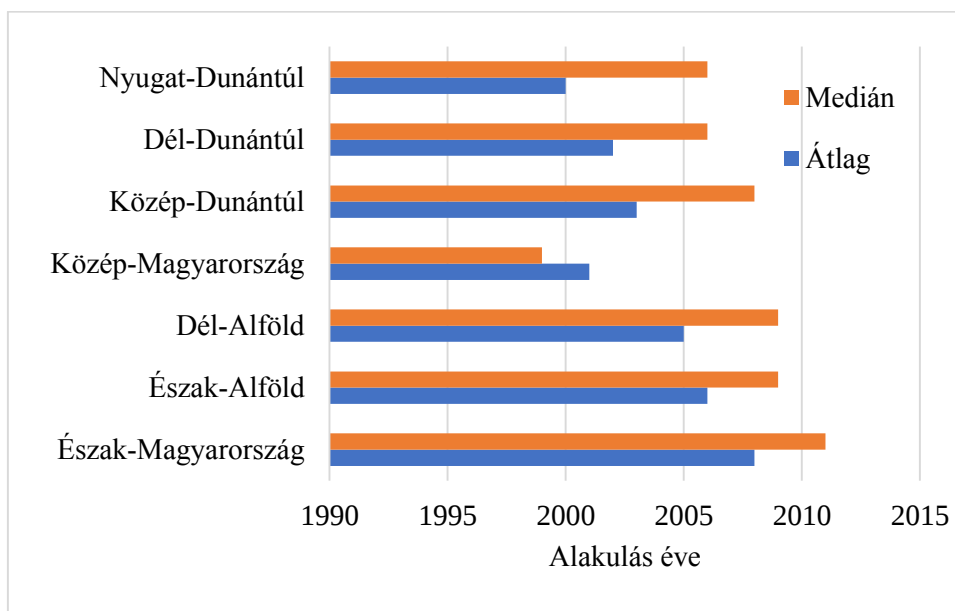
Az ANOVA teszt eredménye alapján megállapítható, hogy szignifikáns különbség tapasztalható Észak-Magyarország és Közép-Dunántúl között. A 25-49 év közötti foglalkoztatottak aránya Észak-Magyarországon szignifikánsan alacsonyabb, mint Közép-Dunántúlon.

Mivel a többi változó tekintetében a szignifikáns eltérés a régiók között nem tesztelhető, a következőkben azt vizsgáljuk meg, hogy van-e eltérés. A szignifikancia kritériumát a továbbiakban nem vizsgáljuk. Mivel a társadalmi vállalkozások működésének valódi helyszínéről a telephely többet elárul, mint a székhely, ezért a továbbiakban a telephely szerinti megoszlás alapján folytatjuk az elemzést.

b) Telephely szerinti elemzés

Ahogy az a 19. táblázatban láttuk, a vizsgált szervezetek átlagosan 2004-ben alakultak. Mivel az átlagos értéket néhány nagy múltú társadalmi vállalkozás évtizedekkel ezelőtti alakulási éve is befolyásolja (és jelentősen csökkentheti), a regionális elemzés esetén érdemes az átlag mellett a medián értékét is vizsgálni.

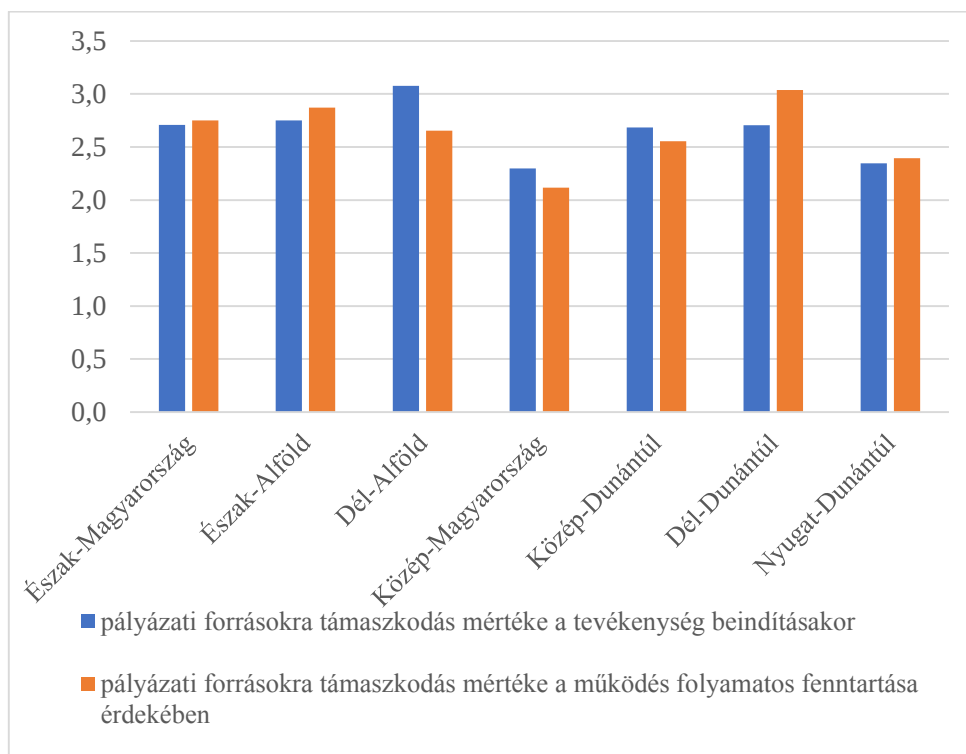
A legrégebbi társadalmi vállalkozások Közép-Magyarországon találhatók, ahol az alapítás évének átlaga 2001, a medián pedig 1999. A Dunántúlon működő társadalmi vállalkozások fiatalabbak, viszont a legfiatalabb társadalmi vállalkozások az alföldi régiókban és Észak-Magyarországon találhatók. Észak-Magyarországon a vizsgált vállalkozások felét 2011 után, Észak- és Dél-Alföldön 2009 után alapították (50. ábra).



50. ábra: A társadalmi vállalkozások alakulásának éve regionális bontásban

Forrás: saját szerkesztés

Pályázati forrásokra a tevékenység beindításakor a társadalmi vállalkozások leginkább Dél-Alföldön támaszkodnak, míg a működés fenntartása érdekében leginkább Dél-Dunántúlon veszik igénybe. A pályázati forrásokra támaszkodás mértéke mind a tevékenység indításakor, mind a működés során Közép-Magyarországon a legalacsonyabb (51. ábra).

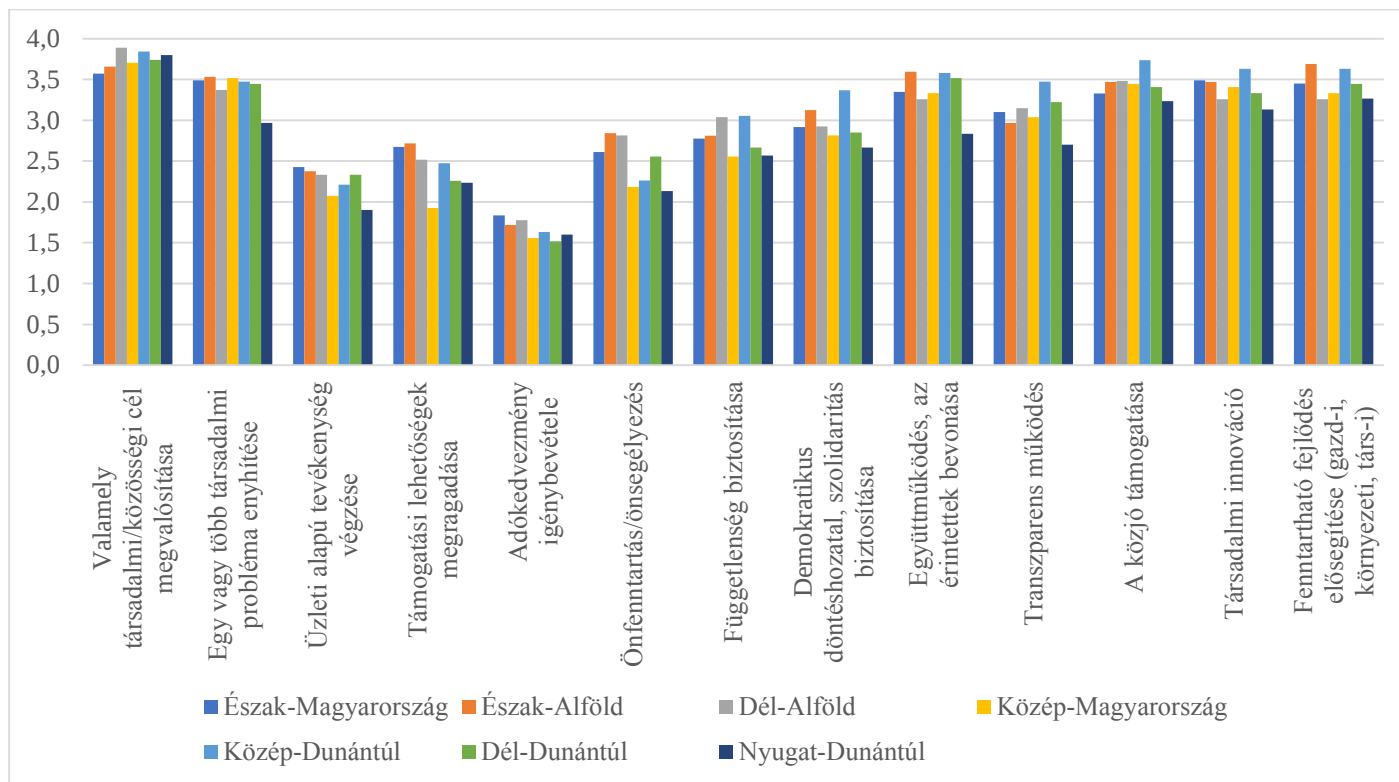


51. ábra: Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke regionális bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

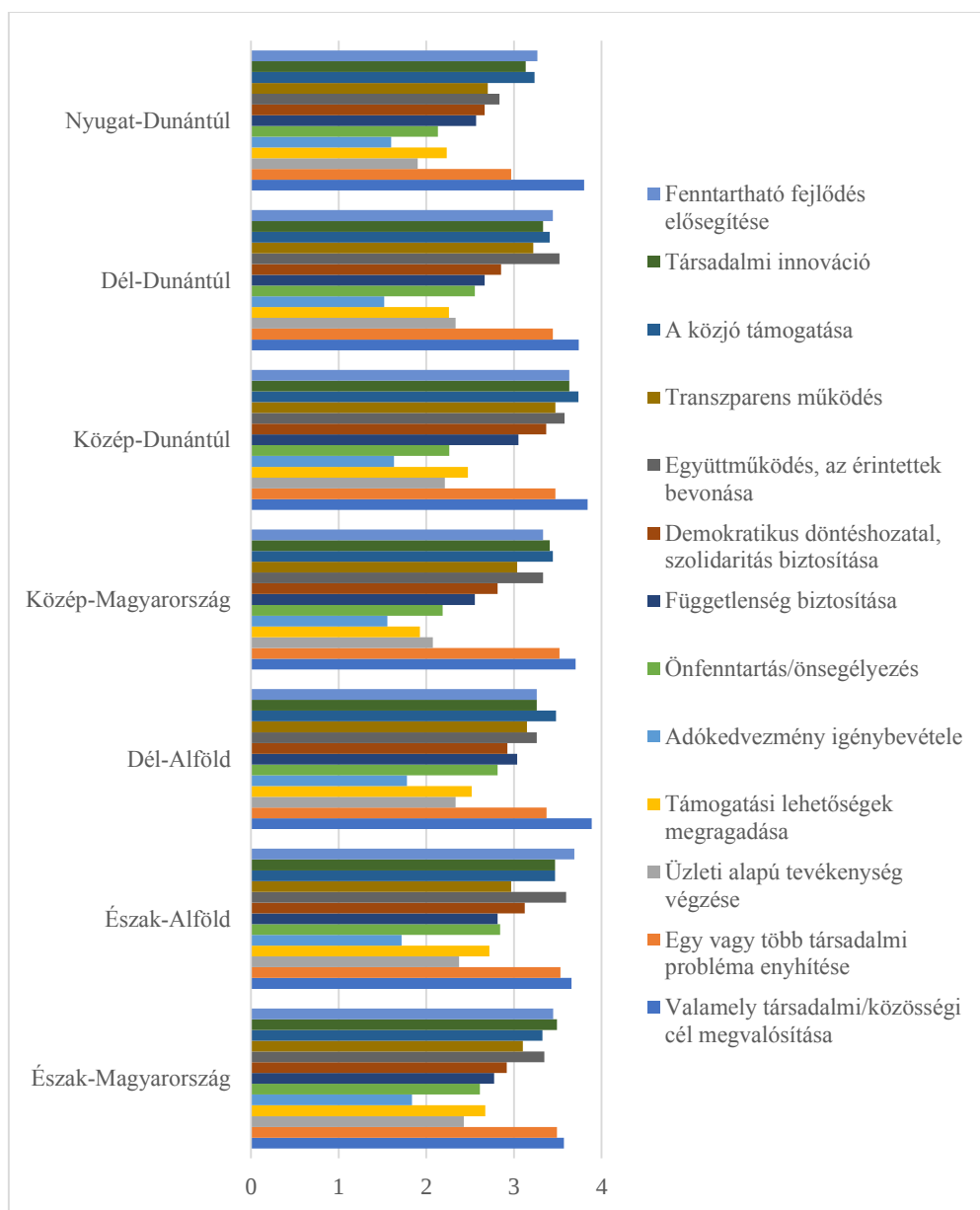
A támogatási lehetőségek megragadása a társadalmi vállalkozások alapításának indítékaként - az előző ábrán látottakkal összhangban – leginkább Észak-Alföldön és Észak-Magyarországon, legkevésbé pedig Közép-Magyarországon jelenik meg. Közép-Dunántúlon a többi régiót meghaladó mértékben jelentkezik a transzparens működés, a közjó támogatása és a társadalmi innováció, mint az alapítás indítéka. Az önfenntartás / önszegélyezés gyakrabban szerepel motivációként társadalmi vállalkozás alapításakor az alföldi régiókban és Észak-Magyarországon, mint Közép-Magyarországon vagy a Dunántúlon. Nyugat-Dunántúlon a többi régióhoz képest kevésbé jelentős a társadalmi problémák enyhítése az üzleti alapú tevékenység végzése, a demokratikus döntéshozatal, a szolidaritás biztosítása, az együttműködés, az érintettek bevonása, a transzparens működés és a társadalmi innováció (52. ábra).



52. ábra: Társadalmi vállalkozás alapításának indítékai, regionális bontásban, indítékok szerint*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés



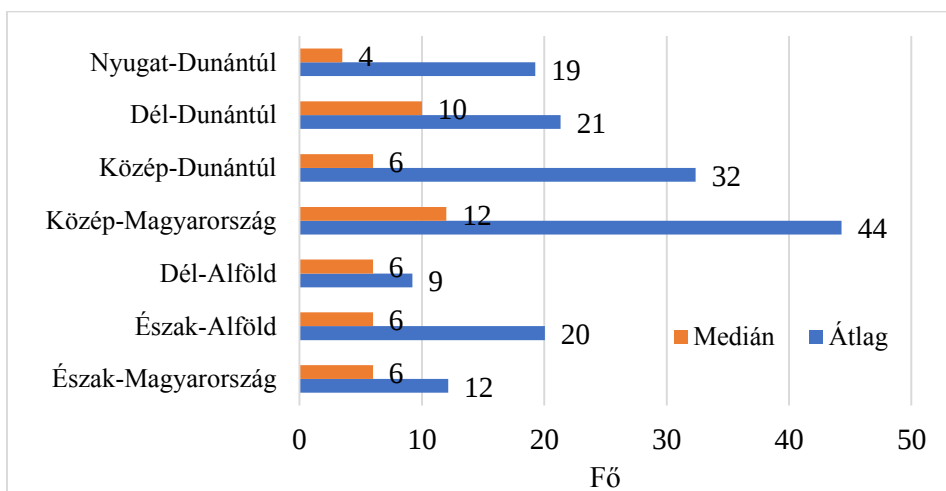
53. ábra: Társadalmi vállalkozás alapításának indítékai regionális bontásban, régiók szerint*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

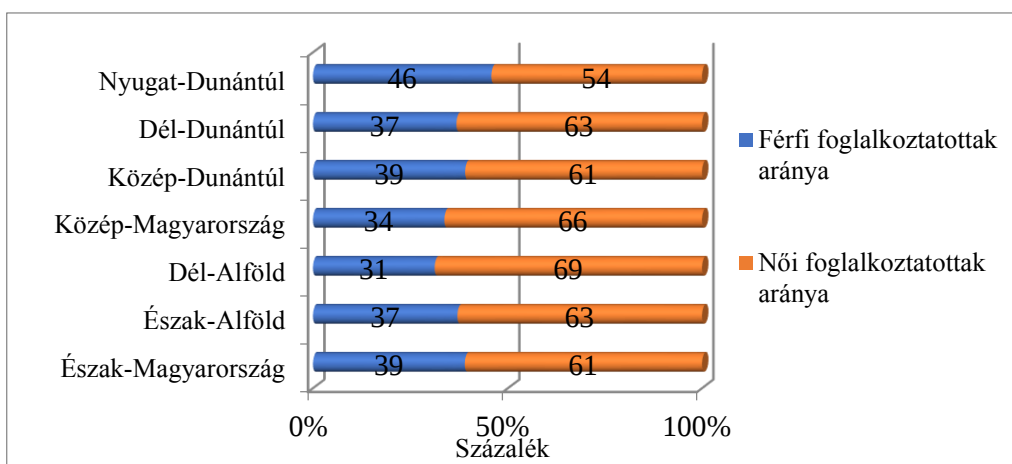
Forrás: saját szerkesztés

Számos régióban (Észak-Magyarországon, Dél-Alföldön, Közép-Magyarországon, Közép-Dunántúlon, Dél-Dunántúlon és Nyugat-Dunántúlon) leginkább „valamely társadalmi / közösségi cél megvalósítása” érdekében hoznak létre társadalmi vállalkozásokat. Észak-Alföldön ez az indok a második leglényegesebb a „fenntartható fejlődés elősegítése” után (53. ábra).

A társadalmi vállalkozások foglalkoztatotti létszáma Közép-Magyarországon a legmagasabb, ahol átlagosan 44 fő dolgozik, viszont a társadalmi vállalkozások felének kevesebb mint 12 foglalkoztatottja van. Az átlag és a medián ilyen nagymértékű eltérése azt mutatja, hogy Közép-Magyarországon működik néhány nagy létszámú társadalmi vállalkozás. Hasonló a helyzet Közép-Dunántúlon is. Dél-Alföldön, Észak-Magyarországon és Észak-Alföldön kisebb az átlagos foglalkoztatotti létszám és a két középérték között sincs olyan nagy arányú eltérés (54. ábra), ami arra enged következtetni, hogy ezekben a régiókban nincsenek nagyon nagy (100-nál) több főt foglalkoztató társadalmi vállalkozások.

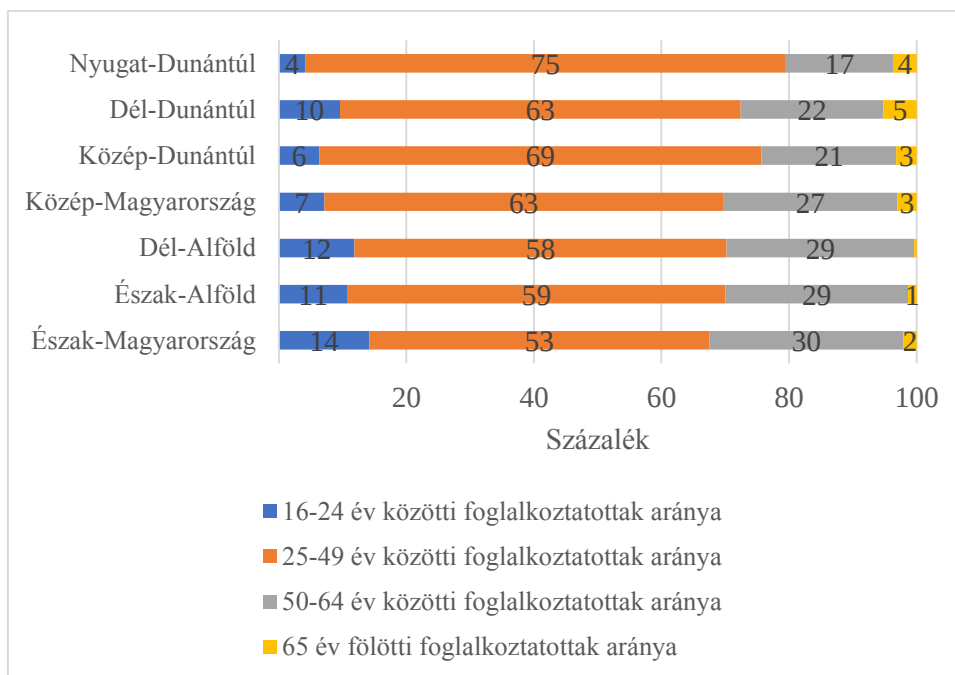


54. ábra: A társadalmi vállalkozásoknál foglalkoztatottak átlagos létszáma regionális bontásban
Forrás: saját szerkesztés



55. ábra: A társadalmi vállalkozásoknál foglalkoztatottak nemek szerinti összetétele régióként
Forrás: saját szerkesztés

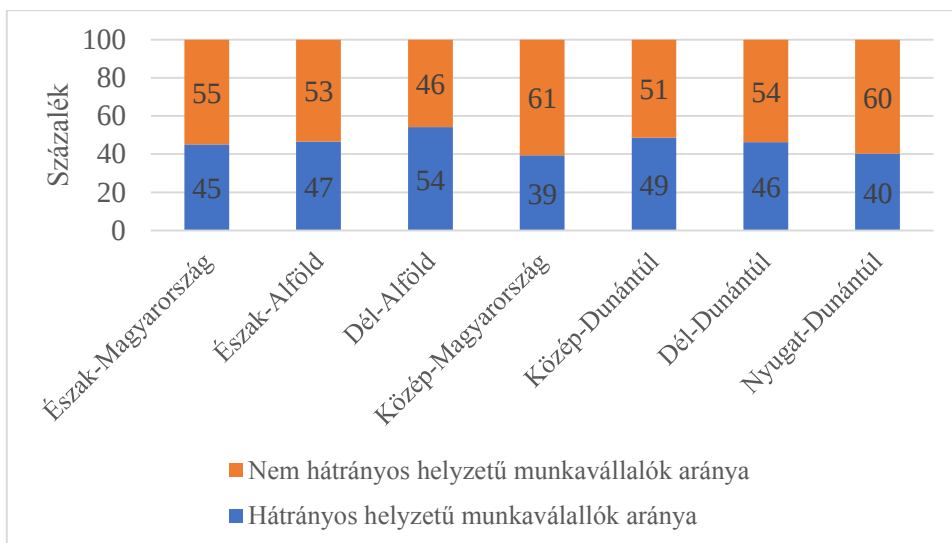
A női foglalkoztatottak minden régióban többségben vannak a férfiakhoz képest. Ez különösen a Dél-Alföldi (69%) és a Közép-Magyarországi (66%) régiókra igaz (55. ábra). A nők magasabb aránya összefüggésben állhat a tercier szektorban működő társadalmi vállalkozások viszonylag nagy arányával (49. ábra).



56. ábra: A társadalmi vállalkozásoknál foglalkoztatottak korcsoportonkénti összetétele regionális bontásban
Forrás: saját szerkesztés

A fiatal (16-24 év közötti) és az 50-64 év közötti munkavállalók legnagyobb arányban Észak-Magyarországon jelennek meg a társadalmi vállalkozásokban, a 25-49 év közöttiek aránya viszont itt a legalacsonyabb (24. ábra). Fordított a helyzet Nyugat-Dunántúlon, ahol a 25-49 év közötti foglalkoztatottak magas aránya (75%) kevés fiatal (4%) és 50-64 év közötti foglalkoztatottal (17%) párosul (56. ábra).

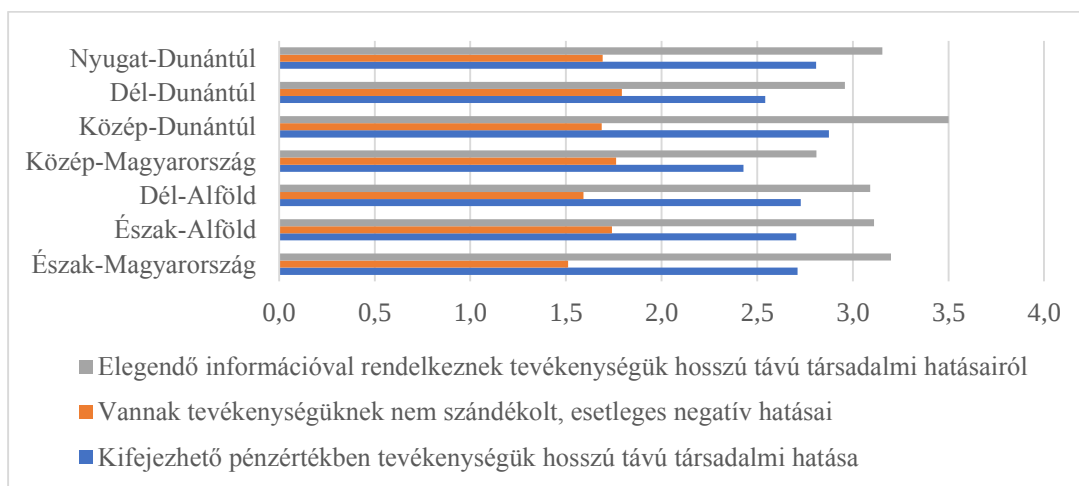
A hátrányos helyzetű foglalkoztatottak aránya Dél-Alföldön meghaladja az 50%-ot, míg a Közép-Dunántúli, Észak-Alföldi, Dél-Dunántúli és Észak-Magyarországi régiókban nem sokkal marad el attól. A Nyugat-Dunántúli régióban ez az arány a legalacsonyabb, csupán 40%.



57. ábra: A társadalmi vállalkozásoknál foglalkoztatottak hátrányos helyzet szerinti összetétele regionális bontásban / Forrás: saját szerkesztés

A költségek és a bevételek Közép-Dunántúlon a legmagasabbak, ezt követi a Közép-Magyarországi régió. A legkisebb költségű és bevételű társadalmi vállalkozások az alföldi régiókban találhatók (57. ábra).

A hosszú távú társadalmi hatások értékelése (58. ábra) kapcsán megállapítható, hogy leginkább a közép-dunántúli régió társadalmi vállalkozásai vélekednek úgy, hogy elegendő információval rendelkeznek azokról és, hogy azok pénzértékben kifejezhetők. Nem szándékolt, esetleges negatív hatásokról leginkább Dél-Dunántúlon és Észak-Alföldön tudnak, de a régiók közötti eltérések ez esetben minimálisak.



58. ábra: Hosszú távú társadalmi hatások szerepe regionális bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

4.2.4 Jogi forma szerinti eltérések

Ebben az alfejezetben azt vizsgáljuk van-e szignifikáns különbség az alábbi változók tekintetében az alapsokaságban a jogi forma szerint:

- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a tevékenysége beindításakor
- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a működés folyamatos fenntartása érdekében
- Szervezet/vállalkozás alapításának indítékai
- Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Teljes munkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Részmunkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 1-30%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 51-60%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 61% feletti megváltozott munkaképességűek aránya

A vizsgált társadalmi vállalkozások hatféle jogi forma (szociális szövetkezet, egyesület, alapítvány, nonprofit korlátolt felelősségű társaság, egyéb jogi személyiségű szervezet, egyéb jogi forma) szerint működnek (lásd 31. ábra). Mivel az összes vizsgált társadalmi vállalkozás több mint 95%-a besorolható négy jogi formába, a továbbiakban csupán ezeket vizsgáljuk:

- szociális szövetkezet,
- egyesület,
- alapítvány,
- nonprofit korlátolt felelősségű társaság.

Mivel a vizsgálatba bevont változók jelentős része ordinális skálán mérhető, a jogi forma szerinti szignifikáns eltérések vizsgálatára a t-próba nem alkalmas. Helyette a Mann-Whitney teszt használható, mely két minta esetén használható, és azt a nullhipotézist tesztelhetjük vele, hogy a két minta ugyanabból a sokaságból származik. Ezzel a módszerrel a kiválasztott négy jogi forma szerinti szignifikáns eltéréseket páronként tudjuk vizsgálni.

A foglalkoztatotti létszám esetén lehetőség lenne az átlagok összehasonlítására t-próba segítségével, azonban ennek a vizsgálatnak a feltétele a csoportokon belüli normális eloszlás. Mivel a foglalkoztatotti létszám eloszlása nem követ normális eloszlást, hanem balra ferdült, jobbra hosszan elnyúló, így a t-próba alkalmazása ezekben az esetekben sem lehetséges. Helyette a foglalkoztatotti létszám és arány vizsgálatánál is a Mann-Whitney teszt alkalmazható.

A Mann-Whitney teszt eredményeinél a Monte Carlo szignifikancia értékei alapján állapíthatók meg a szignifikáns eltérések. Ahol a szignifikanciák 5% (0,05) alatt maradnak, ott a vizsgált két csoportról feltételezhető, hogy nem azonos alapsokaságból származnak, vagyis szignifikáns eltérés van a csoportok között (a nullhipotézist el kell vetnünk).

A pályázati források felhasználásának mértéke esetén meghatározott szignifikancia szintek a 20. táblázatban szerepelnek. Aláhúzott vastag betűvel vannak a szignifikáns eltérések jelölve. Ezek azt mutatják, hogy a legtöbb szignifikáns eltérés a nonprofit szervezetek és a többi jogi forma között található. Ezeken kívül a szociális szövetkezetek és az egyesületek között tapasztalható szignifikáns eltérés a működés folyamatos fenntartása érdekében igénybe vett pályázati források mértéke között.

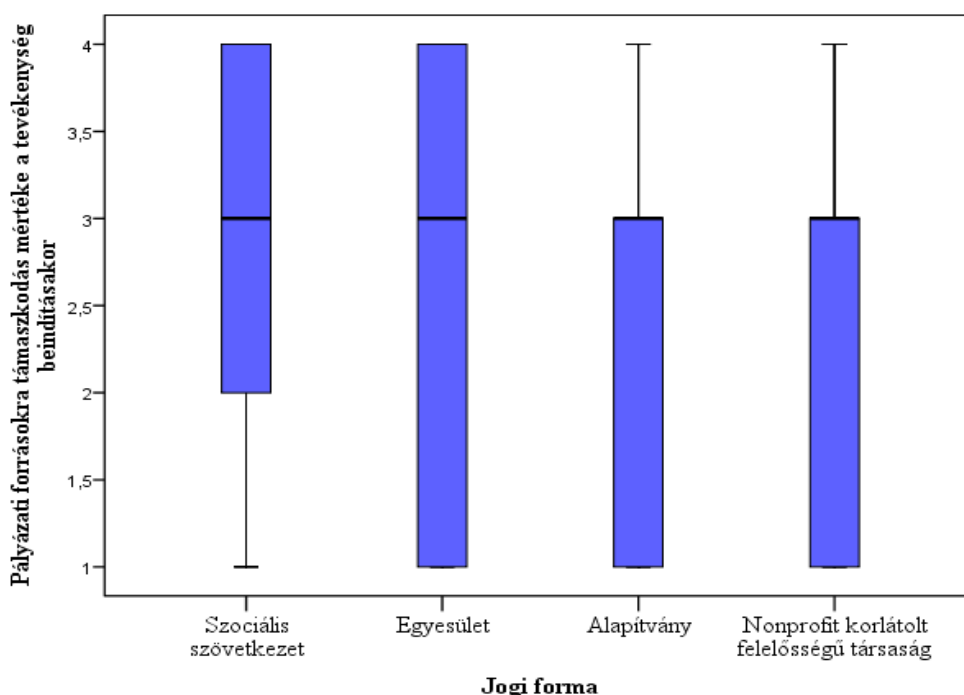
20. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke esetén jogi forma szerint*

Vizsgált változó	Jogi forma	Szociális szövetkezet	Egyesület	Alapítvány
Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a tevékenység beindításakor	Egyesület	0,294		
	Alapítvány	0,268	0,454	
	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság	<u>0,019</u>	0,085	0,136
Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a működés folyamatos fenntartása érdekében	Egyesület	<u>0,037</u>		
	Alapítvány	0,089	0,392	
	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság	<u>0,048</u>	<u>0,000</u>	<u>0,003</u>

* Az aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját számítás

A tevékenység beindításakor a pályázati forrásokra támaszkodás mértékének boxplot ábrája azt mutatja, hogy valamennyi jogi forma esetén a válaszok mediánja 3, vagyis „inkább támaszkodnak pályázati forrásokra”. A „doboz” alja és teteje által jelképezett alsó és felső kvartilisben, valamint a fel és le vonalak hosszában (mely az interkvartilis terjedelem 1,5-szeresét fejezi ki) azonban eltérés látható. Az ábra alapján megállapítható, hogy 20. táblázatban látott szignifikáns eltérések azt fejezik ki, hogy a nonprofit korlátolt felelősségű társaságoknál szignifikánsan kisebb mértékben támaszkodnak pályázati támogatásokra, mint a szociális szövetkezeteknél (59. ábra).



59. ábra: Pályázati forrásokra támaszkodás mértékének boxplot ábrája a tevékenység beindításakor jogi forma szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3inkább igen, 4 teljes mértékben,
Forrás: saját szerkesztés

A működés folyamatos fenntartása érdekében felhasznált pályázati források mértékének tekintetében a nonprofit kft-k esetén a legnagyobb az interkvartilis terjedelem (vagyis a felső és az alsó kvartilis különbsége), míg az egyesületek és az alapítványok esetén az alsó és a felső kvartilis megegyezik, vagyis a válaszok középső 50%-a mind az „inkább igen” kategóriába tartozik. Több alföldi egyesület a pályázati forrásokra az átlagnál nagyobb mértékben (teljes mértékben) támaszkodik, míg a pályázati forrásokra egyáltalán nem vagy inkább nem támaszkodó egyesületek inkább a Dunántúlon találhatók. A szignifikáns eltérések esetén megállapíthatjuk, hogy a nonprofit korlátolt felelősségű társaságok esetén kisebb mértékű a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke, mint a többi társadalmi vállalkozástípus esetén. Az egyesületeknél a kiugró értékek azt mutatják, hogy a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke inkább néhány, alföldi régióban működő társadalmi vállalkozás esetén rendkívül magas, míg a kiugróan alacsony értékek inkább a Dunántúlon találhatók. Az alapítványok esetén a pályázati források kiugróan alacsony szerepe leginkább a Közép-magyarországi régióban működő társadalmi vállalkozásokat érinti (60. ábra).

A szervezet alapításának indítékait jogi forma szerinti bontásban vizsgálva megállapítható, hogy csupán a „transzparens működés” mint indok esetén nincs semmilyen szignifikáns különbség a társadalmi vállalkozások között (21. táblázat).

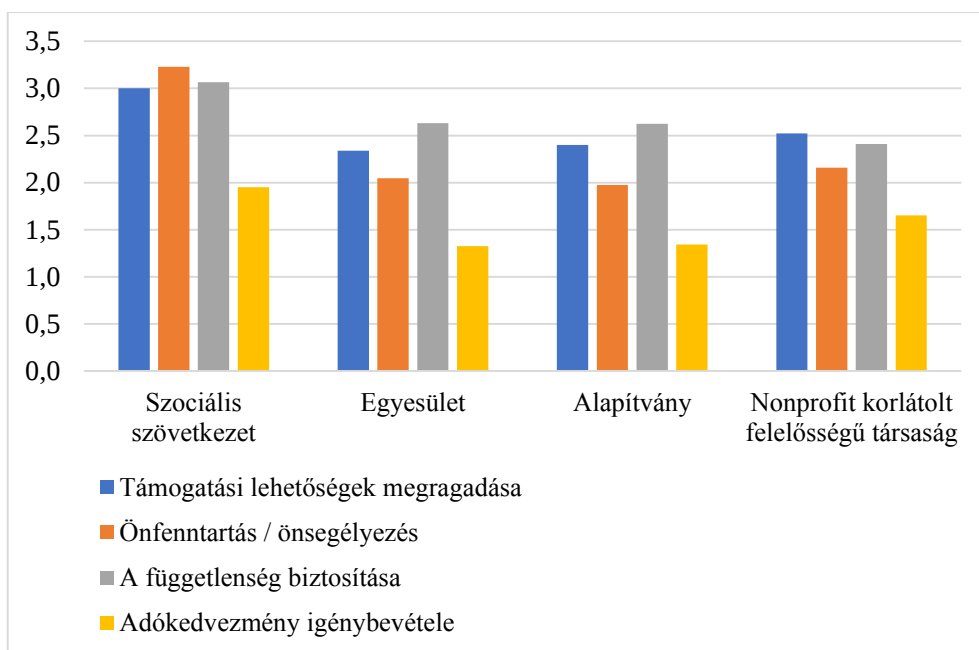
21. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a szervezet alapításának indítékai esetén jogi forma szerint

Vizsgált változó	Jogi forma	Egyesület	Alapítvány	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	<u>0,002</u>	0,172
	Egyesület		0,167	<u>0,002</u>
	Alapítvány			<u>0,041</u>
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése	Szociális szövetkezet	0,415	<u>0,000</u>	0,061
	Egyesület		<u>0,002</u>	0,055
	Alapítvány			<u>0,000</u>
Üzleti alapú tevékenység végzése	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	<u>0,000</u>	<u>0,000</u>
	Egyesület		0,476	<u>0,000</u>
	Alapítvány			<u>0,000</u>
Támogatási lehetőségek megragadása	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	<u>0,003</u>	<u>0,004</u>
	Egyesület		0,426	0,216
	Alapítvány			0,309
Adókedvezmény igénybevétele	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	<u>0,001</u>	<u>0,029</u>
	Egyesület		0,265	0,059
	Alapítvány			0,152
Önfenntartás / önszervezés	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	<u>0,000</u>	<u>0,000</u>
	Egyesület		0,349	0,397
	Alapítvány			0,293
A függetlenség biztosítása	Szociális szövetkezet	<u>0,031</u>	<u>0,040</u>	<u>0,004</u>
	Egyesület		0,468	0,174
	Alapítvány			0,222
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása	Szociális szövetkezet	0,116	0,378	<u>0,000</u>
	Egyesület		0,276	<u>0,017</u>
	Alapítvány			<u>0,024</u>

Vizsgált változó	Jogi forma	Egyesület	Alapítvány	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
Együtműködés, az érintettek bevonása	Szociális szövetkezet	<u>0,025</u>	<u>0,029</u>	<u>0,022</u>
	Egyesület		0,372	<u>0,001</u>
	Alapítvány			<u>0,001</u>
Transzpárens működés	Szociális szövetkezet	0,362	0,178	0,062
	Egyesület		0,329	0,146
	Alapítvány			0,308
A közjó támogatása	Szociális szövetkezet	<u>0,020</u>	<u>0,000</u>	0,426
	Egyesület		<u>0,026</u>	0,060
	Alapítvány			<u>0,001</u>
Társadalmi innováció	Szociális szövetkezet	0,486	<u>0,007</u>	<u>0,045</u>
	Egyesület		<u>0,010</u>	0,082
	Alapítvány			<u>0,001</u>
A fenntartható fejlődés elősegítése	Szociális szövetkezet	<u>0,000</u>	0,340	<u>0,009</u>
	Egyesület		<u>0,005</u>	0,339
	Alapítvány			<u>0,048</u>

Forrás: saját számítás

Először azokat az indítékokat vizsgáljuk meg részletesebben, amelyeknél szignifikáns eltérés kizárólag a szociális szövetkezetek és a többi jogi forma között tapasztalható. A „támogatási lehetőségek megragadása”, az „önfenntartás / önszegélyezés”, a „függetlenség biztosítása” és az „adókedvezmény igénybevétele” szignifikánsan gyakrabban szerepelt az alapítás indokaként a szociális szövetkezetek esetén, mint az egyesületeknél, alapítványnál vagy a nonprofit kft-knél (61. ábra).



61. ábra: A támogatási lehetőségek megragadása, az önfenntartás / önszegélyezés, a függetlenség biztosítása és az adókedvezmény igénybevétele, mint az alapítás indoka jogi forma szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

Jogi forma szerint vizsgálva az alapítási indokok fontossági sorrendjét, az egyes válaszlehetőségek súlyozott átlagolására van szükség. Ezt úgy tesszük meg, hogy a „teljes mértékben” válaszlehetőséget háromszoros, az „inkább igen” válaszokat kétszeres, míg az „inkább nem” válaszokat egyszeres súllyal figyelembe véve minden alapítási indok esetén átlagot számolunk jogi formák szerint. A rangsorok alapján megállapítható, hogy az egyesületeknél és a nonprofit kft-knél „valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása” volt a legfontosabb alapítási indok. Ez az indok a másik két jogi forma esetén is fontos szerepet játszott. Az alapítványoknál a legfontosabbnak a társadalmi problémák enyhítése, míg a szociális szervezeteknél a fenntartható fejlődés elősegítése bizonyult (22. táblázat).

22. táblázat: Az alapítási indokok rangsora jogi forma szerinti bontásban

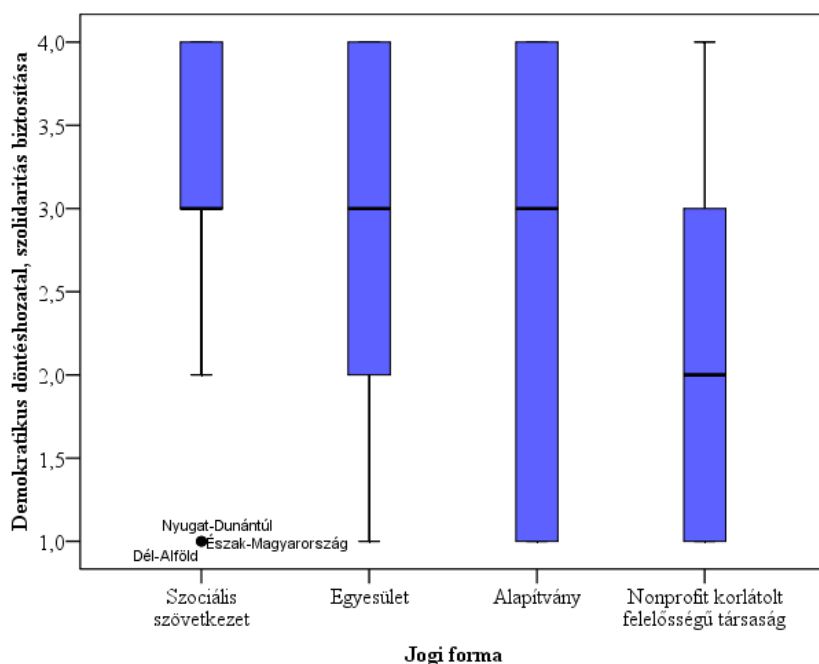
Alapítási indok	Szociális szervezet	Egyesület	Alapítvány	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása	2	1	2	1

Alapítási indok	Szociális szövetkezet	Egyesület	Alapítvány	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése	3	4	1	2
Üzleti alapú tevékenység végzése	7	12	12	9
Támogatási lehetőségek megragadása	11	10	10	8
Adókedvezmény igénybevétele	13	13	13	13
Önfenntartás / önszegélyezés	6	11	11	12
A függetlenség biztosítása	10	9	9	11
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása	9	8	8	10
Együttműködés, az érintettek bevonása	4	2	5	5
Transzparens működés	12	7	7	7
A közjó támogatása	8	3	3	4
Társadalmi innováció	5	5	4	6
A fenntartható fejlődés elősegítése	1	6	6	3

Forrás: saját szerkesztés

A „demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása” a nonprofit kft-k és a többi jogi forma között mutatott szignifikáns különbséget. Mivel csupán ez az egy ilyen indok szerepel a listában, az eltérések irányát boxplot ábrán vizsgáljuk, így több információ áll rendelkezésünkre a jogi formák közötti eltérésről. Az ábra alapján megállapítható, hogy ez az alapítási indok a nonprofit kft-k esetén szignifikánsan kisebb jelentőséggel bír, mint a szociális szövetkezeteknél, egyesületeknél vagy alapítványoknál. Előbbinél a válaszolók több mint fele azt válaszolta, hogy egyáltalán nem, vagy inkább nem szerepelt a demokratikus döntéshozatal és a szolidaritás biztosítása az alapítás okaként (62. ábra).

Az „üzleti alapú tevékenység végzése” és az „együttműködés, érintettek bevonása” esetén egy eset kivételével mindenhol szignifikáns eltérés tapasztalható. Mivel ennél a két indoknál sok a szignifikáns eltérés, az eltérések irányának könnyebb áttekinthetősége érdekében ezt a két indokot szintén boxplot ábrákon vizsgáljuk meg.

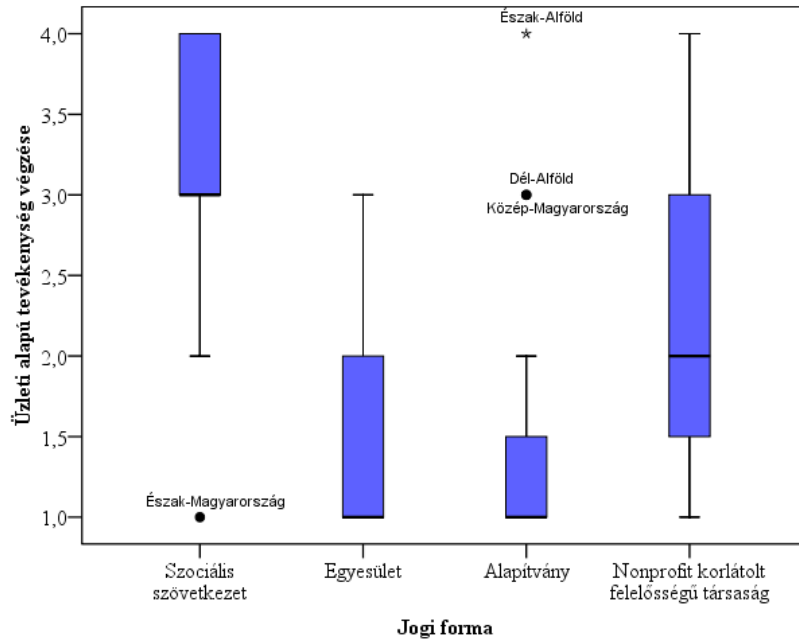


62. ábra: Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása, mint az alapítás indoka jogi forma szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

Az „üzleti alapú tevékenység végzése” hasonlóan kis szerepet játszott az egyesületek és az alapítványok alapításakor. Mindkét jogi forma esetén a válaszolók fele az „egyáltalán nem” kategóriát választotta. A nonprofit kft-k esetén az üzleti tevékenység folytatása gyakoribb alapítási indok, bár a válaszok mediánja ez esetben is csupán az „inkább nem” kategória. Leggyakrabban a szociális szövetkezeteket alapították üzleti tevékenység végzésének szándékával. Ez esetben a válaszolók negyedénél ez az indok teljes mértékben szerepet játszott (63. ábra).

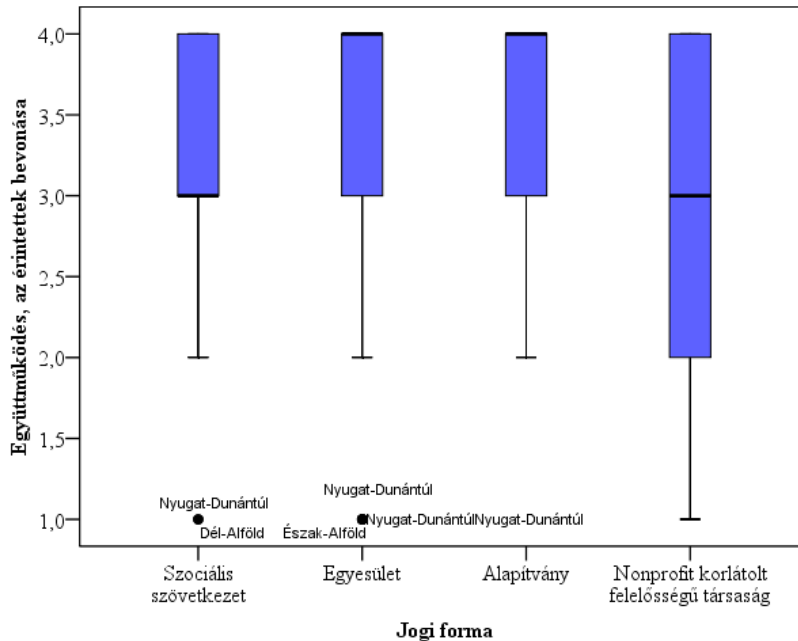


63. ábra: Üzleti alapú tevékenység végzése, mint az alapítás indoka jogi forma szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

Az „együttműködés / érintettek bevonása” az alapítványok és az egyesületek esetén a leggyakoribb indok az alapításra. Ezek 50%-a úgy nyilatkozott, hogy az együttműködés teljes mértékben az egyik indoka volt a szervezet alapításának. A szociális szervezetek esetén ez az indok szignifikánsan kisebb jelentőséggel bír, míg a nonprofit kft-knél még a szociális szervezetekénél is alacsonyabb az együttműködés jelentősége az alapításnál (64. ábra).



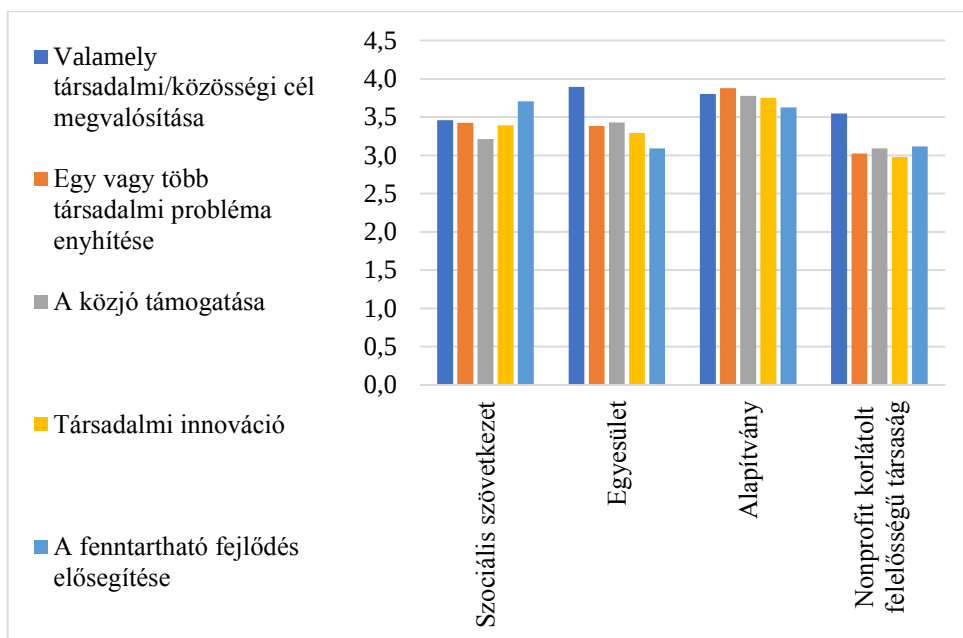
64. ábra: Együtműködés, az érintettek bevonása, mint az alapítás indoka jogi forma szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

A következőkben azokat az alapítási okokat vizsgáljuk meg, amelyeknél több jogi forma között is szignifikáns eltérés tapasztalható, azonban nincs egyetlen olyan jogi forma, ami esetén minden eltérés szignifikáns lenne. A „társadalmi / közösségi cél megvalósítása” esetén a szociális szervezetek és a nonprofit kft-k is szignifikáns eltérést mutatnak az egyesületektől és az alapítványoktól (22. táblázat). Az egyesületek és az alapítványok esetén néhány kiugró értéktől eltekintve mindenkinél „teljes mértékben” szerepelt ez az indok, míg a szociális szervezeteknél és a nonprofit kft-knél a válaszolók 25%-a az „inkább nem” vagy az „egyáltalán nem” válaszokat adta meg. A „társadalmi problémák enyhítése” elsősorban az alapítványoknál jellemző: itt 3 válaszoló kivételével mindenki a „teljes mértékben” választ adta meg. A többi jogi forma esetén kevésbé volt jelentős ez az indok az alapításnál. A közjó támogatása az alapítványok esetén a többi jogi formánál szignifikánsan jelentősebb alapítási indok. Szignifikáns eltérés tapasztalható még a szociális szervezetek és az egyesületek között: utóbbinál ugyanis a közjó támogatásának mediánja a „teljes mértékben” válasz volt, míg a szervezeteknél csupán az „inkább igen” válasz. A társadalmi innovációk szignifikánsan jelentősebb alapítási indokai az alapítványoknak, mint a többi jogi formának. A legkevésbé a nonprofit kft-k esetén játszott ez az indok szerepet az alapításban: itt ugyanis szignifikánsan alacsonyabb a társadalmi innovációk jelentősége. A fenntartható fejlődés elősegítése a szociális szervezetek és az alapítványok esetén

fontos alapítási indok (a válaszok mediánja a „teljes mértékben”), szignifikánsan jelentősebb, mint a másik két jogi formánál (ahol a medián az „inkább igen” válasz) (65. ábra).



65. ábra: Valamely társadalmi cél megvalósítása, társadalmi problémák enyhítése, a közjó támogatása és a társadalmi innováció, mint az alapítás indoka jogi forma szerinti bontásban*

*1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

A foglalkoztatási formák elemzése kapcsán megállapítható, hogy a részmunkaidőben foglalkoztatottak arányában nem mutatkozik a jogi formák között szignifikáns eltérés. A teljes munkaidős foglalkoztatás, vagyis a tipikus foglalkoztatás aránya a szociális szövetkezetek esetén szignifikánsan eltér a többi foglalkoztatási formától (23. táblázat).

23. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke esetén jogi forma szerint *

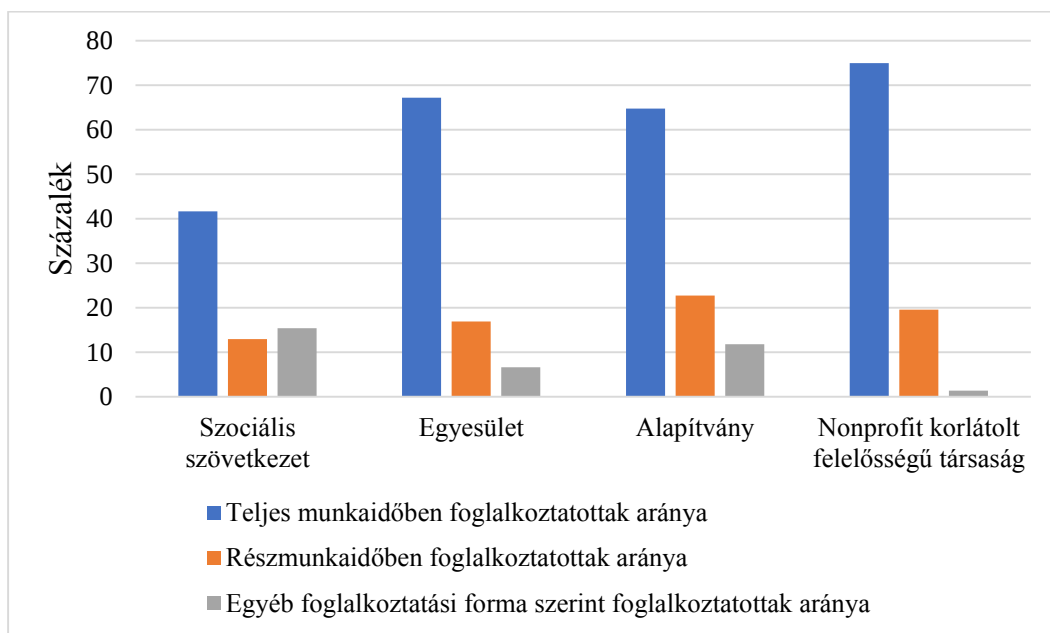
Vizsgált változó	Jogi forma	Szociális szövetkezet	Egyesület	Alapítvány
Teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Egyesület	<u>0,000</u>		
	Alapítvány	<u>0,001</u>	0,322	
	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság	<u>0,000</u>	0,166	0,079
	Egyesület	0,215		
	Alapítvány	0,056	0,168	

Vizsgált változó	Jogi forma	Szociális szervezet	Egyesület	Alapítvány
Részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság	0,120	0,300	0,350
Egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Egyesület	0,110		
	Alapítvány	0,196	<u>0,017</u>	
	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság	<u>0,016</u>	0,108	<u>0,001</u>

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját számítás

A teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya a szociális szervezeteknél szignifikánsan alacsonyabb, mint a többi jogi forma esetén. Az egyéb foglalkoztatási formák aránya a szociális szervezeteknél és az alapítványoknál szignifikánsan magasabb, mint a nonprofit kft-knél. Az alapítványok esetén pedig még az egyesületeknél is magasabb az egyéb foglalkoztatottak aránya (66. ábra).



66. ábra: A teljes és részmunkaidőben, valamint az egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak aránya jogi forma szerinti bontásban

Forrás: saját szerkesztés

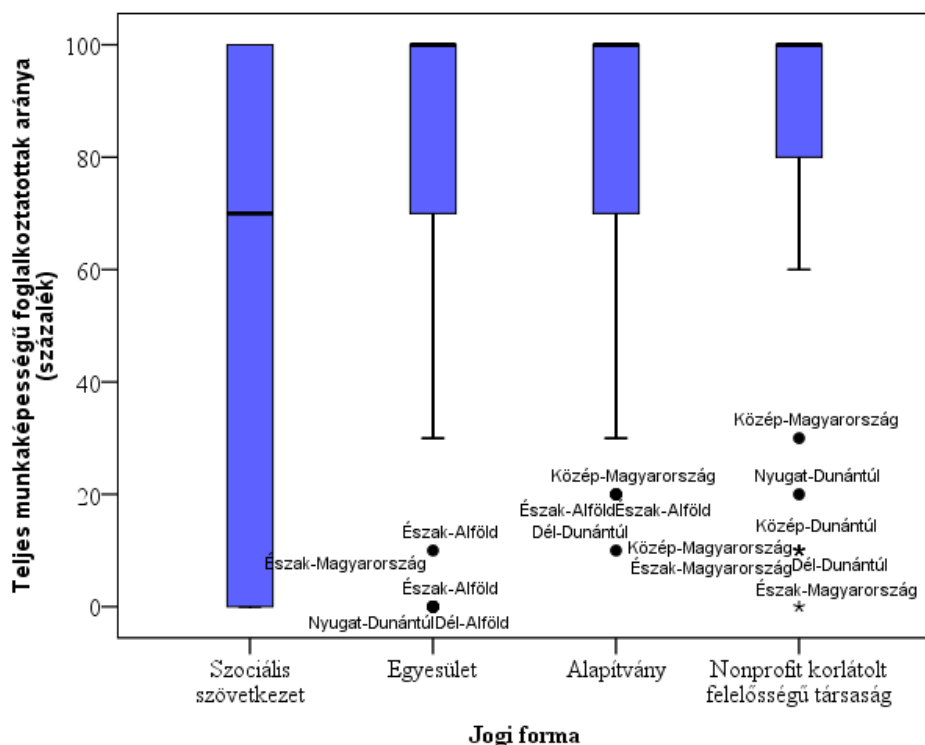
24. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a foglalkoztatottak munkaképessége esetén jogi forma szerint *

Vizsgált változó	Jogi forma	Egyesület	Alapítvány	Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Szociális szövetkezet	<u>0,014</u>	<u>0,012</u>	<u>0,006</u>
	Egyesület		0,435	0,271
	Alapítvány			0,346
1-30%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Szociális szövetkezet	0,059	0,488	<u>0,018</u>
	Egyesület		0,053	0,220
	Alapítvány			<u>0,022</u>
31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Szociális szövetkezet	0,114	<u>0,003</u>	<u>0,023</u>
	Egyesület		<u>0,042</u>	0,187
	Alapítvány			0,223
51-60%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Szociális szövetkezet	0,243	<u>0,014</u>	<u>0,025</u>
	Egyesület		0,057	0,085
	Alapítvány			0,403
61% feletti megváltozott munkaképességűek aránya	Szociális szövetkezet	0,432	0,058	0,450
	Egyesület		0,083	0,502
	Alapítvány			0,093

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

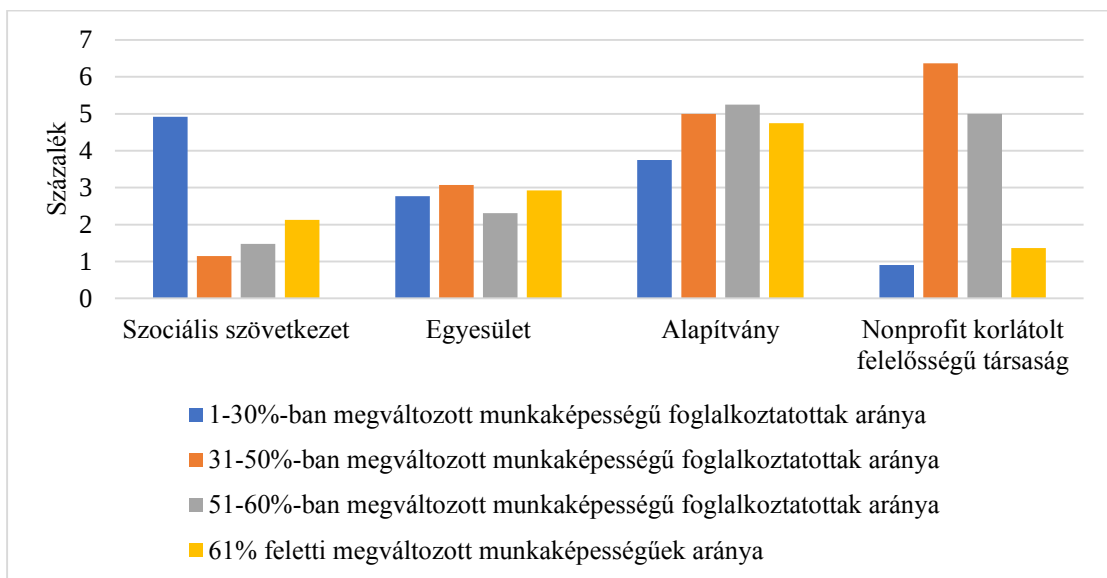
Forrás: saját számítás

A foglalkoztatottak munkaképességének jogi forma szerinti vizsgálata (24. táblázat) azt mutatja, hogy a teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya a szociális szövetkezeteknél szignifikánsan különbözik a többi jogi formától.



67.ábra: Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya jogi forma szerinti bontásban
 Forrás: saját szerkesztés

A boxplot ábra alapján (67. ábra) megállapítható, hogy a szociális szövetkezetekben szignifikánsan kevesebb teljes munkaképességű foglalkoztatott dolgozik. A szövetkezetek felénél a teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya 70% alatt marad. Ezzel szemben az alapítványok, egyesületek és nonprofit kft-k több mint 50%-ában kizárólag teljes munkaképességű foglalkoztatottak dolgoznak. Ez a különbség azt is jelenti, hogy a szociális szövetkezetek azok, amelyek a legtöbb megváltozott munkaképességű dolgozót alkalmazták.



68. ábra: Megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya jogi forma szerinti bontásban
Forrás: saját szerkesztés

A megváltozott munkaképességűek összetételét vizsgálva (68. ábra) megállapítható, hogy az 1-30%-ban megváltozott munkaképességű dolgozók átlagos aránya a szociális szervezetekben a legmagasabb (közel 5%). Ez az arány szignifikánsan magasabb a nonprofit kft-k hasonló adatától (1%). A 31-50%-ban megváltozott munkaképességűek már viszonylag kis mértékben (1%) fordulnak elő a szociális szervezetekben. Ezen dolgozók aránya ettől szignifikánsan magasabb az alapítványoknál (5%) és a nonprofit kft-k-nél (6,5%). Az 51-60%-ban megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásában az alapítványok (5%) és a nonprofit kft-k (5%) járnak az élen. Ettől szignifikánsan alacsonyabb a szociális szervezetek 1,5%-os aránya. A 61% feletti megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásában nincs a jogi formák szerint szignifikáns különbség. Az alapítványok dolgozóinak közel 5%-a több mint 61%-ban megváltozott munkaképességű, míg a többi jogi formánál ez az arány 1-3% közötti.

4.2.5. Tevékenységi kör szerinti eltérések

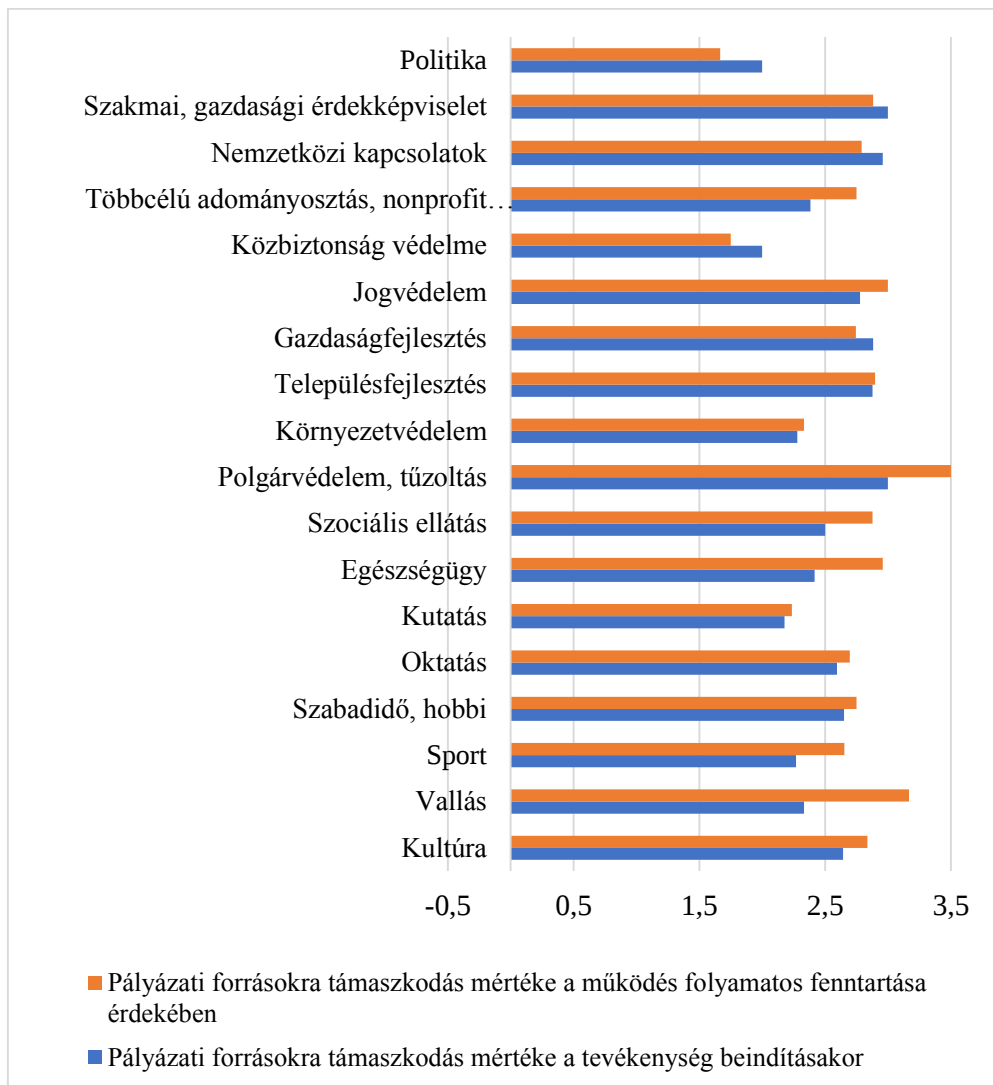
A tevékenységi kör szerinti elemzést a szervezet fő társadalmi tevékenységi körére, valamint a szervezet gazdálkodási /vállalkozási / üzleti tevékenységből származó bevételének jellemző tevékenységi köreire (amiből a nem támogatási bevételét szerzi) vonatkozó kérdés válaszai alapján elemezzük.

a) Társadalmi tevékenységi körök szerinti eltérések

Mivel a fő társadalmi tevékenységi körre vonatkozó kérdésnél egy szervezet több választ is megjelölhetett (és sokszor meg is jelölt), a válaszokat egyetlen változóba tömöríteni nehézkes, sokszor lehetetlen, ezért nincs lehetőség ennek mentén szignifikáns eltéréseket keresni. Ezért az elemzés során csupán eltéréseket (és nem szignifikáns eltéréseket) vizsgálunk. A vizsgált változók tevékenységi kör szerinti bontásban a következők:

- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a tevékenység beindításakor
- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a működés folyamatos fenntartása érdekében
- Szervezet/vállalkozás alapításának indítékai
- Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Teljes munkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Részmunkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben

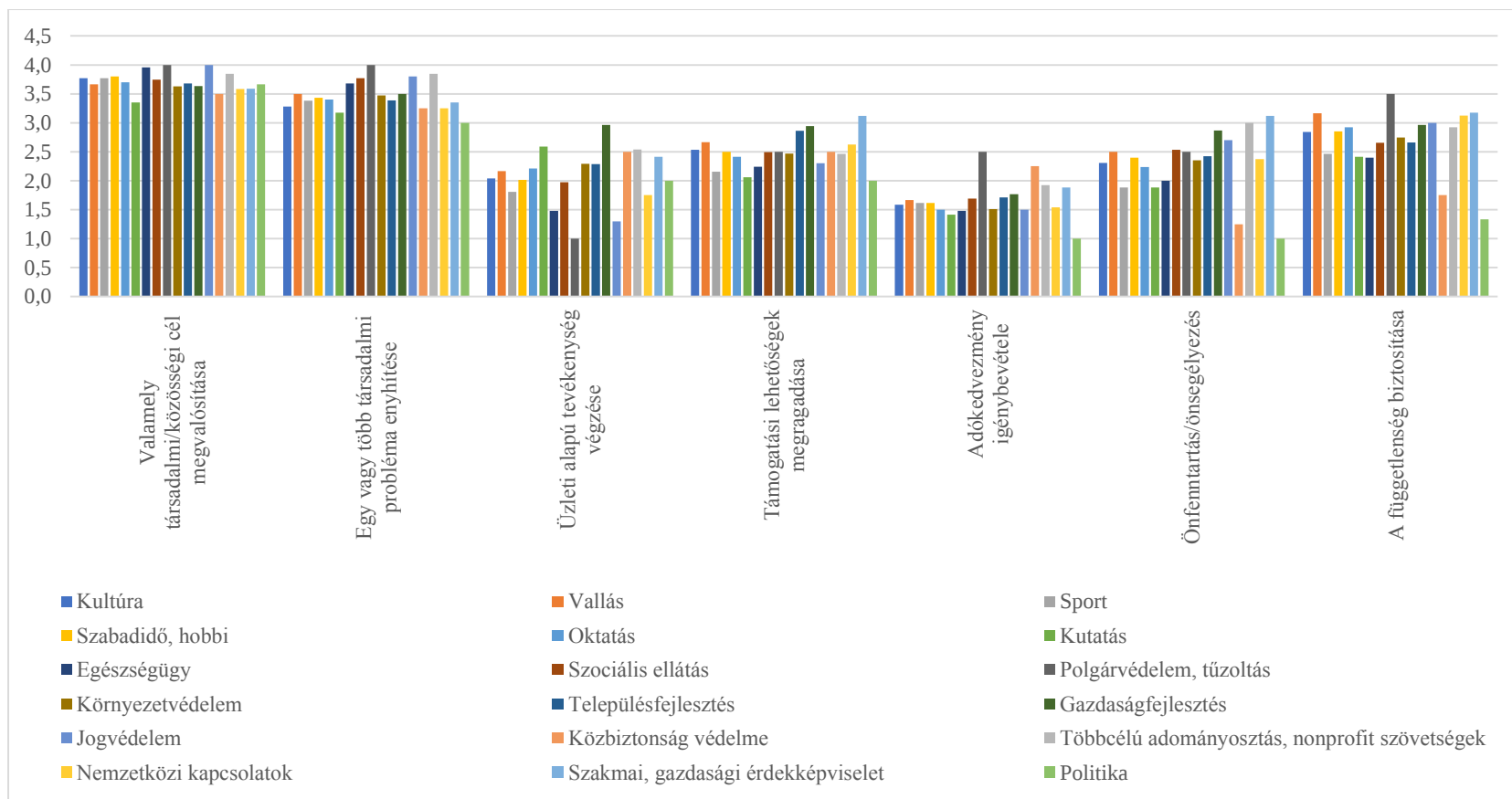
A pályázati források szerepe a tevékenység beindításakor a „polgárvédelem, tűzoltás”, a „szakmai, gazdasági érdekképviseltek”, a „nemzetközi kapcsolatok”, a „gazdaságfejlesztés”, a „településfejlesztés” és a „szabadidő”, hobbi tevékenységek esetén a legjelentősebb. A működés folyamatos fenntartása érdekében leginkább a „polgárvédelem, tűzoltás”, a „vallás”, a „jogvédelem”, az „egészségügy”, a „szociális ellátás”, a „településfejlesztés” és a „szakmai, gazdasági érdekképviseltek” esetén támaszkodtak pályázati forrásokra. A tevékenység beindításakor és a működés fenntartása során felhasznált pályázati források mértéke között jelentős eltérés van a „vallás” és az „egészségügy” esetén. Mindkét területen inkább a működés fenntartásakor vesznek igénybe pályázati forrásokat. A legtöbb területen – bár minimális eltéréssel – szintén a működés fenntartása érdekében jelentősebb a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke. Kivételt jelent ez alól a „politika”, a „szakmai, gazdasági érdekképviselő”, a „közbiztonság védelme”, a „gazdaságfejlesztés” és a „nemzetközi kapcsolatok”, ahol inkább a tevékenység beindításakor jellemző a pályázati forrásokra támaszkodás (69. ábra).



69. ábra: Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke tevékenységi kör szerinti bontásban*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

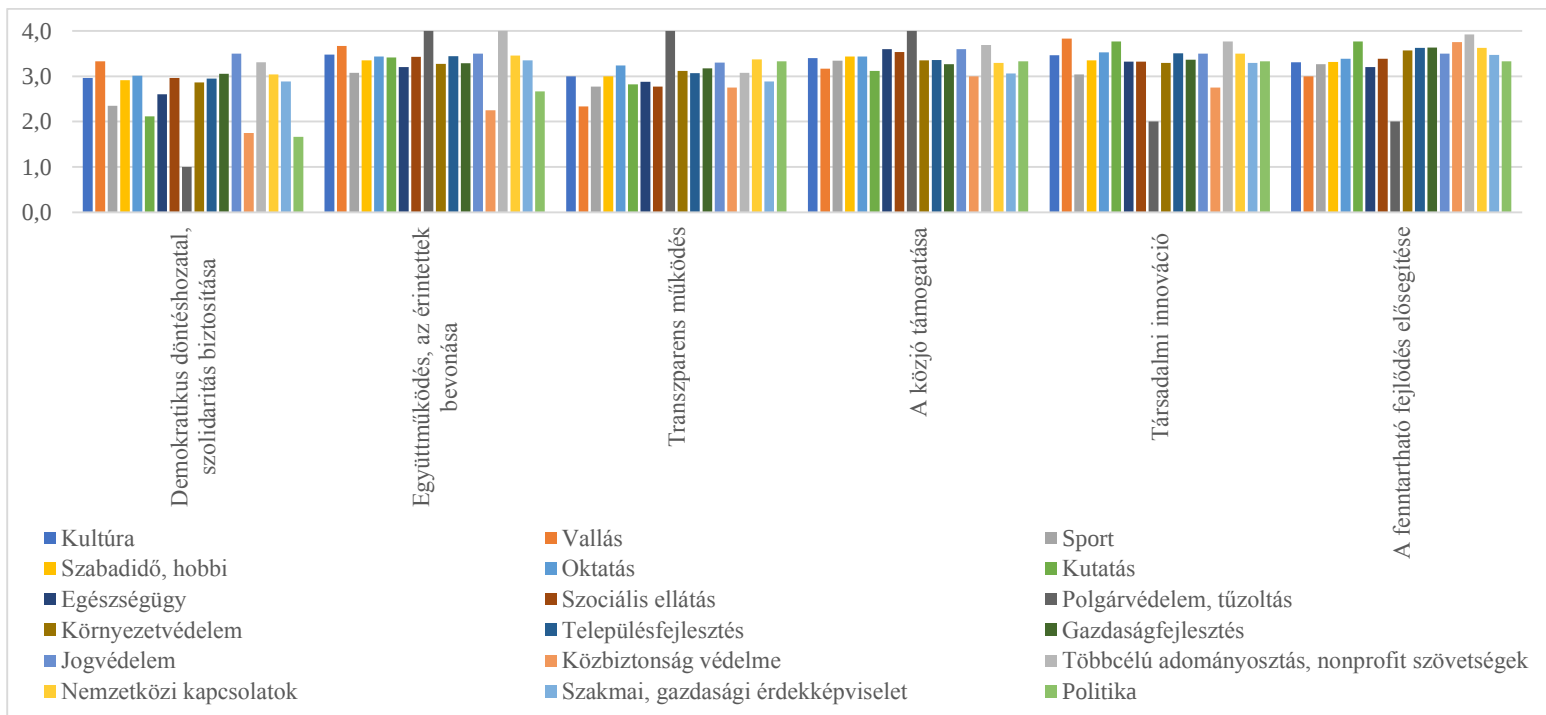
Forrás: saját szerkesztés



70. ábra: A társadalmi vállalkozás alapításának indítéka tevékenységi kör szerinti bontásban (1. rész)*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés



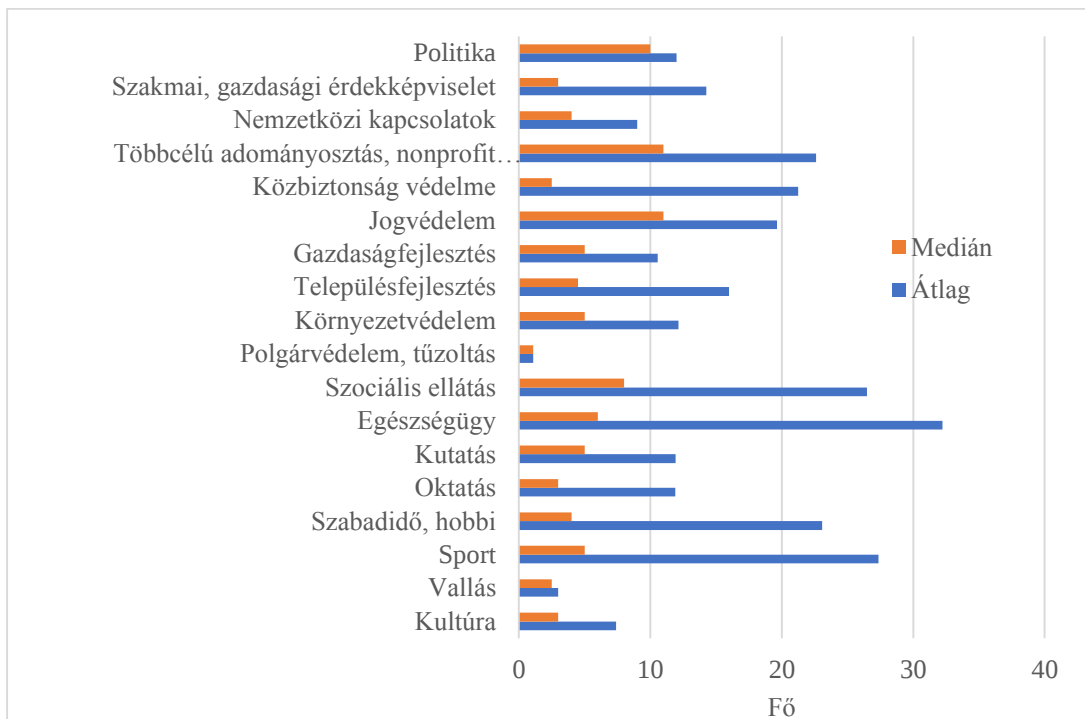
71.ábra: A társadalmi vállalkozás alapításának indítéka tevékenységi kör szerinti bontásban (2. rész)*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

Az alapítás indítékait tekintve „valamely társadalmi /közösségi cél” megvalósítása leginkább az „egészségügy”, a „polgárvédelem, tűzoltás”, a „jogvédelem” és a „többcélú adományosztás, „nonprofit szövetségek” esetén jelentős. „A társadalmi problémák enyhítésére” leggyakrabban a „polgárvédelem, tűzoltás”, a „többcélú adományosztás, nonprofit szövetségek” és a „jogvédelem” területén találunk társadalmi vállalkozásokat. Ezzel szemben az „üzleti alapú tevékenység végzése” inkább a „gazdaságfejlesztés”, a „kutatás”, a „többcélú adományosztás” és a „közbiztonság védelme” területén jelentős. A „támogatási lehetőségek megragadása” leginkább a „szakmai, gazdasági érdekképviselőket”, a „gazdaságfejlesztés” és a „területfejlesztés” területén működő társadalmi vállalkozások alapítását motiválta. Az „adókedvezmények igénybevétele” elsősorban a „polgárvédelem, tűzoltás”, majd a „közbiztonság védelme” és a „többcélú adományosztás”, illetve a „nemzetközi kapcsolatok” esetén jelentős alapítási indíték. Az „önfenntartást / önszegélyezést”, mint alapítási okot elsősorban a „szakmai /gazdasági érdekképviselőket”, a „nonprofit szövetségek” és a „gazdaságfejlesztés” területén tevékenykedő társadalmi vállalkozások említették. A „függetlenség biztosítása” a „polgárvédelem, tűzoltás” mellett a „vallási szervezeteknél”, valamint a „szakmai, gazdasági érdekképviselőknél” és a „nemzetközi kapcsolatok” terén jelentős (70. ábra). A „demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása”, mint cél leginkább a „jogvédelem”, a „vallás” és a „többcélú adományosztás” területén motiválta a társadalmi vállalkozások alapítását. Legkevésbé a „közbiztonság védelme” és a „politika” területén jelent meg ez az indíték. Az „együttműködés, érintettek bevonása” leginkább a „polgárvédelem, tűzoltás”, illetve a „többcélú adományosztás” esetén jelentett motivációt az alapításhoz, legkevésbé pedig a „közbiztonság védelmével” foglalkozó társadalmi vállalkozások esetén. A „transzparens működés” és a „közös támogatása 2 leginkább a „polgárvédelem, tűzoltás” terén jelentett indítékot az alapításhoz, legkevésbé pedig a vallási szervezetek esetén. A „társadalmi innováció” és a „fenntartható fejlődés” vonatkozásában a különböző tevékenységi körök társadalmi vállalkozásai többé-kevésbé azonos pontszámokat adtak (71. ábra).

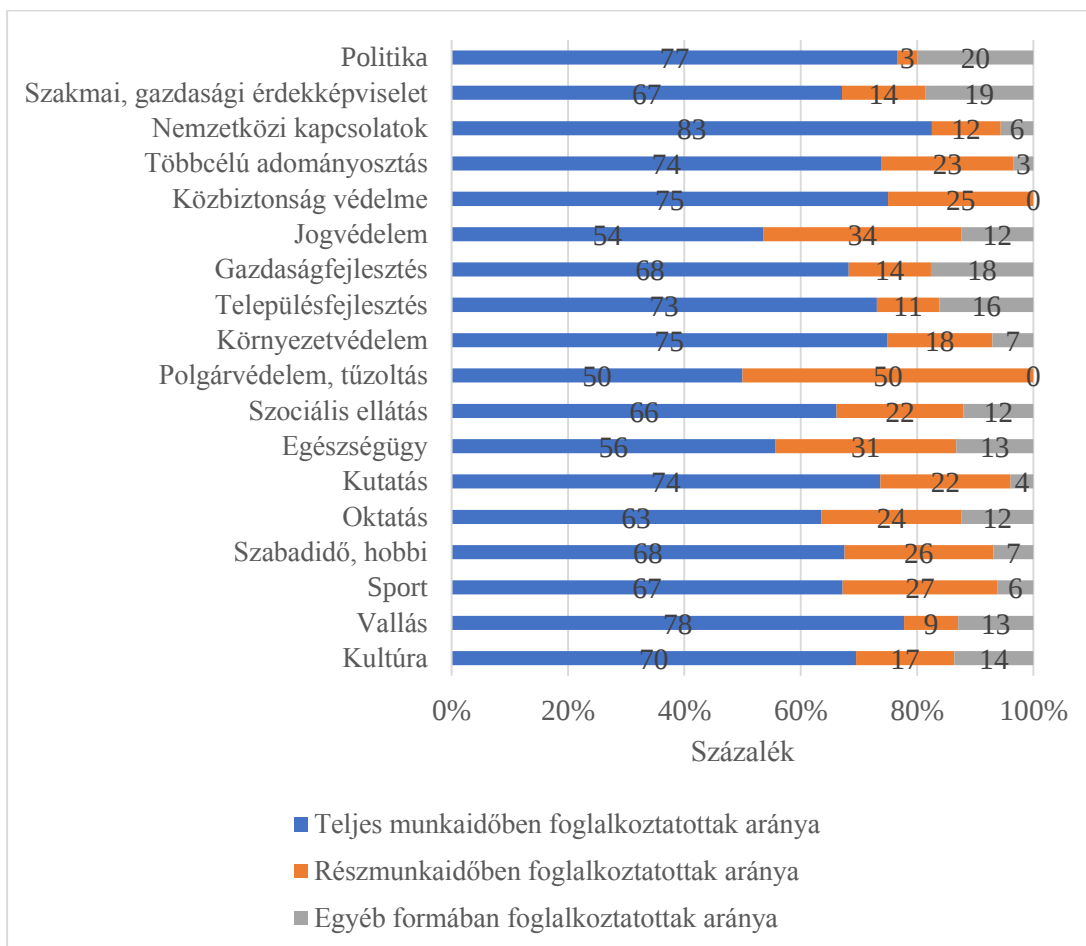
A „polgárvédelem, tűzoltás” átlagos pontszámainak a többi tevékenységi körbe tartozó vállalat pontszámaitól magasabb értékének értékelésekor nem hagyható figyelmen kívül az a tény, hogy csupán két társadalmi vállalkozás folytat ilyen jellegű tevékenységet a válaszadók közül. Az alacsony minta elemszám pedig jelentősen csökkenti a válaszok megbízhatóságát.



72. ábra: A foglalkoztatotti létszám alakulása tevékenységi körök szerinti bontásban

Forrás: saját szerkesztés

A foglalkoztatotti létszám alakulását vizsgálva (72. ábra) megállapítható, hogy az átlagos foglalkoztatotti létszám az egészségügyben a legmagasabb (32 fő). A foglalkoztatotti létszám mediánja azonban itt csupán 6 fő, ami azt jelzi, hogy néhány kiugróan nagy létszámú társadalmi vállalkozás adata növeli meg csupán az átlagot, miközben az egészségügyben tevékenykedő társadalmi vállalkozások felének létszáma 6 fő alatt marad. Az átlagos foglalkoztatotti létszám a „sport”, a „szociális ellátások”, a „szabadidő, hobbi”, a „többcélú adományoztatás” és a „közbiztonság védelme” területén is 20 fő feletti, a medián értékek azonban ez esetekben is jelentősen alacsonyabbak. A foglalkoztatotti létszám mediánja a „jogvédelem” és a „többcélú adományoztatás” területén a legmagasabb, 11 fő. A medián és az átlagos létszám egybeesik a „polgárvédelem, tűzoltás” esetén, amit az indokol, hogy csupán két ilyen társadalmi vállalkozás került a mintába. Kicsi a különbség az átlag és a medián között a vallási szervezetek (0,5 fő), valamint a politikai szervezetek (2 fő) esetén, ami kevesebb kiugróan magas foglalkoztatotti létszámú társadalmi vállalkozást valószínűsít ezeken a területeken.



73. ábra: A különböző formákban foglalkoztatottak aránya tevékenységi körök szerinti bontásban
Forrás: saját szerkesztés

A teljes munkaidős foglalkoztatás a „nemzetközi kapcsolatok”, a „politika”, a „vallás” területén működő társadalmi vállalkozásoknál a leggyakoribb (70% fölötti). A „polgárvédelem” és a „jogvédelem” területén azonban 55% alatti. A részmunkaidős foglalkoztatás a „polgárvédelem” területén a legmagasabb (50%), itt azonban (ahogy korábban már említettük) az adatok megbízhatóságát jelentősen rontja, hogy csupán két vállalkozás választotta ezt a tevékenységi kört a mintában. A részmunkaidős foglalkoztatás a „jogvédelem” és az „egészségügy” területén is meghaladja a 30%-ot (73. ábra).

b) A szervezet gazdálkodási /vállalkozási / üzleti tevékenységből származó bevételének jellemző tevékenységi köre szerinti eltérések)

A tevékenységi körök szerinti elemzést a szervezet / vállalkozás azon fő tevékenységi köre szerint folytatjuk, amelyből nem a támogatási bevétele származik. Ebben az alfejezetben arra a kérdésre keressük a választ, hogy van-e szignifikáns különbség a különböző ágazatokban működő társadalmi vállalkozások között.

A gazdálkodási /vállalkozási / üzleti tevékenységből származó bevétel jellemző tevékenységi körére vonatkozó kérdésre 21 féle válaszlehetőség volt adható. Ez esetben is lehetőség volt több válasz megjelölésére, amit a válaszolók sok esetben meg is tettek. Az elemezhetőség érdekében a válaszlehetőségeket összevonjuk öt csoportba. A csoportok kialakításánál fő szempont volt, hogy a három nagy nemzetgazdasági ág külön csoportba kerüljön. Mivel a szolgáltatások közé több mint 100 társadalmi vállalkozás került, ezt a kategóriát tovább bontottuk, és a két leggyakrabban említett szolgáltatástípust kiemeltük belőle külön elemzésre. Számos társadalmi vállalkozás a tevékenységi körre vonatkozó kérdésre semmilyen választ nem adott, és olyanok is voltak, amelyek tevékenysége több gazdasági ághoz is tartozik. Ez utóbbiakat jelen elemzésből eltávolítottuk, mivel a független minták feltétele nem teljesülne, ha egy társadalmi vállalkozás két csoportba is tartozna. Így az alábbi kategóriák és elemszámok adódtak:

- Mezőgazdaság és bányászat (9 társadalmi vállalkozás)
- Ipar (12 társadalmi vállalkozás)
- Oktatás (8 társadalmi vállalkozás)
- Humán-egészségügyi, szociális ellátás (13 társadalmi vállalkozás)
- Egyéb szolgáltatás (91 társadalmi vállalkozás)

A tevékenységi körök szerinti szignifikáns eltéréseket az alábbi változók esetén keressük:

- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a tevékenysége beindításakor
- Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a működés folyamatos fenntartása érdekében
- Szervezet/vállalkozás alapításának indítékai
- Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Teljes munkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Részmunkaidőben foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Egyéb foglalkoztatási forma szerint foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben
- Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 1-30%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 51-60%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya
- 61% feletti megváltozott munkaképességűek aránya.

Mivel a vizsgálatba bevont változók jelentős része ordinális skálán mérhető, a tevékenységi kör szerinti szignifikáns eltérések vizsgálatára a t-próba nem alkalmas. Helyette a Mann-Whitney teszt használható, mely két független minta esetén használható, és azt a nullhipotézist tesztelhetjük vele, hogy a két minta ugyanabból a sokaságból származik. Ezzel a módszerrel a kiválasztott öt tevékenységi kör szerinti szignifikáns eltéréseket páronként tudjuk vizsgálni.

A foglalkoztatotti létszám esetén lehetőség lenne az átlagok összehasonlítására t-próba segítségével, azonban ennek a vizsgálatnak a feltétele a csoportokon belüli normális eloszlás. Mivel a foglalkoztatotti létszám eloszlása nem követ normális eloszlást, hanem balra ferdült, jobbra hosszán elnyúló, így a t-próba alkalmazása ebben az esetben sem lehetséges. Helyette a foglalkoztatotti létszám és összetétel vizsgálatánál is a Mann-Whitney tesztet használjuk.

A Mann-Whitney teszt eredményeinél a Monte Carlo szignifikancia értékei alapján állapíthatók meg a szignifikáns eltérések. Ahol a szignifikanciák 5% (0,05) alatt maradnak, ott a vizsgált két csoportról feltételezhető, hogy nem azonos alapsokaságból származnak, vagyis szignifikáns eltérés van a csoportok között (a nullhipotézist el kell vetnünk).

A pályázati forrásokra támaszkodás mértékében csupán a „mezőgazdaság, bányászat” és az „egyéb szolgáltatások” között, valamint a szolgáltatásokon belül tapasztalható szignifikáns eltérés. A tevékenység beindításakor szignifikáns az eltérés a „mezőgazdaság, bányászat” és az „egyéb szolgáltatások” között, az „oktatás” és az „egyéb szolgáltatások” között, valamint a „humán egészségügyi, szociális ellátás” és az „egyéb szolgáltatások” között (25. táblázat). Az eltérések irányáról az 74. ábra alapján megállapítható, hogy az „egyéb szolgáltatások” esetén szignifikánsan nagyobb mértékben támaszkodnak a társadalmi vállalkozások pályázati forrásokra, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban”, az „oktatásban” és a „humán egészségügyi, szociális ellátásban”.

25. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke esetén tevékenységi kör szerint*

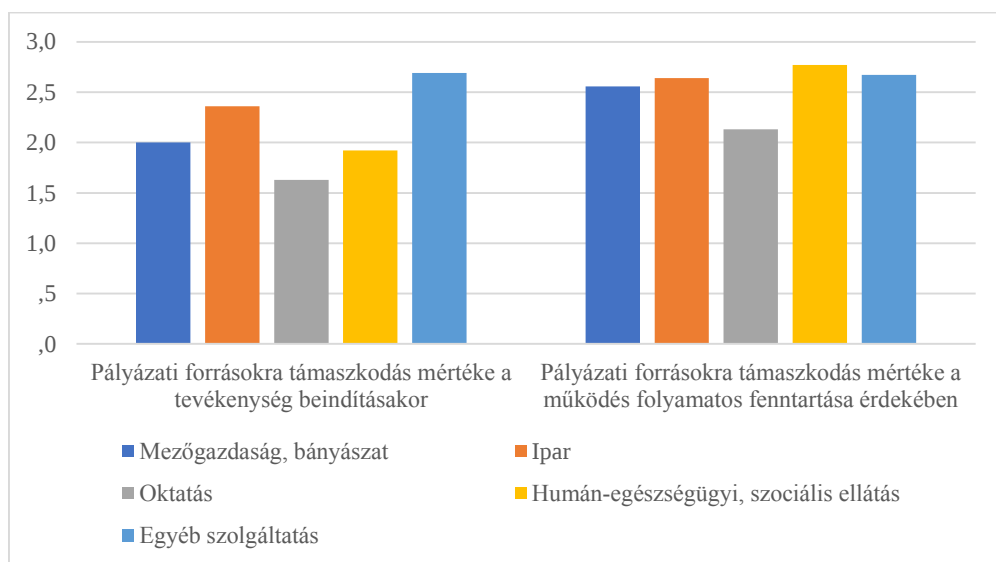
Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mező- gazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán- egészségügyi, szociális ellátás
Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a tevékenység beindításakor	Ipar	0,202			
	Oktatás	0,320	0,063		
	Humán- egészségügyi, szociális ellátás	0,518	0,094	0,318	
	Egyéb szolgáltatás	<u>0,035</u>	0,244	<u>0,005</u>	<u>0,004</u>
	Ipar	0,350			

Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mezőgazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán-egészségügyi, szociális ellátás
Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke a működés folyamatos fenntartása érdekében	Oktatás	0,127	0,069		
	Humán-egészségügyi, szociális ellátás	0,382	0,440	0,086	
	Egyéb szolgáltatás	0,390	0,374	0,053	0,460

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját számítás

A működés folyamatos fenntartása érdekében felhasznált pályázati forrásokat tekintve egyetlen szignifikáns különbség adódik, mégpedig az „oktatás” és az „egyéb szolgáltatások” között. Ez esetben is az egyéb szolgáltatásokban működő társadalmi vállalkozások támaszkodnak nagyobb mértékben a pályázati támogatásokra (55. ábra).



74. ábra: Pályázati forrásokra támaszkodás mértéke tevékenységi kör szerint*

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

Az alapítás indítékai közül a tevékenységi körök között nincs szignifikáns különbség az „önfenntartás / önségélyezés”, valamint az „együttműködés az érintettek bevonása” tekintetében (26. táblázat).

26. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a szervezet alapításának indítékai esetén tevékenységi kör szerint

Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mezőgazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán-egészségügyi, szociális ellátás
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása	Ipar	0,491			
	Oktatás	0,114	0,140		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,124	0,053	<u>0,008</u>	
	Egyéb szolgáltatás	0,397	0,233	<u>0,022</u>	0,065
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése	Ipar	0,224			
	Oktatás	0,212	0,055		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,016</u>	0,060	<u>0,002</u>	
	Egyéb szolgáltatás	0,321	0,266	<u>0,076</u>	<u>0,006</u>
Üzleti alapú tevékenység végzése	Ipar	0,251			
	Oktatás	0,387	0,498		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,046</u>	<u>0,002</u>	<u>0,050</u>	
	Egyéb szolgáltatás	0,405	0,070	0,254	<u>0,008</u>
Támogatási lehetőségek megragadása	Ipar	0,346			
	Oktatás	0,449	0,263		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,021</u>	<u>0,005</u>	0,200	
	Egyéb szolgáltatás	0,311	0,455	0,231	<u>0,000</u>
Adó-kedvezmény igénybevétele	Ipar	0,254			
	Oktatás	0,153	<u>0,027</u>		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,058	<u>0,004</u>	0,428	
	Egyéb szolgáltatás	0,288	<u>0,039</u>	0,195	0,052
Önfenntartás / önszegélyezés	Ipar	0,339			
	Oktatás	0,119	0,175		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,058	0,062	0,493	
	Egyéb szolgáltatás	0,250	0,389	0,131	0,076
A függetlenség biztosítása	Ipar	0,382			
	Oktatás	0,371	0,252		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,069	0,076	0,055	
	Egyéb szolgáltatás	0,327	0,198	0,497	<u>0,010</u>

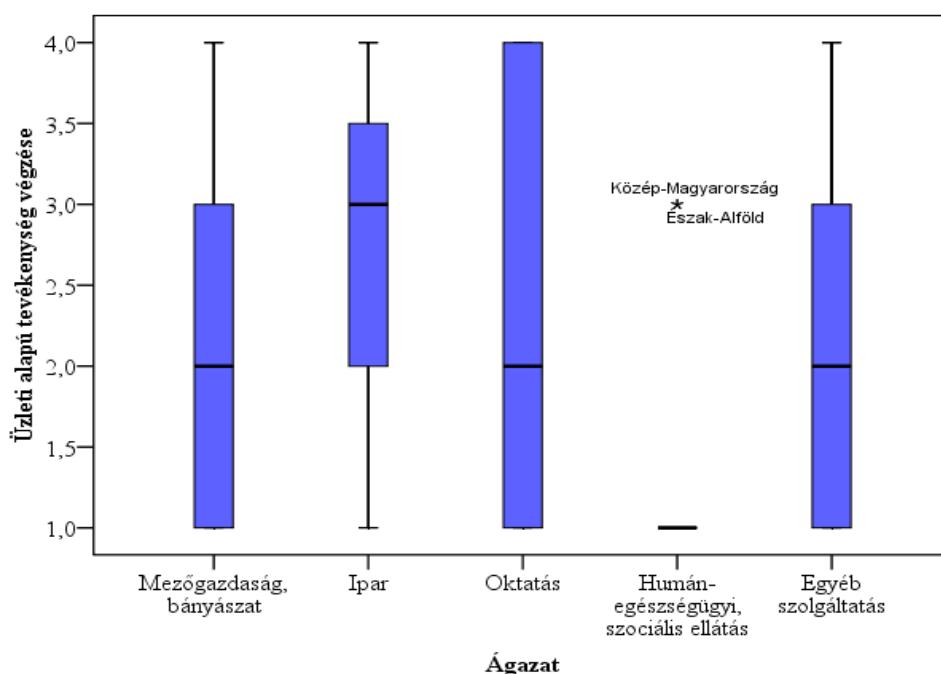
Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mezőgazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán-egészségügyi, szociális ellátás
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása	Ipar	<u>0,049</u>			
	Oktatás	0,507	0,226		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,337	<u>0,020</u>	0,364	
	Egyéb szolgáltatás	0,244	0,237	0,371	0,087
Együttműködés, az érintettek bevonása	Ipar	0,162			
	Oktatás	0,397	0,318		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,066	0,202	0,174	
	Egyéb szolgáltatás	0,144	0,353	0,365	0,092
Transzparens működés	Ipar	0,352			
	Oktatás	0,296	0,302		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,151	<u>0,039</u>	0,061	
	Egyéb szolgáltatás	0,477	0,243	0,204	0,068
A közjó támogatása	Ipar	0,339			
	Oktatás	0,293	0,510		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,008</u>	<u>0,021</u>	0,053	
	Egyéb szolgáltatás	0,113	0,252	0,369	<u>0,010</u>
Társadalmi innováció	Ipar	<u>0,028</u>			
	Oktatás	0,534	<u>0,049</u>		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,026</u>	0,471	<u>0,042</u>	
	Egyéb szolgáltatás	<u>0,003</u>	0,504	<u>0,012</u>	0,480
A fenntartható fejlődés elősegítése	Ipar	0,075			
	Oktatás	0,267	<u>0,027</u>		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,290	0,256	0,109	
	Egyéb szolgáltatás	0,083	0,304	<u>0,013</u>	0,314

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját számítás

Az „üzleti alapú tevékenység végzése”, mint alapítási indok a „humán egészségügyi, szociális ellátással” foglalkozó vállalatoknál szignifikánsan eltérő a többi tevékenységgel foglalkozó vállalatoktól. Az 75. ábra alapján megállapítható, hogy az „üzleti alapú tevékenység végzése” legkevesbé a humán egészségügyi, szociális ellátással foglalkozó vállalatoknál jellemző, hiszen ott kettő kivételével minden társadalmi vállalkozás az

„egyáltalán nem” választ jelölte meg, míg más tevékenységnél többször előfordul az „inkább igen”, az „inkább nem” és a „teljes mértékben” válasz is.



75. ábra: Üzleti alapú tevékenység végzése, mint alapítási indok szerepe ágazatonként*

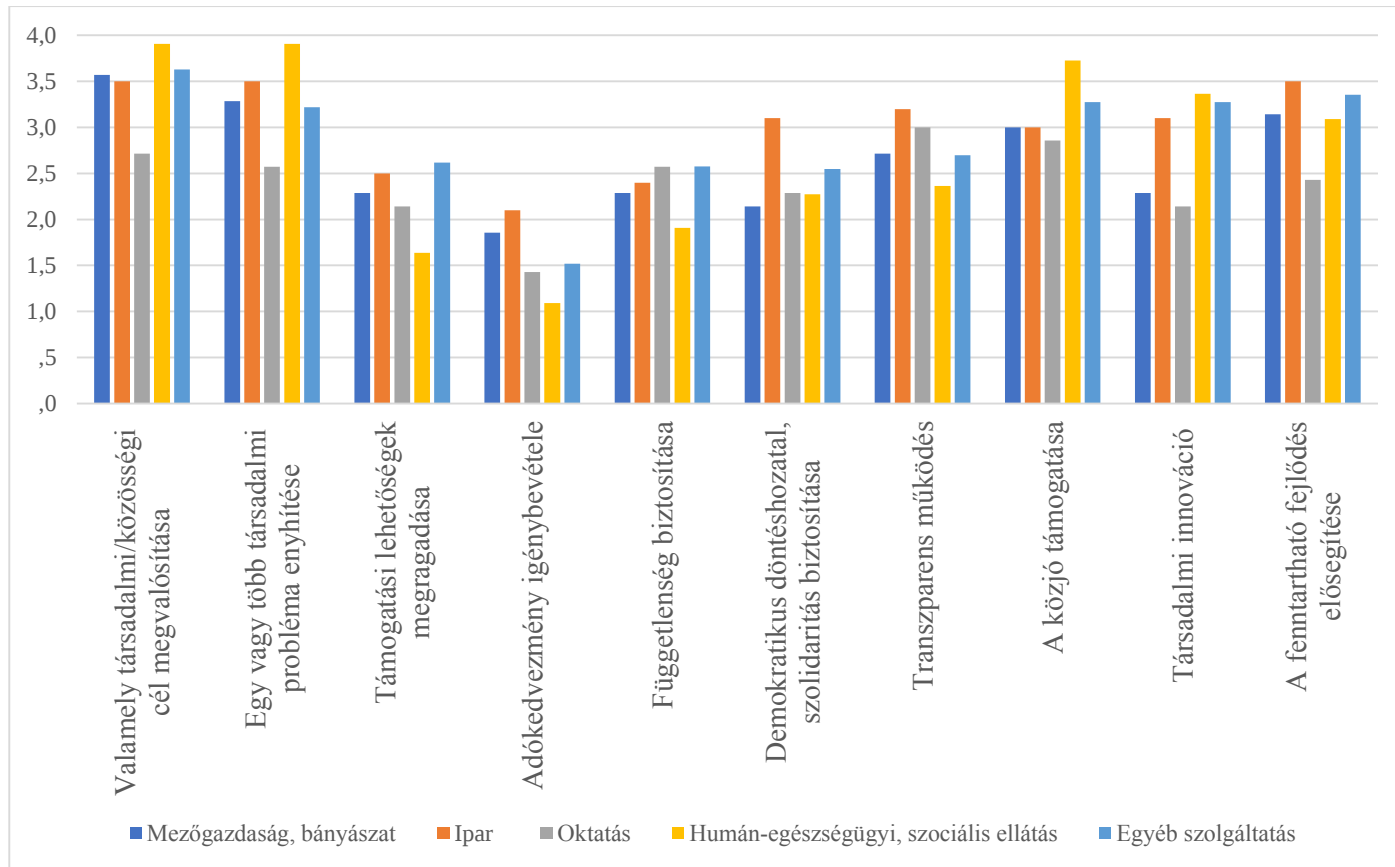
*1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

„Valamely társadalmi / közösségi cél megvalósítása”, a „társadalmi problémák enyhítése” és a „közjó támogatása” a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén a legjelentősebb alapítási indok. „Valamely társadalmi / közösségi cél megvalósítása”, mint alapítási indok esetén csupán a szolgáltatásokon belül tapasztalhatók szignifikáns eltérések. Ez az oktatásban szignifikánsan kevésbé jelentős alapítási indok, mint a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” vagy az „egyéb szolgáltatások” területén. A „társadalmi problémák enyhítése” esetén a „humán-egészségügyi, szociális ellátásban” a válaszok átlaga a „teljes mértékben” kategória. Ettől szignifikánsan elmaradnak a „mezőgazdaságban, bányászatban”, az „oktatásban” és az „egyéb szolgáltatások” területén működő társadalmi vállalkozások, ahol ez az ok kevésbé játszik szerepet az alapításban. Az oktatásban a „társadalmi problémák enyhítése” alapítási indokként nemcsak a „humán-egészségügyi, szociális ellátásban” működő társadalmi vállalkozásoktól, hanem az „egyéb szolgáltatásokban” működő társadalmi vállalkozásoktól is szignifikánsan kevésbé jelentős. A „közjó támogatása” a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén szignifikánsan jelentősebb, mint a „mezőgazdaság, bányászat”, az „ipar” vagy az „egyéb szolgáltatások” esetén.

A „támogatási lehetőségek megragadása” esetén szintén a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén működő társadalmi vállalkozások térnek el szignifikánsan más ágazat társadalmi vállalkozásaitól. Itt ugyanis szignifikánsan kisebb a jelentősége a támogatási lehetőségeknek, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban” az „iparban” és az „egyéb szolgáltatások” területén. A „függetlenség biztosítása” szintén a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén a legkevésbé jelentős alapítási indok. Szignifikánsan kisebb a jelentősége, mint az „egyéb szolgáltatások” területén.

Az „adókedvezmény igénybevétele” az iparban működő társadalmi vállalkozásoknál szignifikánsan jelentősebb alapítási indok, mint a tercier szektor vizsgált ágazataiban. A „demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása” az iparban a legjelentősebb indíték az alapításra. Szignifikánsan jelentősebb, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban” vagy a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén. A „transzparens működés” szintén az ipari társadalmi vállalkozások számára szolgált leginkább alapítási indokként. Ez az iparban szignifikánsan jelentősebb, mint a „humán-egészségügyi, szociális ellátások” területén (76. ábra).



76.ábra: Társadalmi vállalkozások alapításának indítékai ágazati bontásban

* 1 egyáltalán nem, 2 inkább nem, 3 inkább igen, 4 teljes mértékben

Forrás: saját szerkesztés

A „társadalmi innováció” legkevésbé az oktatásban és a „mezőgazdaságban, bányászatban” játszik szerepet az alapításban. Mindkét ágazatban szignifikánsan kisebb a jelentősége, mint az iparban, a „humán-egészségügyi, szociális ellátások” és az „egyéb szolgáltatások” területén. A „fenntartható fejlődés biztosítása” az oktatásban a legkevésbé jelentős: szerepe szignifikánsan kisebb, mint az ipar vagy az „egyéb szolgáltatások” területén működő társadalmi vállalkozások esetén (76. ábra).

27. táblázat: Az alapítás indokainak rangsora tevékenységi bontásban

Alapítási indok	Mezőgazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán-eti, szociális ellátás	Egyéb szolgáltatások
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása	1	2	4	1	1
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése	2	4	5	1	6
Üzleti alapú tevékenység végzése	12	9	8	12	12
Támogatási lehetőségek megragadása	7	10	9	11	8
Adókedvezmény igénybevétele	13	13	13	13	13
Önfenntartás / önszegélyezés	10	11	12	9	11
A függetlenség biztosítása	9	12	7	9	9
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása	11	5	11	8	9
Együttműködés, az érintettek bevonása	5	2	1	4	3
Transzparens működés	6	7	1	7	7
A közjó támogatása	4	7	1	3	4
Társadalmi innováció	8	6	9	5	5
A fenntartható fejlődés elősegítése	3	1	6	6	2

Forrás: saját számítás

„Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása” a „mezőgazdaság, bányászat”, a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” és az „egyéb szolgáltatások” esetén a legfontosabb alapítási indok, míg az iparban a „fenntartható fejlődés elősegítése”, az oktatásban pedig az „együttműködés, érintettek bevonása”, a „transzparens működés” és a „közjó támogatása” a legfontosabb indokok (25. táblázat).

28. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a pályázati forrásokra támaszkodás mértéke esetén tevékenységi kör szerint *

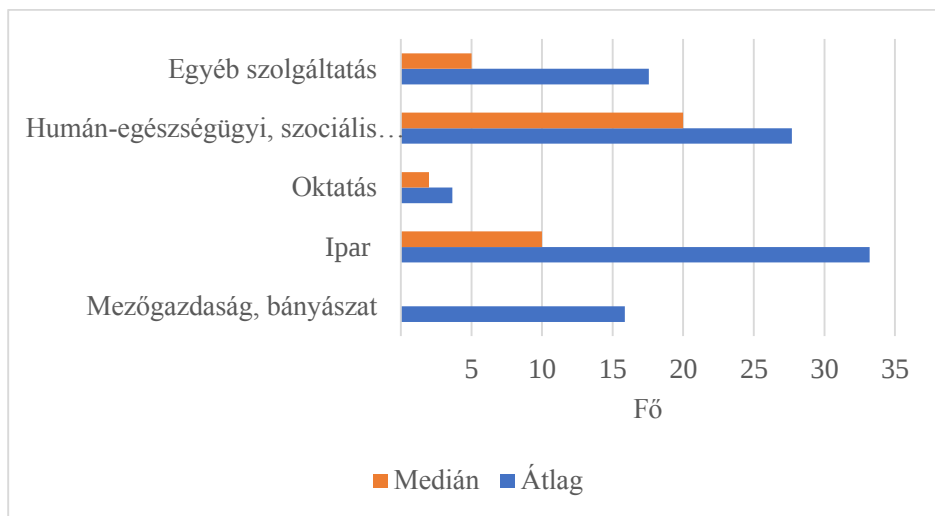
Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mezőgazda -ság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán- egészségügyi , szociális ellátás
Foglalkoztatottak átlagos létszáma 2015-ben	Ipar	0,099			
	Oktatás	0,339	0,061		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,045</u>	0,158	<u>0,001</u>	
	Egyéb szolgáltatás	0,161	0,174	0,086	<u>0,001</u>
Teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Ipar	0,080			
	Oktatás	0,458	0,102		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,052	0,316	0,084	
	Egyéb szolgáltatás	0,047	0,438	0,055	0,245
Részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Ipar	0,287			
	Oktatás	0,096	0,147		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,073	0,128	0,342	
	Egyéb szolgáltatás	0,353	0,375	0,060	<u>0,027</u>
Egyéb formában foglalkoztatottak aránya 2015-ben	Ipar	0,268			
	Oktatás	0,338	0,466		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,443	0,325	0,219	
	Egyéb szolgáltatás	0,206	0,488	0,400	0,195

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját számítás

A foglalkoztatottak létszámát és összetételét vizsgálva megállapítható, hogy nem sok szignifikáns eltérés tapasztalható a tevékenységi körök szerint (28. és 29. táblázat).

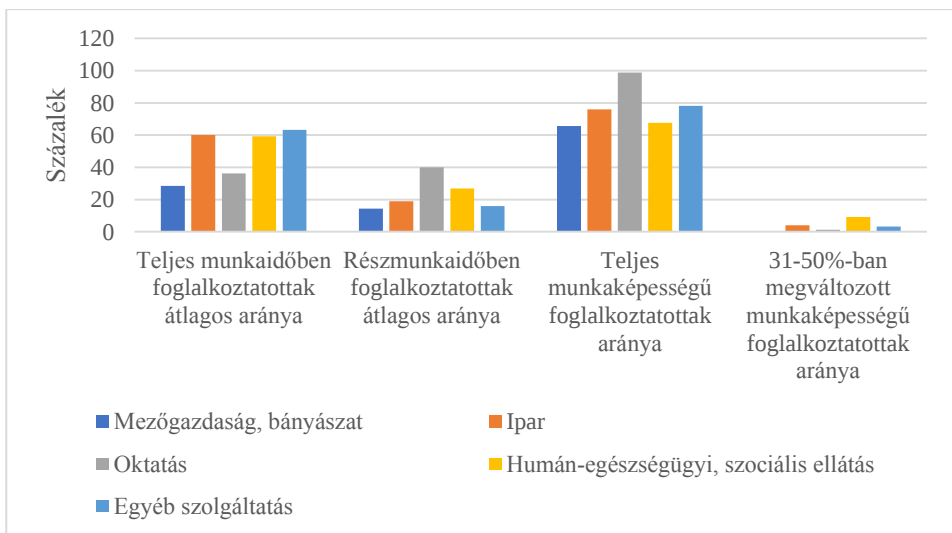
A foglalkoztatotti létszám vonatkozásában tevékenységi körök szerint a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” társadalmi vállalkozásai térnek el leginkább a többi tevékenységi körhöz tartozó társadalmi vállalkozástól. Itt ugyanis szignifikánsan magasabb a foglalkoztatotti létszám mediánja, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban”, „oktatásban” vagy az „egyéb szolgáltatásokban”. Az átlagos értékeket vizsgálva azonban azt állapíthatjuk meg, hogy a iparban magasabb az átlagos foglalkoztatotti létszám (33 fő), mint a „humán-egészségügyi, szociális ellátásban” (27 fő). Ennek az iparban működő néhány kiugróan magas létszámú társadalmi vállalkozás az oka. A medián és az átlag közötti jelentős eltérés a „mezőgazdaságra, bányászatra” és az „egyéb szolgáltatásokra” is igaz. Előbbiben a mintába került 9 társadalmi vállalkozásból öt 0 fővel működött 2015-ben. (77. ábra).



77. ábra: Foglalkoztatotti létszám 2015-ben tevékenységi körök szerint

Forrás: saját szerkesztés

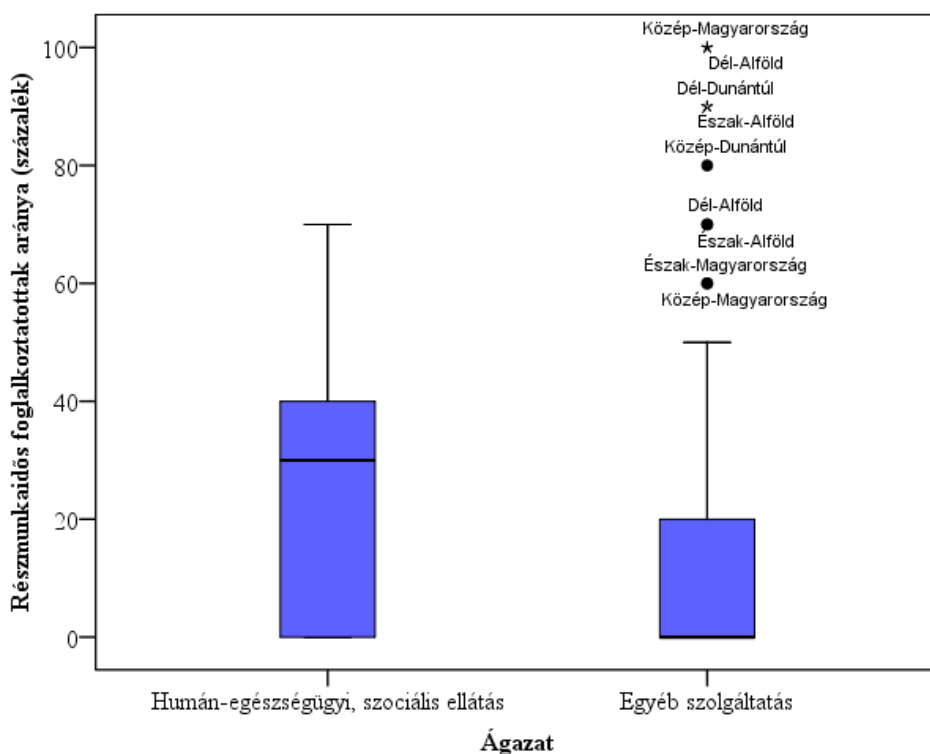
A teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya az „egyéb szolgáltatások” területén működő társadalmi vállalkozásokban a legmagasabb. Itt szignifikánsan magasabb, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban”. A részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” és az „egyéb szolgáltatások” között mutat szignifikáns eltérést (26. táblázat). Mivel az átlagos értékek közötti különbség nem tűnik túl nagyoknak (78. ábra), boxplot ábra segítségével vizsgáljuk meg a szignifikáns eltérés okát (79. ábra).



78. ábra: A foglalkoztatottak összetétele tevékenységi kör szerint

Forrás: saját szerkesztés

A box-plot ábra (79. ábra) alapján megállapítható, hogy az „egyéb szolgáltatások” vállalatainak viszonylag magas átlaga néhány kiugró értéknek köszönhető. A társadalmi vállalkozások felénél azonban nincsenek részmunkaidős foglalkoztatottak. Megállapíthatjuk tehát, hogy a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén szignifikánsan magasabb a részmunkaidős foglalkoztatottak aránya.



79. ábra: Részmunkaidős foglalkoztatottak boxplot ábrája a humán-egészségügyi, szociális ellátás és az egyéb szolgáltatások területén

Forrás: saját szerkesztés

Az egyes ágazatoknak a foglalkoztatottak munkaképessége szerinti összehasonlítása azt mutatja, hogy a teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya az oktatásban minden más ágazattól szignifikánsan alacsonyabb (78. ábra). Az 1-30%-ban, az 51-60%-ban és a 61% feletti megváltozott munkaképességűek arányát tekintve nincs szignifikáns eltérés tevékenységi körök szerint. A 31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya a „humán-egészségügyi, szociális ellátás” területén a legmagasabb. Ez az érték szignifikánsan magasabb, mint a „mezőgazdaságban, bányászatban”, illetve az „egyéb szolgáltatások” területén. (27. táblázat)

29. táblázat: Mann-Whitney teszt szignifikancia szintjei a foglalkoztatottak munkaképessége esetén tevékenységi kör szerint *

Vizsgált változó	Tevékenységi kör	Mezőgazdaság, bányászat	Ipar	Oktatás	Humán- eü-i, szociális ellátás
Teljes munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Ipar	0,259			
	Oktatás	<u>0,015</u>	<u>0,029</u>		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,449	0,353	<u>0,004</u>	
	Egyéb szolgáltatás	0,078	0,196	<u>0,030</u>	0,064
1-30%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Ipar	0,679			
	Oktatás	0,526	0,594		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,194	0,126	0,117	
	Egyéb szolgáltatás	0,429	0,327	0,371	0,081
31-50%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Ipar	0,323			
	Oktatás	0,731	0,347		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	<u>0,047</u>	0,093	0,063	
	Egyéb szolgáltatás	0,483	0,386	0,627	<u>0,003</u>
51-60%-ban megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak aránya	Ipar	0,081			
	Oktatás	-	0,101		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,186	0,329	0,209	
	Egyéb szolgáltatás	0,195	0,131	0,220	0,358
61% feletti megváltozott munkaképességűek aránya	Ipar	0,569			
	Oktatás	-	0,594		
	Humán-eü-i, szociális ellátás	0,096	0,129	0,117	
	Egyéb szolgáltatás	0,297	0,360	0,338	0,069

* Aláhúzott, vastagon szedett értékek szignifikáns eltérést jelölnek

Forrás: saját szerkesztés

4.2.6. A szervezetek jellemző küldetési, missziói

A fejezetben elsőként a szervezetek társadalmi küldetésükre, missziójukra vonatkozó megfogalmazásait összegezzük. A kapcsolódó kérdésre a társadalmi vállalkozások saját megfogalmazású válaszokat adhattak. A válaszok elemzése egyszerű kvantitatív szövegelemzéssel (tartalomelemzéssel) történt, ahol elsősorban adott szavak előfordulásának gyakoriságát, másodsorban együttes megjelenésüket, kontextusukat vizsgálva szűrtük le következtetéseinket (alakítottuk ki a jellemző csoportokat). Az egyes csoportok a vállalkozások missziójában fellelhető közös vonásokat gyűjtik egybe. Tekintve, hogy előfordulási gyakoriság alapján képzett csoportokról van szó, az egyes kategóriákhoz tartozó megoszlási viszonyszámok nem fedik le a minta egészét. Ennek indoka, hogy az eljárás alapvető célja, hogy a megfelelő hasonlósággal rendelkező tartalmak azonosíthatók és csoportosíthatók legyenek, majd a csoportok tartalmának mintán belüli előfordulása összehasonlítható legyen.

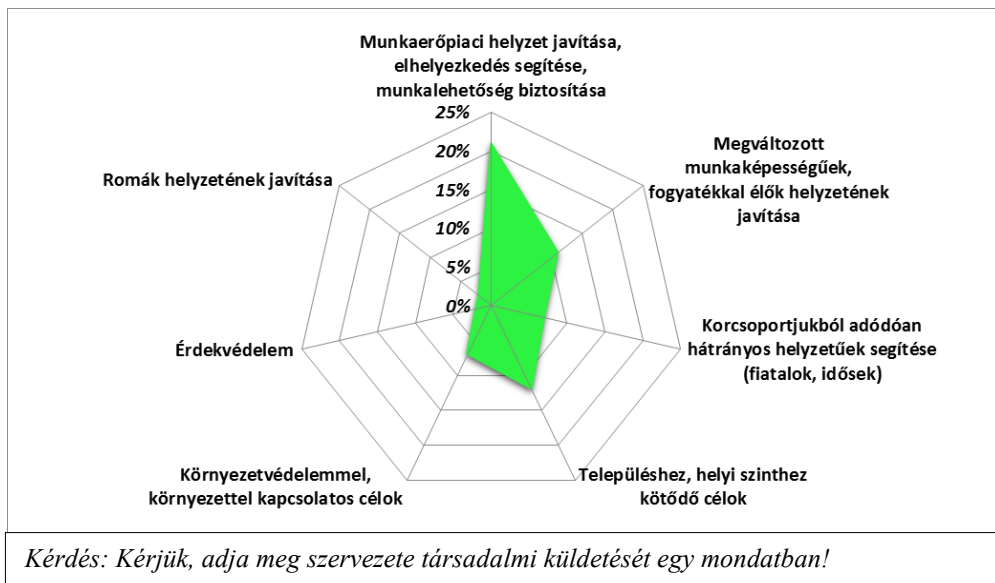
30. táblázat: A küldetések kulcselemeinek előfordulásai

A szervezetek missziójának kulcselemei	
Munkaerőpiaci helyzet javítása, elhelyezkedés segítése, munkalehetőség biztosítása	21%
Megváltozott munkaképességűek, fogyatékkal élők helyzetének javítása	11%
Korcsoportjukból adódóan hátrányos helyzetűek segítése (fiatalok, idősök)	7%
Településhez, helyi szinthez kötődő célok	12%
Környezetvédelemmel, környezettel kapcsolatos célok	7%
Érdekvédelem	2%
Romák helyzetének javítása	2%

Forrás: saját szerkesztés

A 28. táblázat és a 61. ábra alapján az alábbi fő megállapítások tehetők.

Az áttekintett társadalmi küldetések szövegezésében leggyakrabban a foglalkoztatás fogalomkörével kapcsolatos kifejezésekkel és szókapcsolatokkal találkoztunk. A vállalkozások misszióiban elsősorban a munkaerőpiaci integráció, a munkalehetőség teremtés és a munkaerőpiaci helyzet javításának céljai tükröződnek.

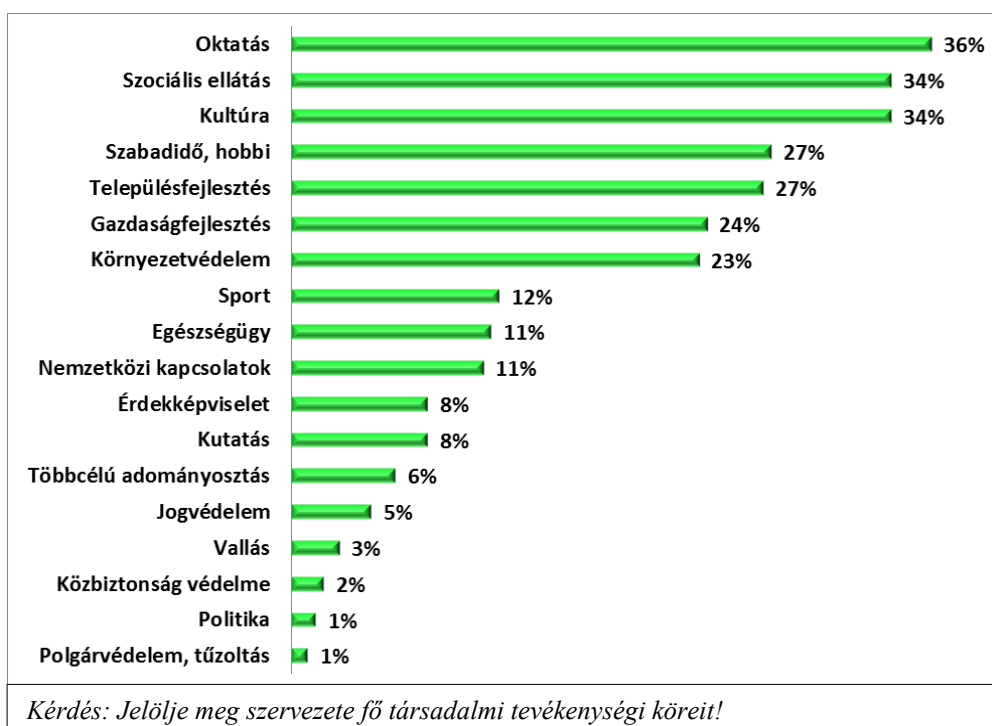


80. ábra: A küldetések kulcselemeinek előfordulási gyakorisága
Forrás: saját szerkesztés

A munkaerőpiaci problémákra való reflektáláson túl a különböző hátrányos helyzetek enyhítésének igényére is jelentős számosságban utaltak a válaszok. (Ez a szándék akkor is jól azonosítható volt, ha a „hátrányos helyzet”, mint kifejezés nem szerepelt a szövegben). A hátrányos helyzettel kapcsolatos missziókat két jellemző alcsoportra oszthatjuk: a válaszadók 7%-a vállalkozása misszióját a fogyatékkal élők, vagy megváltozott munkaképességűek nehézségeihez, 11%-uk az életkorukból adódóan hátrányos helyzetű személyekhez kötötte. Azon társadalmi vállalkozások aránya, melyek missziójukat kifejezetten a helyi településekkel kapcsolatban határozták meg, szintén jelentős (12%). Környezet- és természetvédelmi orientációjú küldetéssel a válaszadó társadalmi vállalkozások 7%-a rendelkezik. A roma emberek helyzetének javítását a válaszadók 2%-a tartotta missziója központi elemének. Kimondottan érdekvédelmi feladatokat a szervezetek 2%-a tűzött a zászlajára. Ez utóbbi eredmény informatív a minta felépítésére vonatkozóan is. Azon tapasztalatunk, hogy a hazai közvélemény a civil szférát gyakran a mai napig hajlamos aránytalan mértékben az érdekvédelmi törekvésekkel, illetve funkciókkal azonosítani, nem cseng össze az üzleti szférához való közeledésről alkotott elképzelésekkel. Ilyen szempontból szerencsésnek mondható, hogy a mintában nem felülreprezentáltak a szóban forgó küldetést követő szervezetek.

4.2.7. A mintabeli szervezetekre jellemző tevékenységstruktúra

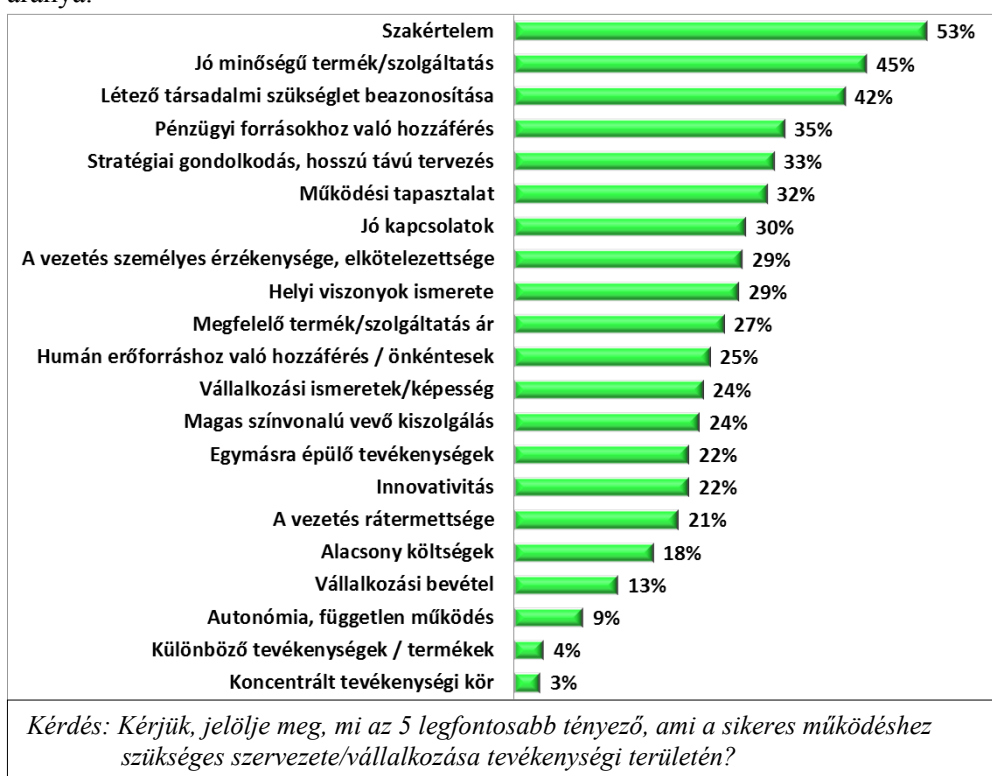
A mintában szereplő szervezetek tevékenységük jellegét tekintve sokszínűek, mint ahogy az jellemzője az alapsokaságnak is. Minden kitöltő szervezet meg tudta határozni tevékenységét a felajánlott lehetőségek egyikeként, így az értékelésnél – ismeretlen háttérű – „egyéb” kategóriát nem kellett képeznünk. A kérdőív több tevékenység egyidejű jelölésére is lehetőséget adott, így megbízható képet kapunk arra vonatkozóan, hogy adott tevékenységgel ténylegesen mekkora hányada foglalkozik a szervezeteknek (esetleges más tevékenységei mellett). A legmeghatározóbb előfordulással, harminc százalékos feletti gyakorisággal az oktatás, a szociális ellátás és a kultúra területein tevékenykednek a válaszadó szervezetek. A minta 5%-ánál kisebb részét képviselik a polgárvédelmi, tűzoltási, közbiztonsági, politikai, jogvédelmi vagy vallási tevékenységet végző szervezetek. Valamivel több, mint 5% foglalkozik adományosztással, érdekképviselési tevékenységgel, illetve kutatási feladatokkal. Tíz százalékot meghaladó a nemzetközi kapcsolatokkal, egészségüggyel és sporttal foglalkozó szervezetek aránya. Ezt követően egy jelentősebb lépcső következik a reprezentáció vonatkozásában: 20%-ot meghaladó arányban találunk környezetvédelemmel, gazdaságfejlesztéssel, területfejlesztéssel és szabadidő, hobbi tevékenységgel foglalkozó szervezeteket. (81. ábra)



81. ábra: A szervezetek fő tevékenységi körei
Forrás: saját szerkesztés

4.2.8.. A sikeres működés feltételei

A 63. ábrán látszik, hogy három feltételt különösen fontosnak tartanak a vállalkozások a sikerhez, ezek: a szakértelem (a válaszadók több mint fele megjelölte ezt a lehetőséget); a termék vagy szolgáltatás jó minősége; a társadalmi szükséglet beazonosítása (a kiszolgálni kívánt társadalmi szükséglet valós igény legyen és megfelelően meghatározott). Ez utóbbi megállapítás összecseng az előzetes szükséglet felmérésre vonatkozó biztató eredményekkel (a vállalkozások jelentős része végzett/végez ilyet). A válaszadók véleménye szerint tehát a legfontosabb sikertényező vitathatatlanul a szakértelem, a szintén sok esetben megjelölt termékminőséget is 8%-al múlja felül az aránya.



82. ábra: A sikeres működés feltételei

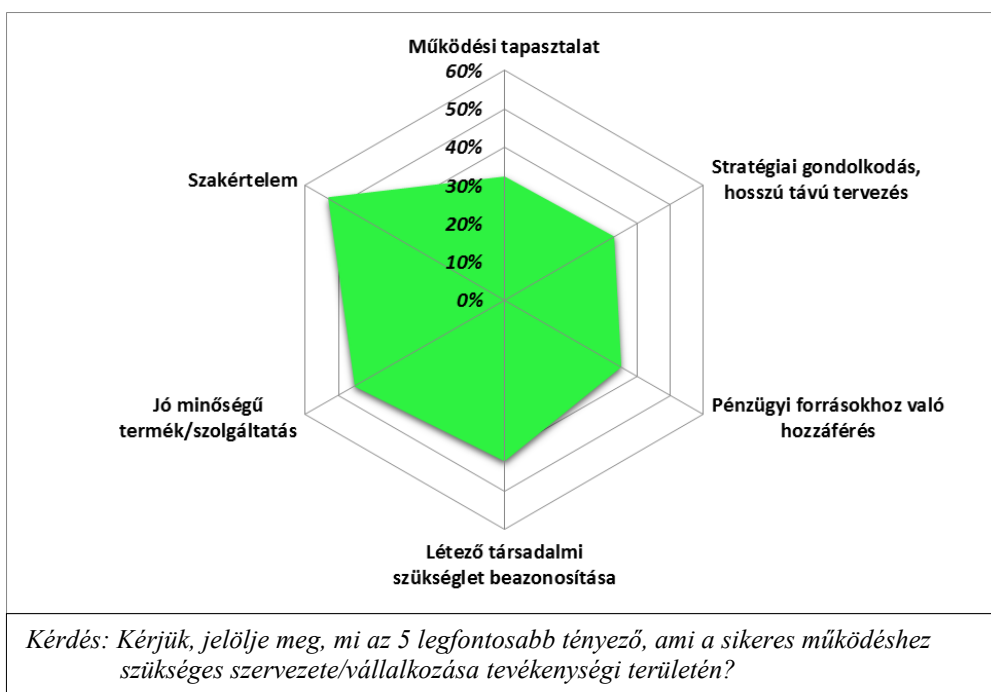
Forrás: saját szerkesztés

Ami a 63. ábra alakját illeti, érdemes még észrevenni, hogy igazán jelentős töréseket nem találunk rajta, és ami még figyelemre méltóbb, hogy a tényezők többsége jelentős mértékű jelölést kapott: a huszonegy választható tényező közül tizenhat 20%-nál nagyobb aránnyal rendelkezik. Biztató fejlemény, hogy a vezető három sikertényező bármely üzleti vállalkozás sikerszempontú „fontossági listájának” elejére is kerülhetett

volna (mint a piaci igények ismeretére alapozott jó minőségű kínálat a szükséges know-how birtokában). Ilyenformán az eredmények megerősítik a hazai társadalmi vállalkozások piaci logikára épülő gondolkodásába vetett hitünket.

A legfontosabb felől a jelentéktelenebbnek tartott tényezők felé haladva sorrendben a következő sikerfaktor a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés szempontja. A válaszadók több mint harmada fontosnak tartja a sikerességhez a pénzügyi erőforrásokhoz való kellő hozzáférést. Az input (erőforrás) típusú tényezők másik nagy csoportját, az emberi erőforrást (pontosabban az ahhoz való megfelelő hozzáférést) a megkérdezettek negyede gondolta fontosnak a sikeresség szempontjából. Az outputhoz kapcsolódó tényezők közül a termékminőség kiemelt fontosságáról már írtunk, a másik outputokhoz kapcsolódó tényező a termék/szolgáltatás megfelelő árszínvonalának garantálása, mely 27%-nyi jelölést kapott. Tekintve, hogy a minőség fontosságát a vállalkozások 45%-a emelte ki, arra következtethetünk, hogy a társadalmi vállalkozások inkább érzékelik a minőség elvárását az értékesítés piaci korlátjának, mintsem az elégtelen fizetőképes keresletet adott kínálati árak mellett. (Ez a megállapítás a tárgyalt összehasonlításban látszik megalapozottnak, látnunk kell, hogy az árszínvonalhoz tartozó 22%-os érték is jelentősnek mondható. Az eredmény továbbá részben arra is utalhat, hogy a vállalkozások egy része nem érzi úgy, hogy ebben a tekintetben meg tudna felelni a piaci igényeknek). Mindenesetre a termékminőségnek a termékárakat megelőző fontosságának - piaci értékítélet szerinti - feltételezése biztató jel a „hagyományos” vállalkozásokénál több hátráltató, költségkókozó tényezővel küzdő társadalmi vállalkozások számára (jobb minőséget magasabb áron is sikerülhet értékesíteniük). A képesség/kompetencia, vezetési/szervezési típusú tényezőknél a szakértelem (mely fontosságában minden más tényezőt megelőz) után a stratégiai gondolkodás és hosszú távú tervezés következik szintén jelentős, 33%-os jelölési aránnyal. Ezt a működési tapasztalat, a jó kapcsolatok és a vezető személyes érzékenysége, elkötelezettsége, majd a helyi viszonyok ismerete követi, szintén ezek fontosságát kifejező, harminc százalék közeli jelölésekkel. A szakértelem, valamint a jó minőségű termék és szolgáltatás magas értékeit látva, valamelyest meglepő, hogy a válaszadók alig több mint ötöde (22%) jelölte az „innovativitást” fontos sikertényezőként. A vezető rátermettségének fontossága számottevő (20% körüli) jelölést kapott, mondhatni várakozásunknak megfelelően, melynek alapja a megfelelő vezetői kompetenciák hiányának gyakori említése a KKV szektorra vonatkozó munkákban. Érdekes, hogy vállalkozási bevételek realizálását csupán a válaszadók 13%-a tartotta fontosnak a sikerhez (!), miközben a pénzügyi forrásokhoz való hozzájutás feltételei a legfontosabbnak ítélt szempontok közé kerültek. Ez az egybecsengés arra enged következtetni, hogy a piaci bevételszerzésről alkotott nézetek formálásában, forrásszerzési lehetőségként való propagálásában, illetve az ennek kialakulását támogató rendszerszintű ösztönzők kiépítésében lehetnek még lehetőségek hazánkban.

A siker legfontosabb összetevőit a 64. ábra mutatja a 30% feletti (legmagasabb) jelölési arányokat kapott hat tényező feltüntetésével.

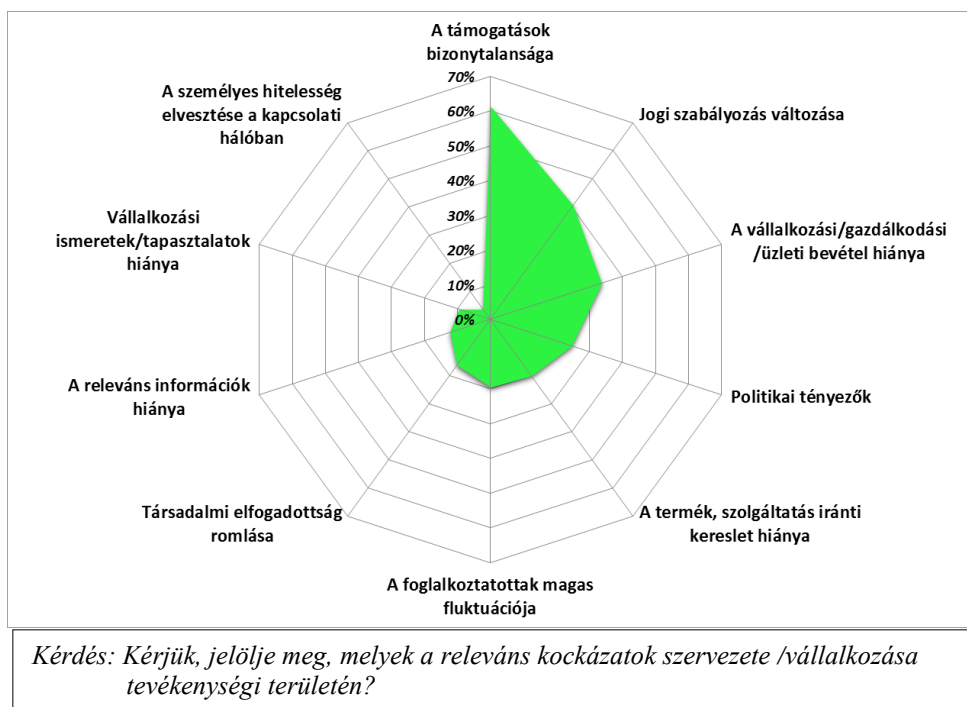


83. ábra: A siker legfontosabb tényezői (a válaszadók megítélése szerint) és azok jelölési arányai
Forrás: saját szerkesztés

4.2.9. Jellemző kockázati tényezők

Arra vonatkozóan, hogy mely tényezőket tartják a tevékenységi területükre leginkább jellemző kockázati faktoroknak, a válaszadók kimagasló arányban (61%-ban) a támogatások bizonytalanságát jelölték meg. Ez a tény tovább erősíti az előző pont egyik következtetését, miszerint a vállalkozások jelentős része a jövőben is a támogatásokban látja boldogulása zálogát. Ezek alapján felvetődhet, hogy a pénzügyi támogatások lényegükből adódóan gátolhatják az üzleti gondolkodási minták térnyerését a legjobb szándék ellenére is. (Ezzel a hatással érdemes lehet számolni akár a későbbi piaci boldogulást elősegíteni hivatott támogatási formáknál is.) Amennyiben ez igaz, a hazai vonatkozó vállalkozásfejlesztési politikák mixét ezt figyelembe véve ajánlott megtervezni (az eszközök kellő differenciálásával, egymásra épülésével, az érdekeltségi viszonyok tudatos terelésével). Jelentős kockázatnak látják a válaszadók a „jogi szabályozás változását” (40%-os jelölési arány), illetve a „vállalkozási / gazdálkodási / üzleti bevétel hiányát” (34%) is. Utóbbi eredmény - amellet, hogy alátámasztja korábbi megállapításunkat az önálló bevételsszerzésnél mutatkozó hiányosságokról -, arra enged következtetni, hogy az üzleti haszonszerzés jelentőségével a szervezetek jelentős része tisztában van. Összefoglalva a támogatásokról és üzleti bevételsszerzésről szerzett információkat, a következő megállapításokat tehetjük: 1, a megnyilvánuló önállóságra való törekvés és a piaci logika alkalmazása nem áll messze a társadalmi vállalkozások

beállítódásától, gondolkodásmódjától; 2, ezzel párhuzamosan a vállalkozások nem ítélik meg elégséges mértékűnek, kellő hatékonyságúnak, vagy biztosnak üzleti tevékenységeiket; 3, az előzőekkel összefüggésben a sikerhez fontosabbnak tartják a pénzügyi támogatások megszerzését, mint az üzleti tevékenység megerősítését. Az előzőekből összességében arra következtethetünk, hogy bár igényük lenne rá, a vállalkozások az ismert (külső és belső) feltételek mellett nem látják kiteljesíthetőnek a forrásszerzés piaci / üzleti formáját (és gyengíti az erre vonatkozó motivációjukat, hogy nem látják azt a sikeresség szempontjából kiemelkedően kritikusnak). Az előzőeken túlmenően a válaszadók jelentős arányban nevesítették a kockázatok között a „termék/szolgáltatás iránti kereslet hiánya” (20%), a „foglalkoztatottak magas fluktuációja” (20%), illetve a „politikai tényezők” (25%) megnevezésű faktorokat. A vállalkozások saját felkészültségükbe és tapasztaltságukba vetett hitét tükrözi, hogy a „vállalkozási ismeretek/tapasztalatok hiánya” kockázati tényező viszonylag alacsony jelölési arányt (10%) kapott. A „releváns információk hiánya” válaszlehetőség alacsony jelölési aránya (12%) a támogató intézményrendszer funkcionalitását is dicséri (84. ábra).



84. ábra: Az egyes kockázati tényezők említési arányai
Forrás: saját szerkesztés

A tevékenységi területre jellemző kockázatokat ábrázoló sugár diagramon az óramutató járásával ellentétes irányban láthatjuk az egyre jelentősebb kockázati faktorokat (a válaszadók megítélése szerint). Szembetűnő, hogy a tényezőket szignifikánsan eltérő kockázatúnak tartják a válaszadók, a fent ismertetettek szerint.

4.2.10. A társadalmi tevékenység célcsoportjai

A 66. ábrán jól látszik, hogy a mintabeli társadalmi vállalkozások elsősorban a szegényeket és hátrányos helyzetűeket, a munkanélkülieket és a munkahelyi, vagy helyi közösség tagjait tekintik társadalmi tevékenységük fő célcsoportjainak.



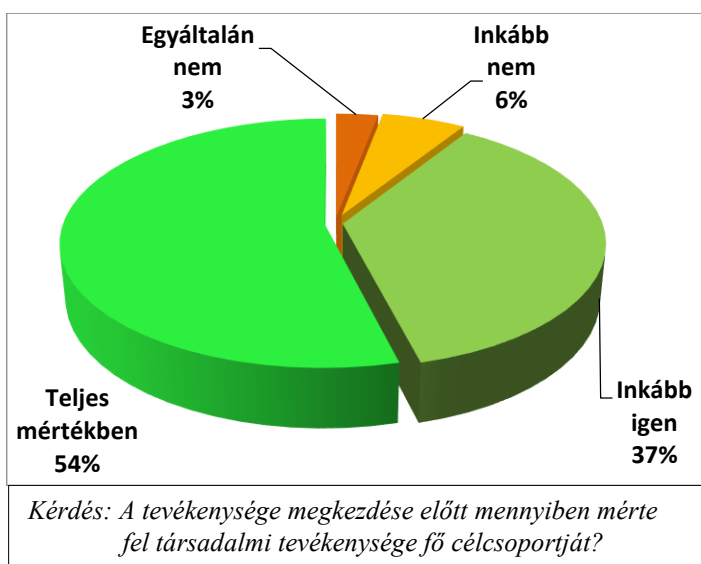
85. ábra: A szervezetek „megoszlása” fő célcsoportok szerint

Forrás: saját szerkesztés

Hozzávetőleg fele ekkora arányban beteg, illetve egészségkárosult felnőttek, egészséges gyermekek, illetve idősek és özvegyek helyzetének javításán fáradoznak. Tíz százalék feletti az aránya azon szervezeteknek, melyek beteg gyerekek és nemzeti kisebbségek igényeinek kiszolgálását (is) célozzák. A vállalkozások tíz százaléka nyilatkozott úgy, hogy nem határozható meg pontosan, mely társadalmi csoportok jelentik célcsoportjukat.

4.2.11. A célcsoportról való információgyűjtés gyakorlata

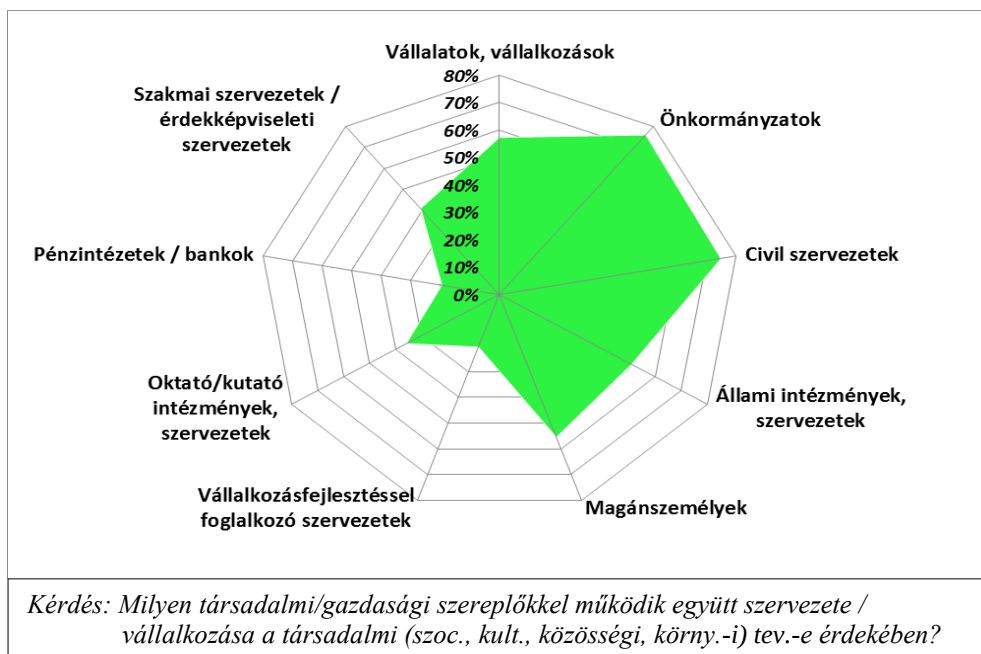
Annak meghatározására, hogy a vállalkozások mennyiben mérték fel célcsoportjukat tevékenységük megkezdése előtt, a válaszadók négyfokozatú likert skálán választhatták ki a szervezetükre legjellemzőbb állítást. A válaszokhoz társított számértékek (1-4) átlagos értéke 3,4, tehát az átlagos eredmény az „inkább igen” és „teljes mértékben” válaszok közé esik. A relatív szórás mindössze 21%-os, ami azt támasztja alá, hogy jelen esetben az átlagok alapján megbízható következtetések nyerhetők (a válaszok többsége ugyanis az átlagos érték közelében szóródik). A megoszlási arányszámok is egyértelmű képet mutatnak: 54% „teljes mértékben”, 37% „inkább” végzett felmérést, csupán 6% „inkább nem”, és 3% „egyáltalán nem” (86. ábra). A válaszadók válaszai alapján megállapíthatjuk, hogy a társadalmi vállalkozások többségében felmérték célcsoportjukat tevékenységük megkezdése előtt, végeztek előzetes információgyűjtést „piacukról”, mielőtt tevékenységüket megkezdték - legalábbis valamilyen formában. Ahogy a 67. ábrán is könnyen tetten érhető, a válaszokból egyértelmű kép rajzolódik ki, az említett információgyűjtési elkötelezettség meggyőzőnek látszik.



86. ábra: A célcsoportról való információgyűjtés gyakorlata
Forrás: saját szerkesztés

4.2.12. A társadalmi és gazdasági szereplőkkel kialakított kapcsolatok

A következő kérdésünk arra vonatkozott, hogy a szervezetek mely társadalmi és gazdasági szereplőkkel működnek együtt leginkább. A válaszadók meghatározóan magas aránya, 76%-a említette partnerként az önkormányzatokat, közel ugyanennyien (75%) a civil szervezeteket, kisebb de jelentős arányban a vállalatokat, vállalkozásokat (57%), magánszemélyeket (55%), az állami intézményeket, szervezeteket (51%), a szakmai szervezeteket/érdekképviselői szervezeteket (41%), illetve az oktató/kutató intézményeket (36%) is. A legalacsonyabb, mégsem teljesen jelentéktelen arányú jelölést a vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szervezetek (20%) és a pénzintézetek, bankok kapták (20%). Utóbbi eredmény alátámasztja a banki finanszírozás, együttműködési hajlandóság hiányával kapcsolatos általános vélekedéseket, feltételezéseket (87. ábra).

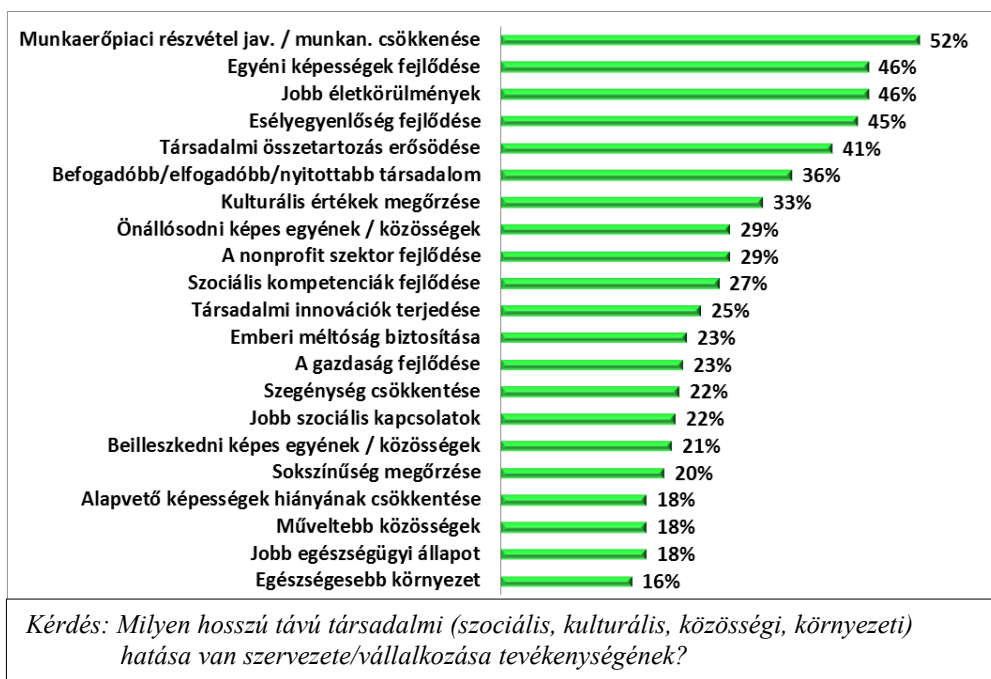


87. ábra: Érintettekkel ápoltság kapcsolatok erőssége
Forrás: saját szerkesztés

Mint a vonatkozó ábrán is egyértelműen látszik, a társadalmi vállalkozások legfontosabb partnerei a helyi önkormányzatok és a civil szervezetek. Jelentős szerepe van még a vállalatoknak és magánszemélyeknek. A vállalkozások számottevő kapcsolatot ápolnak az oktató/kutató intézményekkel és a szakmai/érdekképviselői szervezetekkel. A kapcsolatok további fejlesztése leginkább a pénzintézetek/bankok és a vállalkozás-fejlesztő szervezetek irányában szükséges.

4.2.13. Társadalmi hatások

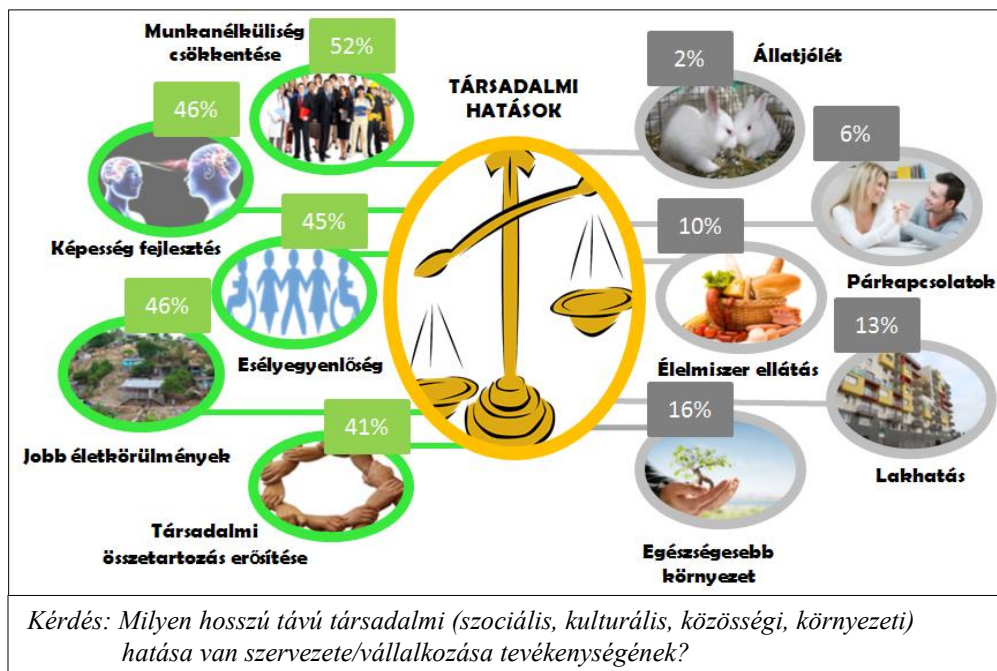
A társadalmi hatások típusaira, jellegére vonatkozó eredmények alapján a válaszadó szervezetek meghatározó része (több mint fele, 52%) a munkaerőpiaci részvétel javítására, a munkanélküliség csökkentésére (is) törekszik, ami átfogó társadalmi céljaikat illeti. Magas, negyven százalék feletti jelölést kaptak az egyéni képességek fejlődése, a jobb életkörülmények, az esélyegyenlőség fejlődése és a társadalmi összetartozás erősödése hatás típusok is. A magyar társadalom rétegzettségére vonatkozó statisztikákkal valamelyest összhangban van, hogy a szervezetek 22%-a várja tevékenységétől a szegénység általános értelemben vett csökkenését. A jelölések aránya talán alacsonyabb is a valóságban érvényesülő komplementer és továbbterjedő hatásokhoz képest, mivel nyilvánvaló, hogy számos egyéb felsorolt társadalmi fejlődési szükséglet összefüggésben van az érintettek anyagi helyzetével is.



88. ábra: A nagyobb gyakorisággal előforduló társadalmi hatások és előfordulási arányuk a mintában
Forrás: saját szerkesztés

Az 89. ábra az öt leginkább és legkevésbé jellemző hosszú távú társadalmi hatást mutatja be (mely egyúttal a kisebb előfordulású hatásokkal ki is egészíti a 88. ábrát). Célja, hogy megmutassa, mely hatáscélok jelentek meg szignifikánsan és melyek kevésbé az elemzett társadalmi vállalkozásoknál. Az ábra bal oldalán a nagy számossággal előforduló hatáscélok, jobb oldalán a mintában alig reprezenált hatáscélok találhatók.

A vállalkozások jellemzően több hatást is megjelöltek. A mintába került szervezetek legkevésbé a családi- és párkapcsolatok, az élelmezési, és a lakhatási körülmények, illetve a környezet állapotának javításában kívántak változást elérni. A legtöbb szervezet végső soron a munkaerőpiaci helyzet javításáért, illetve a munkanélküliség csökkentéséért, az egyéni képességek fejlesztéséért, az általános értelemben vett jobb életkörülmények kialakulásáért, valamint az esélyegyenlőség és a társadalmi összetartozás erősödéséért tevékenykedik nap mint nap.



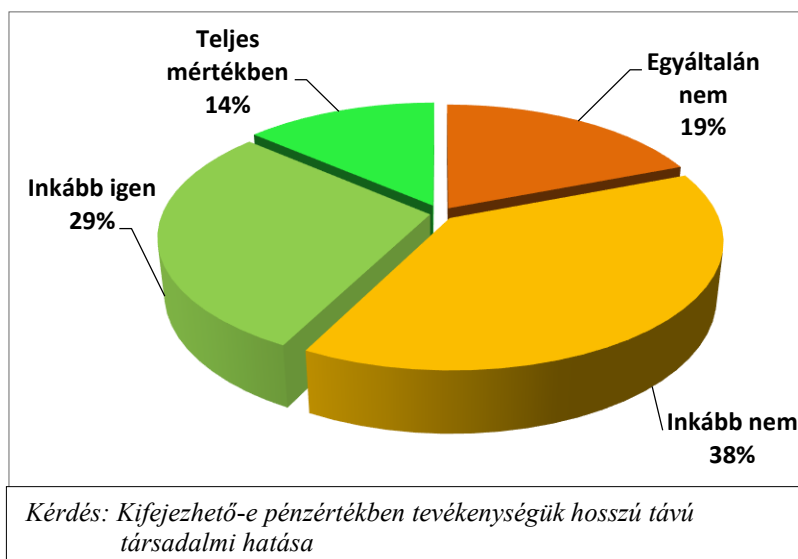
89. ábra: Az öt leggyakrabban és legritkábban előforduló hatáscél a mintában

Forrás: saját szerkesztés

4.2.14. A társadalmi hatások mérése

A vállalkozások véleményének felmérése a hatások pénzbeni mérhetőségéről a következő kérdés alapján történt: „Kifejezhető-e pénzürtékben tevékenységük hosszú távú társadalmi hatása?”. A válaszlehetőségek az ismert 4 fokozatú skála alapján álltak rendelkezésre az „egyáltalán nem” választól a „teljes mértékben” opcióig, ahol előbbihez egyes, utóbbihoz 4-es számértéket rendeltünk. A válaszok átlagos értéke 2,6, mely az „inkább igen” és „inkább nem” válaszok közé esik. Az átlag középértékhez való közelsége nem jelenti azt, hogy a válaszadó vállalkozások nem foglaltak volna állást a kérdésben. Ezt alátámasztja, hogy a szórás értéke egy egész feletti (1,2), tehát az említett 2,6-os átlagértéktől a válaszok átlagosan több mint egy válaszlehetőség értékével tértek

el. A relatív szórás az előzőekből adódóan szintén magas, 46%-os, ami jól érzékelteti a hatásmérési gyakorlatok közötti különbségeket. Azok aránya, akik úgy gondolták, hogy társadalmi tevékenységük hatását „egyáltalán nem” lehetséges pénzértékben kifejezni tizenkilenc százalék, harmincnegyzár százalék szerint „inkább nem” mérhető ilyen módon a hatásuk. Huszonkilenc százalék szerint „inkább mérhető” pénzértékben tevékenységük hatása, tizennégy százalék szerint „teljes mértékben” (90. ábra).



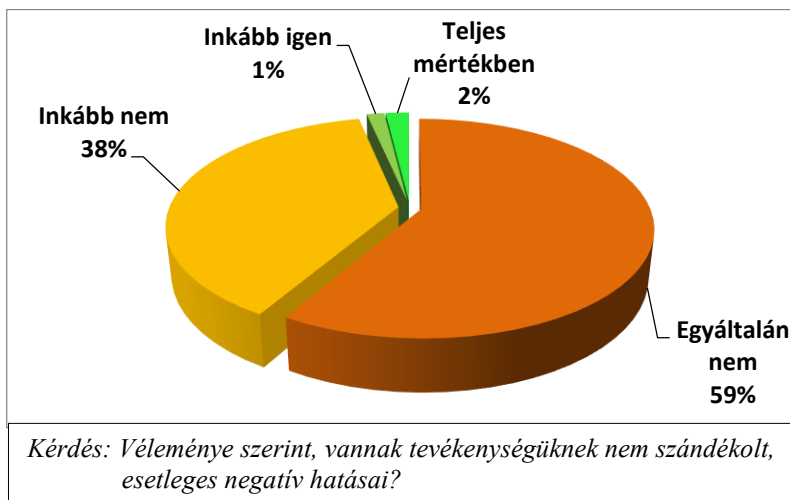
90. ábra: A társadalmi hatások pénzbeli kifejezhetőségéről alkotott vélemények
Forrás: saját szerkesztés

Összességében az eredmények azt mutatják, hogy a társadalmi vállalkozások társadalmi (szociális, kulturális közösségi, környezeti) tevékenységeinek közvetettebb, hosszabb távú hatásai a vállalkozások egy jelentős részénél legalább részben mérhető lehet pénzértékben. Másoldalról, ha a vállalkozások vagy tevékenységük hatékonyságának ilyen alapú összehasonlíthatósága merül fel kérdésként, azt kell figyelembe venni, hogy az említett „jelentős rész” a vállalkozások valamivel több, mint harmadát jelöli, egy másik hasonló méretű csoport szerint ez nem, vagy csak nehezen, illetve részben megvalósítható, és ötödüknél egyáltalán nem (legalábbis a válaszadók megítélése alapján).

4.2.15. A tevékenység okozta externáliák

Azzal kapcsolatban, hogy tevékenységüknek lehetnek-e esetleges negatív hatásai, a válaszadók a már bemutatott négyfokozatú skálán választhattak az „egyáltalán nem” és „teljes mértékben” szélső értékek között. A válaszok értékeinek átlaga 1,4 lett, ami az „egyáltalán nem” és az „inkább nem” lehetőségek közé esik (előbbihez közelebb). A „teljes mértékben” lehetőségre nem történt jelölés. A válaszadók 4%-a adott hármas értékű osztályzatot, azaz feltételezte, hogy megjelenhetnek nem kívánatos hatások is.

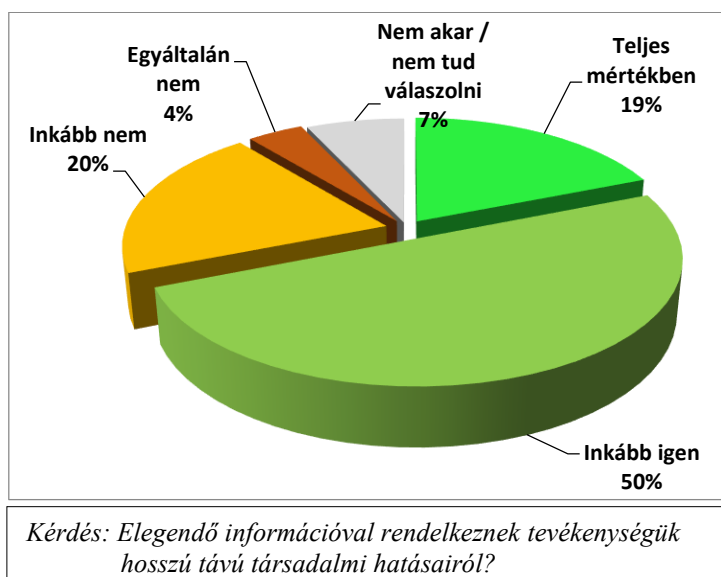
Mindez azt jelenti, hogy összességében a vállalkozások nem számolnak érdemleges externáliákkal tevékenységük következményeként (91. ábra).



91. ábra: Az externális hatásokról alkotott vélemények
Forrás: saját szerkesztés

4.2.16. A társadalmi hatásmérési gyakorlatok és azok feltételei

A válaszadók többsége (összesen 69%) úgy ítélte meg, hogy vállalkozása többnyire vagy teljes mértékben elegendő információval rendelkezik tevékenységének társadalmi hatásairól. A vonatkozó átlagos érték pontosan az inkább igen kategóriának megfelelő 3,0 (egy egész alatti, de számottevő, 0,9-es szórás értékkel) (92. ábra).



92. ábra: A társadalmi hatásokról rendelkezésre álló információk
Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók tehát összességében elégségesnek tartják a társadalmi hatásokról rendelkezésükre álló információkat, amiből arra következtethetnénk, hogy az információgyűjtési tevékenységet is a szakmai állásfoglalásokban (szakirodalomban, szakmai szervezetek javaslataiban) megjelenő hangsúlyának megfelelően, prioritásként kezelik. Az eredmények azonban nem támasztják alá feltételezésünket, mint a 31. táblázatból látszik, a vállalkozások 65%-a nem gyűjt ilyen információt.

31. táblázat: A hatásokkal kapcsolatos információk gyűjtése és megítélése

Az információk elégségességének megítélése		Az információgyűjtés ténye		Az információgyűjtés motivációja	
Egyáltalán nem	4%	Gyűjt információkat	35%	Külső megfelelés	23%
Inkább nem	20%				
Inkább igen	50%			Belső indíttatás	32%
Teljes mértékben	19%	Nem gyűjt információkat	65%	Mindkettő	45%
Nem akar / nem tud válaszolni	7%				

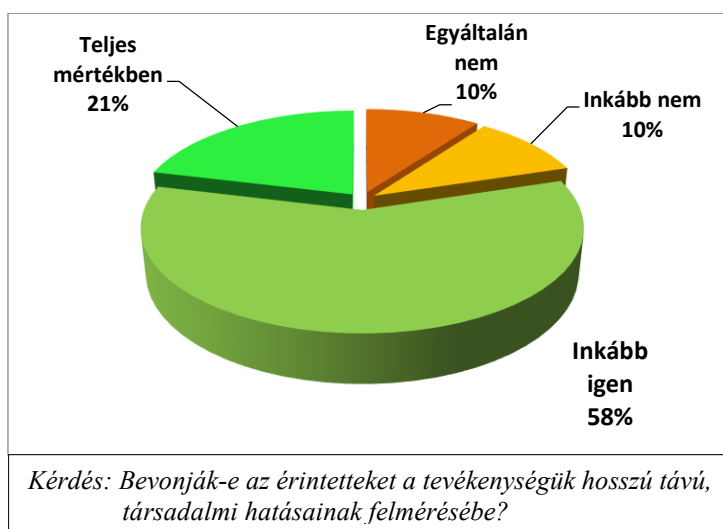
Forrás: saját szerkesztés

Az információk elégségességére és az információgyűjtés tényére, motivációjára adott válaszok statisztikailag nem korrelálnak egymással (a korrelációs együttható értéke 0,1), tehát nem jelenthető ki, hogy azon vállalkozások, melyek inkább elégségesnek ítélik meg a hatásokról rendelkezésre álló információkat, jellemzően több információt gyűjtenek (bár a nagyon gyenge „kapcsolat” iránya erre utalna). A kutatás ide vonatkozó további eredménye, hogy az információt gyűjtő vállalkozások 23%-a külső megfelelés miatt, 32%-a belső indíttatásból és 45%-a mindkét okra visszavezethetően végzi a tevékenységet (31. táblázat).

32. táblázat: A hatásinformációk gyűjtésének helye, az érintettek bevonása és tájékoztatása

Az információgyűjtés helye (felelőse)		Az érintettek hatásmérésbe való bevonásának mértéke		Az eredmények érintettekkel való megosztásának mértéke	
Szervezetben belül végzik	77%	Egyáltalán nem	10%	Egyáltalán nem	5%
Külső szervezet végzi	4%	Inkább nem	10%	Inkább nem	15%
Szervezetben belül és kívül is végzik	19%	Inkább igen	58%	Inkább igen	58%
-	-	Teljes mértékben	21%	Teljes mértékben	2%

A 32. táblázatból látható, hogy a válaszadók 77%-a a szervezet falai között jelölte ki a hatásokra vonatkozó információk gyűjtésének felelőssét, 19%-a emellett külső szereplőket is bevon a feladatba és mindössze 4% bízta kizárólag külső szakértőkre. A szervezetek 58%-ára inkább jellemző, hogy a tevékenységet bármilyen külső érintett bevonásával végzi. Pontosan ugyanekkora arány az, akire inkább jellemző, hogy megosztja az érintettekkel az információk feldolgozásának eredményeit. Az érintettek mérésbe való bevonására és az eredmények velük való megosztására vonatkozó eredmények eloszlásában jól kimutatható eltérés, hogy míg az érintettek bevonását egyértelműen igenlők aránya 21%, addig az eredmények megosztását egyértelműen igenlők aránya csupán 2%. A két adatsor közötti korreláció ezzel együtt erős és pozitív irányú, a korrelációs együttható értéke 48%.



93. ábra: Az érintettek hatásmérésbe való bevonásának gyakorisága
Forrás: saját szerkesztés

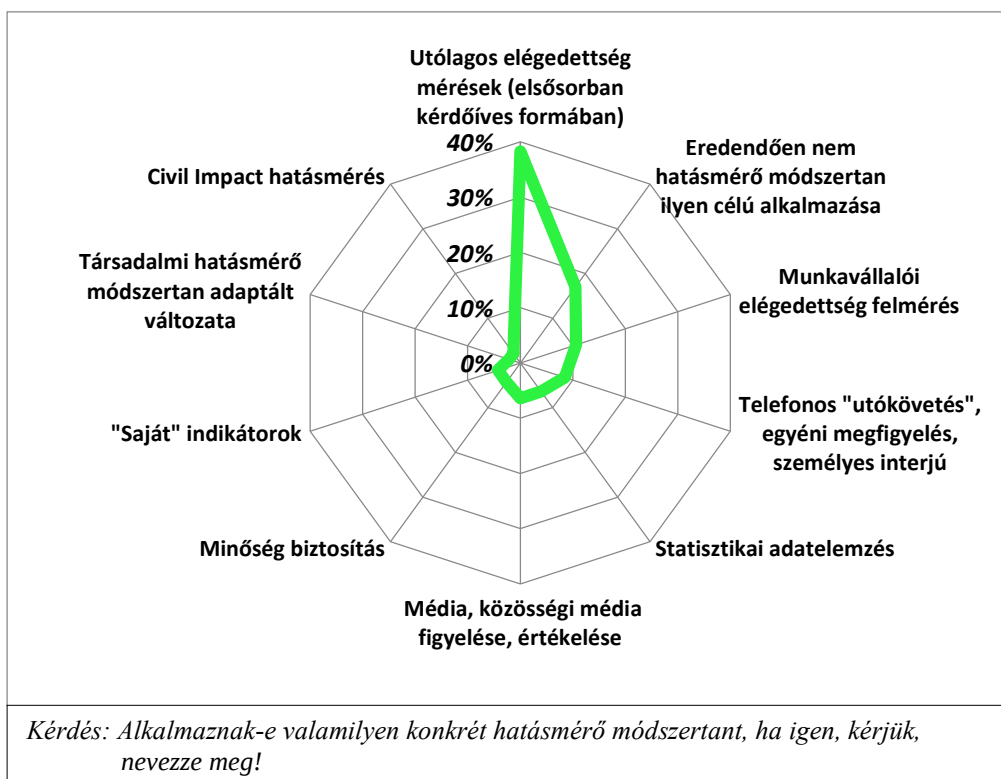
A válaszadók által alkalmazott hatásmérő módszertanokat tipikus csoportokba rendeztük, melyeket az elemeik előfordulásával a 33. táblázat és a 94. ábra mutatja be.

33. táblázat: Az alkalmazott hatásmérő módszertanok típusai és előfordulása

Hatásmérő módszertanok	Alkalmazó szervezetek száma (db)
Utólagos elégedettség mérések (elsősorban kérdőíves formában)	18
Eredendően nem hatásmérő módszertan ilyen célú alkalmazása	8
Munkavállalói elégedettség felmérés	5
Telefonos "utókövetés", egyéni megfigyelés, személyes interjú	4
Statisztikai adatelemzés	3
Média, közösségi média figyelése, értékelése	3
Minőség biztosítás	2

Hatásmérő módszertanok	Alkalmazó szervezetek száma (db)
"Saját" indikátorok	2
Társadalmi hatásmérő módszertan adaptált változata	1
Civil Impact hatásmérés	1

Forrás: saját szerkesztés



94. ábra: Az alkalmazott hatásmérő módszertanok előfordulási gyakorisága

Forrás: saját szerkesztés

A vállalkozások többsége társadalmi hatásmérés céljából általános elégedettség méréseket végez. Ezeket elsősorban kérdőíves formában és legtöbb esetben utólagosan végzik. Többben szekunder forrásból (statisztikák, média) nyerik az információikat, de egy jelentősebb csoport primer információgyűjtést is végez (minőségbiztosítás, saját indikátorok.)

4.2.17. A hatásmérés eredményeinek hasznosulási területei

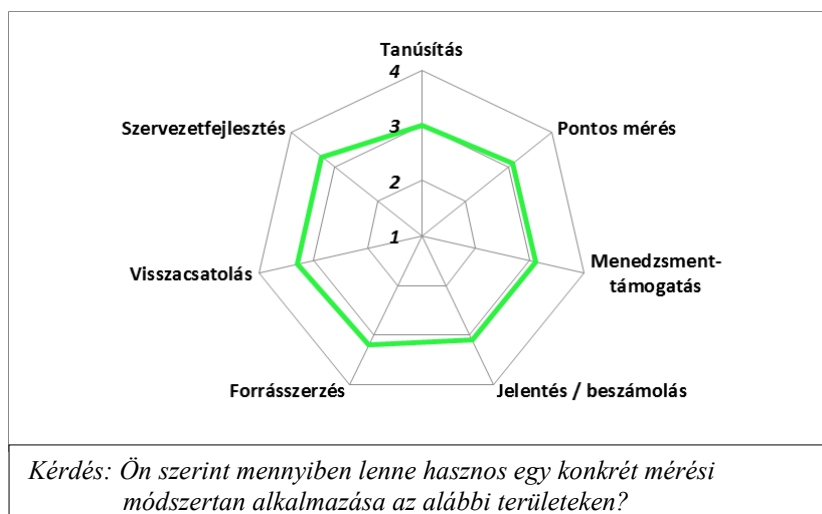
A szakirodalom alapján a társadalmi hatásmérési tevékenység és módszertan 7 területen járulhat hozzá leginkább a vállalati teljesítményhez: a megfelelő minőségű mérés eszközeként, a célok teljesülésének mérésében, a menedzsment munkájának

támogatásában, a külső elismerés megerősítésében, a külső beszámolás információbázisaként, illetve a szervezetfejlesztés támogatásában. A mintabeli vállalkozásoktól azt kértük, hogy az említett hét hasznosulási területet értékeljék a már ismert négyfokozatú skálán. A kérdést és a hét hasznosulási területet az alábbiak szerint fogalmaztuk meg:

„Ön szerint mennyiben lenne hasznos egy konkrét mérési módszertan alkalmazása az alábbi területeken?”

- Tevékenységük hatásainak pontos mérésére (pontos mérés)
- A kitűzött célok elérésének bizonyítására (visszacsatolás)
- A menedzsment munkájának támogatására (menedzsment támogatás)
- Külső elismerés érdekében (tanúsítás)
- Az érintetteknek történő beszámolásra (jelentés/beszámolás)
- Forrásszerzés céljából (finanszírozás)
- A szervezet erősségeinek és gyengeségeinek feltérképezésére (szervezetfejlesztés)

A hét hasznosulási forma esetében megadott válaszok számértékeinek (1-4-ig) átlagai kivétel nélkül az „inkább igen” kategóriának megfelelő három egészes érték körül szóródnak, kis eltérésekkel. A legalacsonyabb, 3,0-ás átlagértéket a „tanúsítás”, a legmagasabb, egyaránt 3,3-as értékeket a „visszacsatolás” és a „szervezetfejlesztés” hasznosulási formák kapták. Az átlagos értékek tehát rendkívül közel estek egymáshoz (lásd 95. ábra) Az eredmények ilyen értelemben megerősítik a hatásmérés sokoldalú alkalmazhatóságát.



95. ábra: A hatásmérés hasznosulási területei
Forrás: saját szerkesztés

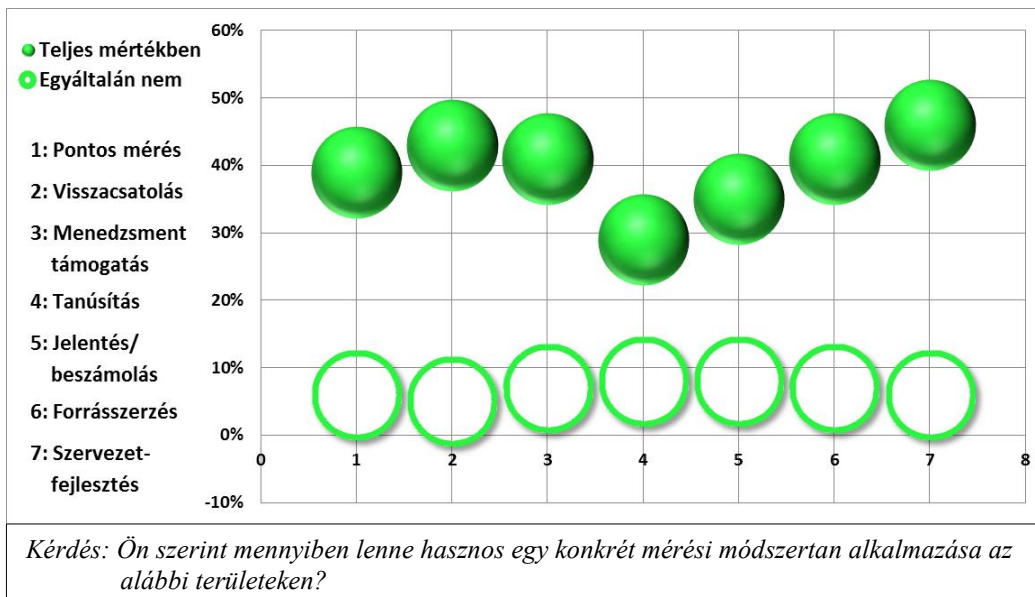
Amellett tehát, hogy a válaszadók szerint a társadalmi hatásmérési eszköztár a kitűzött célok elérésének bizonyítására (a szakirodalom terminológiájával visszacsatolásra) és a forrásszerzés elősegítésében lehet leghasznosabb, az eredmények két alapvető összefüggést takarnak. Az egyik, hogy a válaszadók szinte minden területen „inkább hasznosnak” tartják a hatásmérést, a másik, hogy szinte mindegyik felsorolt hasznosulási területet - az átlagokat tekintve - közel hasonló mértékben látják hasznosnak (az első állítást megalapozó átlagértékek egymáshoz közel esnek). Mivel hasonló átlagértékek egymástól jelentősen eltérő adatsorokból is adódhatnak, mélyebb elemzést végeztünk a szélső értékek vonatkozásában. Arra voltunk kíváncsiak, hogy az egyes hasznosulási formák esetében van-e szignifikáns különbség a „teljes mértékben” és az „egyáltalán nem” válaszok előfordulásai között. Az elemzést az említett „szélsőséges” opcióknak a négy válaszlehetőségben belüli arányainak összehasonlításával pontosítjuk (természetesen ebben az esetben is szűrve az eltérő előfordulású „nem tudok / nem szeretnék válaszolni” jelöléseket).

34. táblázat: A hatásmérés hasznosulási területeire vonatkozó eredmények

A hatásmérés hasznosulási területei/formái		Pontos mérés	Visszacsatolás	Menedzsment támogatás	Tanúsítás	Jelentés/ beszámolás	Forrásszerzés	Szervezet- fejlesztés
Szélső értékek részaránya	Teljes mértékben	39%	43%	41%	29%	35%	41%	46%
	Egyáltalán nem	6%	5%	7%	8%	8%	7%	6%
„Hagyományos” átlagértékek		3,1	3,3	3,1	3,0	3,1	3,2	3,3

Forrás: saját szerkesztés

Az „egyáltalán nem” válaszok arányai a hét terület összehasonlításakor három százalékpontnyi eltérést mutatnak. (Ami a vonatkozó százaléktértek egymáshoz viszonyított nagysága szerint kifejezve 60 százalékos különbségként is láttatható, de esetünkben a százalékpontok figyelembe vétele áll közelebb a valószerű gondolkozáshoz). A „teljes mértékben” opció választási arányában már szignifikáns különbségek mutatkoztak, az egyes felhasználási területek szerint a legkisebb és legnagyobb jelölési arány közötti különbség 17 százalékpont.



96. ábra: A hatásmérés hasznosulási területeire vonatkozó „szélsőséges” vélemények
Forrás: saját szerkesztés

A 96. ábra a 34. táblázat adatai alapján az adott hasznossággal teljes mértékben egyetértők (telt körök) és az azzal egyet nem értők (üres körök) számarányait mutatja az ellentétes válaszok egymás alatti megjelenítésével. Jól kivehető, hogy mind a hét funkció vonatkozásában a válaszadók lényegesen nagyobb arányban tartják „teljes mértékben” hasznosnak a hatásmérést, mint ahányan „egyáltalán nem”. Az ábra alapvető célja, hogy a „szélső” válaszok összes válaszon belüli arányainak egymáshoz viszonyított közelségét érzékeltesse a hatásmérő módszertanok hét lehetséges felhasználási területén (vízszintes sorszámok). Az ábra az adatsorok közötti különbségeket reprezentálja, a konkrét értékek azonosítása (melyek a gömbök középpontjai) itt másodlagosak, azok a kapcsolódó táblázatból kiolvashatóak. A diagramon egyértelműen látszik, hogy a tanúsítás funkció (4-es sorszám) esetében a legalacsonyabb az egyetértők és egyidejűleg a legmagasabb az egyet nem értők aránya (a két gömb itt került a legközelebb egymáshoz). A többi választól nem ennyire markánsan elkülönülve, de jól kivehető, hogy a második ebből a szempontból a jelentés/beszámolás funkció (5-ös sorszám). Látható továbbá, hogy a legmagasabb egyetértéssel és egyszerre a legalacsonyabb elutasítással a szervezetfejlesztési célok rendelkeznek (7-es sorszám), a második ebben a megközelítésben a visszacsatolási funkció (2-es sorszám).

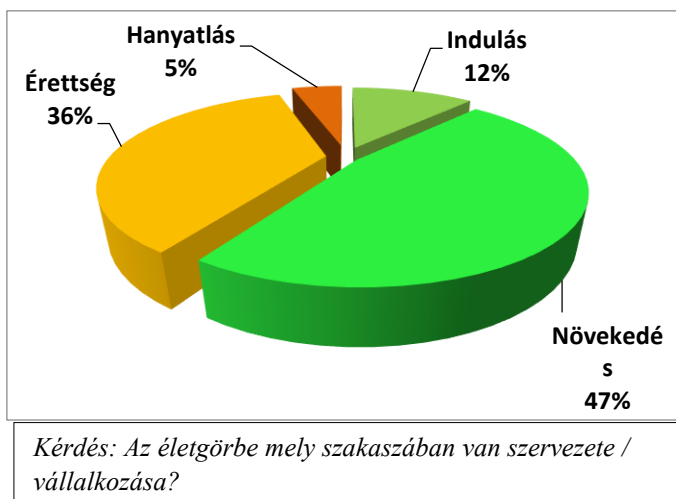
További megállapításunk, hogy a válaszadók leginkább a külső elismerés, tanúsítás, illetve az érintetteknek való beszámolás területein való hasznossággal szemben voltak szkeptikusak, ezt a két lehetőséget 8% utasította el egyértelműen. Nem tűnik véletlennek, hogy ugyanez a két, ráadásul tartalmában is hasonló kategória kapta a legalacsonyabb

arányú jelöléseket a „teljes mértékben” válaszlehetőségeknél is. Ezek alapján arra jutunk, hogy bár az átlagos értékek mind a hét terület vonatkozásában egymáshoz kifejezetten közel estek (mely minden bizonnyal legalább részben tulajdonítható a válaszlehetőségek viszonylag szűk sávjának is), a szélső értékek választási arányainak alapján láthatóak egyértelmű „preferenciakülönbségek”. Ezek alapján kijelenthető, hogy a társadalmi vállalkozások képviselői kevésbé látják célszerűnek a hatásmérési módszertanokat a külső szereplők felé való beszámolás és tanúsítás eszközeiként, azok egyéb lehetséges funkcióinál. (Amellett, hogy az átlagos érték ezekben az esetekben is 3,0, illetve 3,1, tehát az „inkább hasznos” kategóriába esnek). Az a tény ugyanakkor, hogy az ilyen célú felhasználás gondolata áll relatíve messzebb a társadalmi vállalkozásoktól, azért is különösen érdekes, mert az utóbbi időben a szakma a vállalkozások teljesítményének adekvátabb mérési eszközeként, így azok reálisabb összehasonlítási lehetőségeként tekint ezekre a módszertanokra. Ezek pedig elterjedésük esetén kifejezetten a válaszlehetőségben is szereplő külső érintettek (döntéshozók, szabályozók, vállalkozásfejlesztők) munkájához nyújthatna komoly segítséget. Ez a gondolatébresztő eredmény talán a vállalkozások „szoft” tényezőkre vonatkozó (vagy általában a) statisztikai adatszolgáltatásokkal kapcsolatos feltételezhető fenntartásaira is visszavezethető. Talán a témakör jelenlegi publicitása mellett kevésbé lehet nyilvánvaló a „gyakorlat” számára, hogy a mérés korszerű formáival a valóban jobban teljesítő társadalmi vállalkozások kerülhetnek előnybe, kaphatják meg a megérdemelt támogatást, elismerést. A teljes képet tekintve végső következtetésünk mégis biztató, hiszen az átlagos válaszok a „tanúsítás” és a „jelentés/beszámolás” funkciók esetében is az „inkább igen”, tehát a (viszonylagos) egyetértést kifejező véleményt tükrözik.

Az elemzés másik fő megállapítása, hogy a megkérdezettek közül legtöbben a szervezet erősségeinek és gyengeségeinek feltérképezésére, szervezetfejlesztési és belső kontroll funkciókra gondolják alkalmasnak a társadalmi hatásmérés eszközeit. Végső következtetésünk tehát az, hogy a társadalmi vállalkozások a társadalmi hatásmérést elsősorban tevékenységük javítására, szervezetük belső kontrolljára és fejlesztésére gondolják hasznosíthatónak (hasznosítani) és kevésbé a külső reputáció javítására, vagy a külső érintetteknek való megfelelés bizonyítására. Ezzel együtt a válaszadók mind a hét vizsgált területen inkább hasznosnak gondolták a módszertant, tehát az előzőeken túl tevékenységük hatásainak pontos mérésére, a menedzsment munkájának támogatására és forrásszerzés céljaiból is.

4.2.18. A mintabeli társadalmi vállalkozások életciklus jellemzői

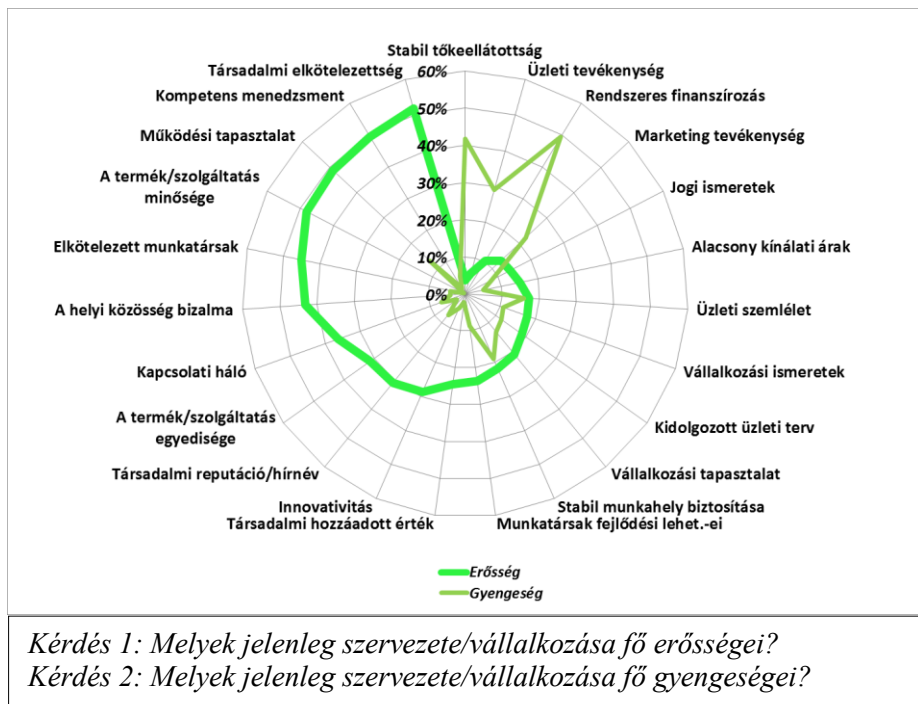
A válaszadók 47%-a növekedési szakaszban, 36%-a érettségi szakaszban, 12%-a indulási szakaszban, 5%-a hanyatlási szakaszban lévőnek tartja szervezetét. A mintában szereplő társadalmi vállalkozások tehát meghatározóan a növekedés és érettség szakaszában vannak.



97. ábra: A válaszadó társadalmi vállalkozások helye a szervezeti életgörbén
Forrás: saját szerkesztés

4.2.19. A szervezetek belső erősségei és gyengeségei

A 98. ábra a szervezetek erősségeit és gyengeségeit mutatja be összefoglaló formában. A válaszadók a „Melyek jelenleg szervezete/vállalkozása fő erősségei?”, illetve „... fő gyengeségei?” kérdésekre válaszoltak, huszonhárom válaszlehetőség közül tetszőleges számú megjelölésével. Jelentésüket tekintve az erősségeket és gyengeségeket firtató kérdésekre is ugyanazon lehetőségek közül választhattak, az ábrán láthatóhoz képest, annyi különbséggel, hogy az erősségeknél kiegészítésként pozitív jelzőt, a gyengeségeknél negatív jelzőt kapott az adott tényező.

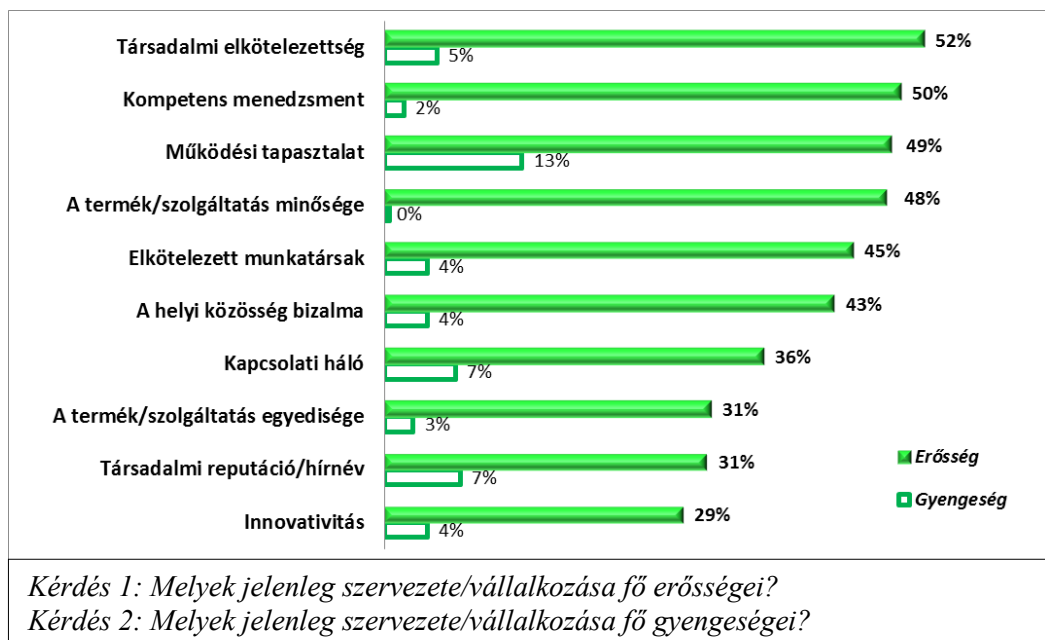


98. ábra: A mintabeli szervezetek erősségei és gyengeségei

Forrás: saját szerkesztés

Az ábra a válaszoknak az összes (erősségre vagy gyengeségre vonatkozó) válaszon belüli arányát mutatja a huszonhárom tényező mindegyikét feltüntetve. A vastag világoszöld az erősségekhez tartozó válaszarányokat jelzi, a vékony halványzöld vonal a gyengeségekhez tartozókat. A szempontok sorrendjét a kör kerületén az erősségek részarányainak sorrendje határozza meg oly módon, hogy a legkevesbé erősségnek számító stabil tőkeellátottságtól indulva az óramutató járásával megegyező irányban a vállalkozások legnagyobb erősségéig, a társadalmi elkötelezettségig jutunk. (Ezt jelzi az erősségeket jelző vonal szabályos kagyló alakja.) A gyengeségeket jelző vonal az erősségek sorrendjéhez igazodik. Az ábrára tekintve jól kivehető, hogy a válaszok három elkülöníthető tényezőcsoportot határoltak körül. Egy örömnkre széles tényezőcsoport erősségnek számít a vállalkozások jelentős részénél, ezzel összhangban ezek többségét kevés vállalkozás jelölte gyengeségként. Található néhány tényező, melyeket hasonló arányban jelöltek erősségként és gyengeségként is a válaszadók. A tényezők harmadik csoportja az, melyek nagy arányban kaptak jelöléseket gyengeségként és alacsony arányban erősségként. Az eredmények részleteit erre alapozva jeleníti meg a 99. ábra és 100. ábra. A következő két ábra a tíz leginkább erősségnek (telt vonalak) és gyengeségnek (üres vonalak) bizonyult tényezőt emeli ki, az ellentétes válaszok egyidejű megjelenítésével. Az utolsó ide tartozó ábrán a vállalkozási tevékenység/felfogás szempontjából fontos tényezőket hangsúlyoztuk ki.

A 99. ábrán a tíz legtöbbször választott erősség látható. A válaszadók több mint fele gondolja a társadalmi elkötelezettséget vállalkozása erősségének, ettől alig elmaradva, minden második válaszadó erősségnek látja a kompetens menedzsmentet, közel ugyanilyen magas arányban a működési tapasztalatot és a termék/szolgáltatás minőségét.

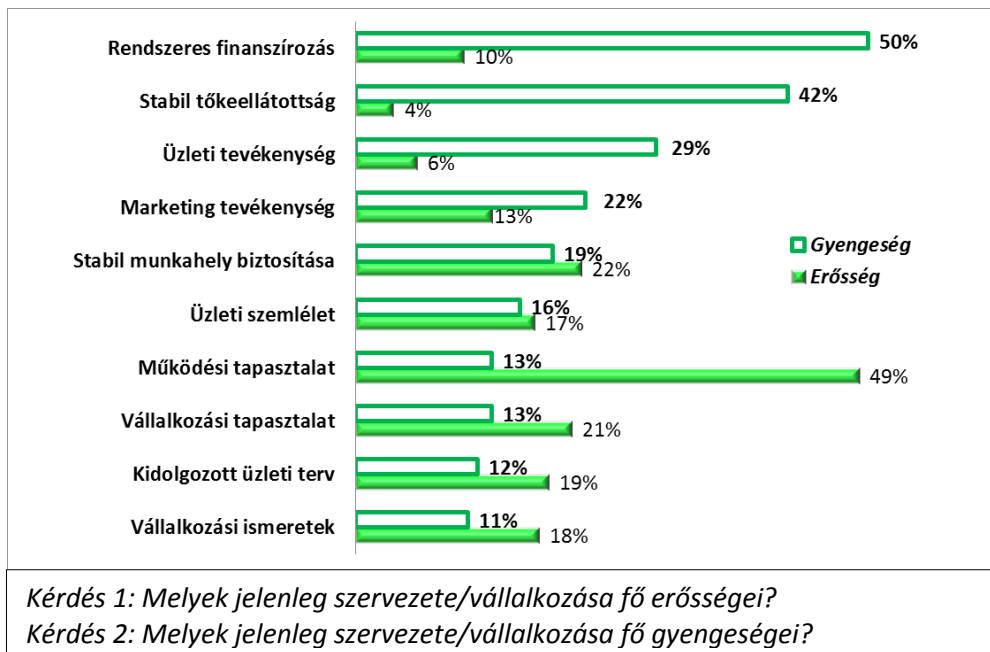


99. ábra: A szervezetek főbb erősségei és a hozzájuk tartozó „gyengeségi” arányok

Forrás: saját szerkesztés

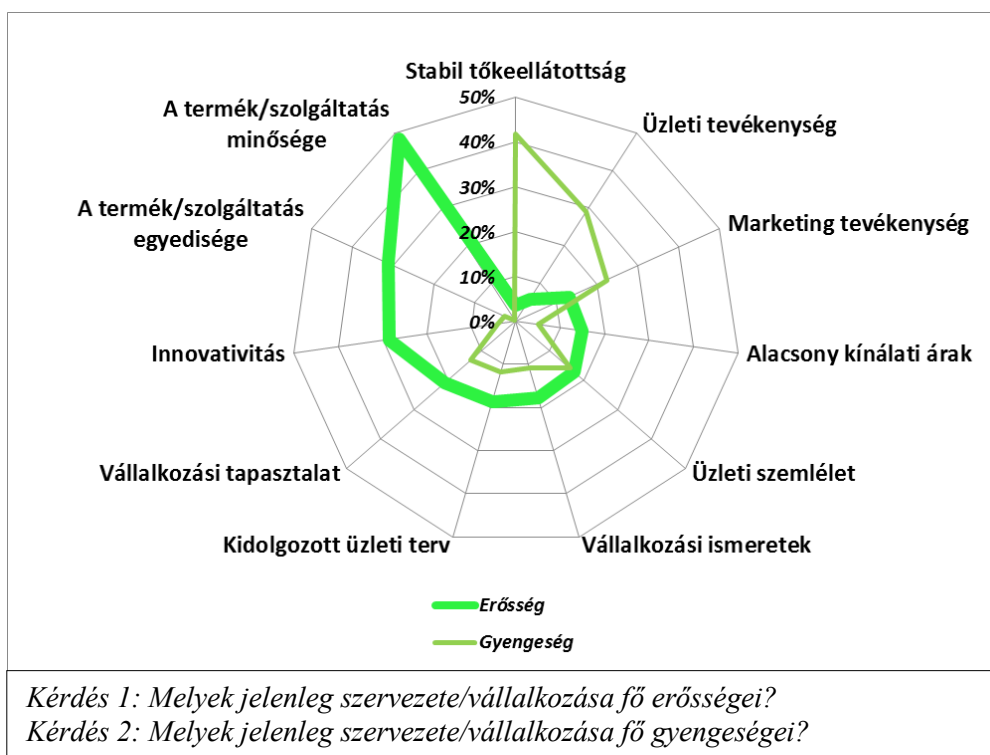
A társadalmi vállalkozások egyértelmű erősségei közé sorolható a munkatársak elkötelezettsége és a helyi közösség vállalkozásokba vetett bizalma is. A tíz legjellemzőbb erősség közé került még a kapcsolati háló, a termék/szolgáltatás egyedisége, a társadalmi reputáció és az innovativitás is. Az említett tényezők közül kizárólag a működési tapasztalattal kapcsolatban fogalmazódtak meg számottevő aggályok is (13% feletti arányban jelölték egyidejűleg gyengeségnek is).

A huszonhárom tényezőt az ellenkező nézőpontból vizsgálva a 100. ábra a tíz legtöbbször gyengeségnek jelölt tényezőt mutatja be. Az egyértelmű gyengeségek (ahol a gyengeségnek jelölések arányát nem haladja meg a tényezőt erősségnek jelölők aránya) sorrendben a rendszeres finanszírozás/támogatás, a stabil tőkeellátottság, a jelentős mértékű üzleti tevékenység és a megfelelő marketing tevékenység hiányait jelzik. Ugyanakkor kifejezetten pozitív üzenetet hordoz a tény, hogy csak négy ilyen szempontot találunk. Fontos következtetés, hogy a rendszeres finanszírozás problémáját (gyengeségként) átlagban minden második válaszadó megjelölte.



100. ábra: A szervezetek főbb gyengeségei és a hozzájuk tartozó „erősség arányok”
 Forrás: saját szerkesztés

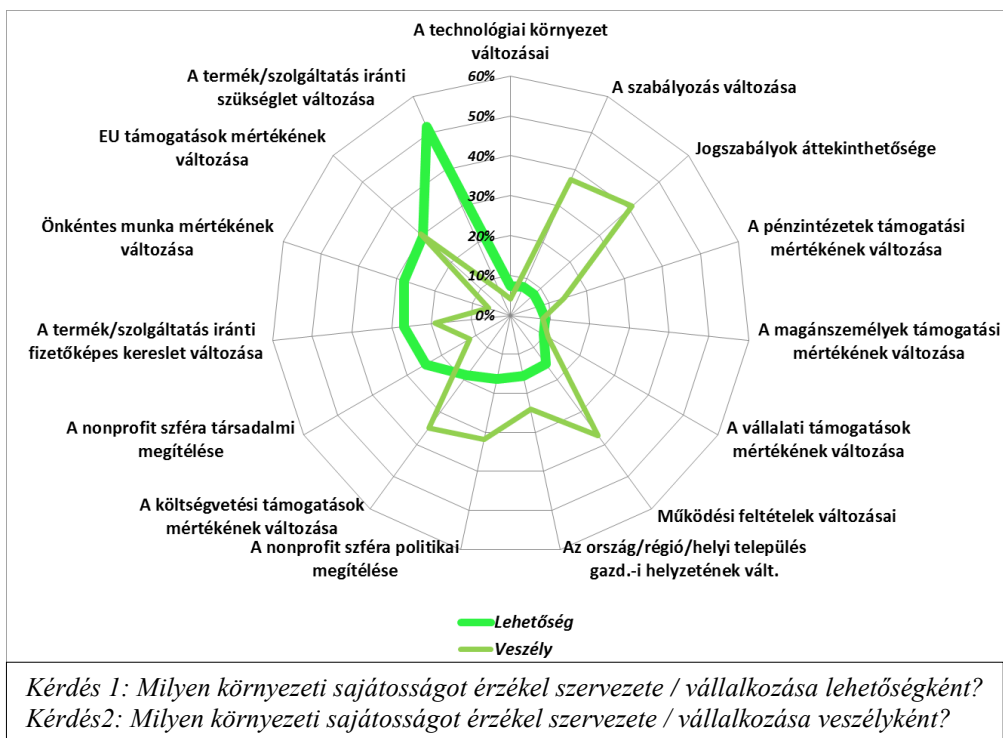
A 101. ábra az erősségek-gyengeségek kérdéscsoport fentebb ismertetett huszonhárom tényezőjéből az üzleti szempontból legfontosabbakat emeli ki és hasonlítja össze. Az eredmények alapján a társadalmi vállalkozások üzleti tevékenységének legnagyobb gátja a stabil tőkeellátottság, a már meglévő jelentős üzleti tevékenység és a kielégítő marketing tevékenység hiánya. A piaci alapú tevékenységeket támogatja, hogy a vállalkozások jelentős része bízik terméke/szolgáltatása minőségében és egyediségében, illetve vállalkozása innovációs képességében. Nem ennyire egyértelmű a kép a vállalkozási tapasztalat, a kidolgozott üzleti terv és a vállalkozási ismeretek esetében, meglehet ezeknél is közel kétszerese az erősségnek jelölések aránya a gyengeségekéhez képest. Egyedülként az üzleti szemlélet az a szempont, melyet hasonló (valamelyest 20% alatti) arányban minősítettek erősségnek és gyengeségnek is a válaszadók.



101. ábra: Az üzleti szempontból legfontosabb tényezők erősségként és gyengeségként jelölésének arányai
 Forrás: saját szerkesztés

4.2.20. A társadalmi vállalkozások legjellemzőbb lehetőségei és veszélyei

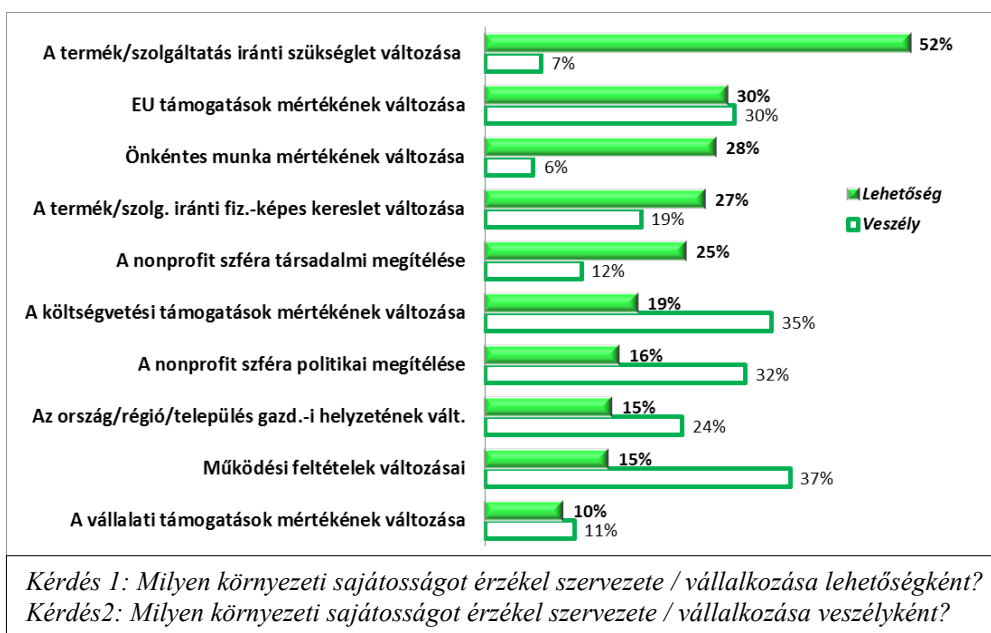
A vállalkozásokat a belső nézőpontot tükröző, erősségekre és gyengeségekre vonatkozó kérdések mintájára megkérdeztük arról is, hogy milyen külső eredetű lehetőségeket és veszélyeket látnak működésükre nézve. A 102. ábra a tizenöt lehetséges választási lehetőség szempontjából ábrázolja a lehetőségek és veszélyek közé választott tényezők összes válaszon belüli arányait. A rendezés a lehetőségek sorrendje alapján történt (konvexebb, vastag világoszöld körvonalú alakzat). A veszélyek ábrázolása a vékonyabb, sötét vonallal történt, mely a lehetőségek szerint meghatározott sorrend okán értelemszerűen erősen konkáv formát vesz fel. A veszélyeket megjelenítő alakzat számos helyen túlnyúlik a lehetőségek körvonalán, ezekben az esetekben a vállalkozások az adott szempontot a külső környezetnek tevékenységükre vonatkozó veszélyeként értékelték (elsősorban).



102. ábra: A lehetőségek és veszélyek összefoglaló ábrája
 Forrás: saját szerkesztés

Néhány esetben - akár számottevő jelölési arányokkal – egyszerre veszélyként és lehetőséggént is érzékelték a tényezőt. Összesen négy külső folyamattal kapcsolatban tükröződik egyértelműen pozitív kép (ahol a lehetőségnek jelölések aránya lényegesen meghaladja a veszélyként jelöléseket), ezek: a termék, szolgáltatás iránti szükséglet változása, az önkéntes munka mértékének változása, a termék/szolgáltatás iránti fizetőképesség kereslet változása és a nonprofit szféra társadalmi megítélése.

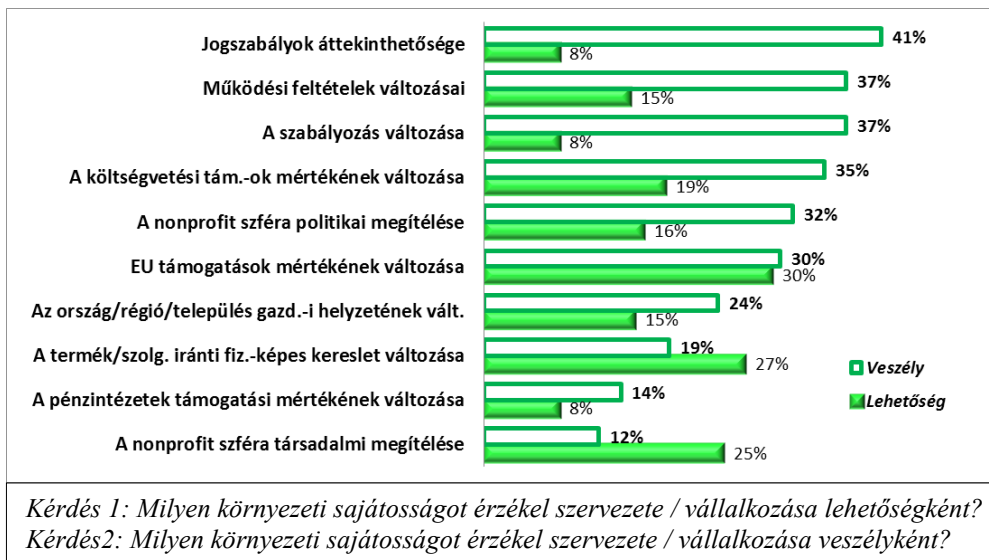
Utóbbi megállapítást szemléletesen mutatja be a 103. ábra, ahol a tíz leggyakrabban lehetőséggént jelölt tényezőt (és a hozzájuk tartozó veszélyként jelölések arányát) tüntettük fel. A fentebb említett egyértelmű veszélytényezőkön túl érdemes kiemelni az EU támogatások változásának megítélésével kapcsolatos eredmény alakulását. Hűen tükrözik ugyanis az eredmények az Európai Unió támogatások következő pénzügyi ciklusával kapcsolatos bizonytalanságokat: hasonlóan 30% jelölte lehetőséggént és veszélyként a tényezőt. (A hasonló százalékkértékek oszlopdiagramjai között azért látható érzékelhető különbség, mert a diagram szerkesztésekor több tizedes jegy pontosságú adatokkal dolgoztunk, a jelmagyarázatban viszont az áttekinthetőség érdekében kerekített értékek szerepelnek.)



103. ábra: A legjelentősebb lehetőségek a vonatkozó veszélynek jelölések arányaival

Forrás: saját szerkesztés

Figyelemre méltó, hogy a lehetőségnek megítélt környezeti tényezők meghatározó részét jelentős veszélyként is látják a válaszadók. Sőt, a tíz legfontosabb lehetőség közül négy esetben ugyanazt a tényezőt lényegesen nagyobb arányban jelölték veszélynek. Ezek: a költségvetési támogatások mértékének változása; a nonprofit szféra politikai megítélése; az ország/régió/település gazdasági helyzetének változása; a működési feltételek változásai. Ezen tényezők mindegyike szerepel a veszélyek sorrendje szerinti „tízese” diagramon is (104. ábra). Utóbbin jól látszik, hogy a válaszadók számos tényezőt jelentős veszélynek értékelnek (nagyobb „töréseket” nem látunk az oszlopdiagramon). A legkiemelkedőbb veszélyeknek a jogszabályok áttekinthetőségét; a működési feltételek változását; a szabályozás változását, a költségvetési támogatások mértékének változását, a nonprofit szféra politikai megítélését, és az EU támogatások mértékének változását tartják a vállalkozások.

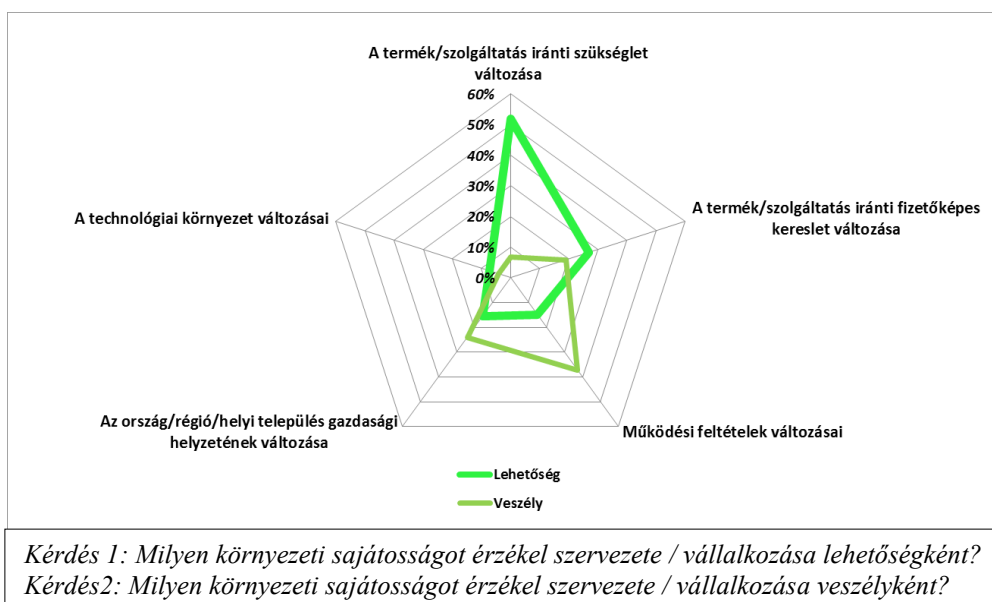


104. ábra: A legjelentősebb veszélyek a vonatkozó lehetőségnek jelölések arányaival

Forrás: saját szerkesztés

A kérdőív elemzésének utolsó ábrája (105. ábra, lent) az üzleti szempontból legfontosabb lehetőségeket és veszélyeket foglalja össze. A legpozitívabb várakozások a termék/szolgáltatás iránti szükséglet változásával kapcsolatban fogalmazódtak meg, a legpesszimistábbak a működési feltételek változásaival kapcsolatban voltak a válaszadók. A fizetőképes keresletre vonatkozóan inkább pozitív vélemények adódtak, a technológiai környezet változásait nem jelölték nagy arányban sem lehetőségként sem veszélyként, a szempontot választók inkább lehetőséget láttak a technológiai fejlődésben.

A vállalkozások a piaci tevékenységeik körülményeire vonatkozóan a termék/szolgáltatás iránti szükséglet változását érzékelik a legpozitívabbnak. Ezzel összefügg és kiteljesíti az optimista képet, hogy a második legjelentősebb lehetőségnek a termék/szolgáltatás iránti fizetőképes kereslet változását jelölték a válaszadók (!). Eközben a szükséglet változását 10% alatti arányban tartották veszélynek, de a fizetőképes kereslet változását is lényegesen kevesebben jelölték negatív megítéléssel, mint pozitívvál. A gazdasági helyzet változásának vonatkozásában inkább negatív érzések fogalmazódtak meg. Utóbbi nem feltétlenül jelenti azt, hogy a válaszadók pesszimisták lennének a gazdasági kilátásokra vonatkozóan, a kérdés a változások társadalmi vállalkozásokra gyakorolt hatásaival kapcsolatos benyomásokra vonatkozott. (A gazdasági növekedés jellemezte környezet veszélyeket is rejthet a vállalkozások számára, pl. kiszorító hatás). A technológiai környezet változásával kapcsolatban meglehetősen semlegesek voltak a válaszadók, lehetőségként és veszélyként is kevés jelölést kapott a szempont (a lehetőség aránya a magasabb).



105. ábra: Az üzleti szempontból legjelentősebb külső tényezők megítélése
 Forrás: saját szerkesztés

5. A magánszemélyek körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

Az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából, a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében végzett primer kutatásunk korábbi fázisaiban kérdőíves felmérés keretében vizsgáltuk a társadalmi vállalkozásokat, valamint fókuszcsoporthoz tartozók segítségével további információkat gyűjtöttünk többek között azok működéséről, környezetéről, problémáiról. Mind a társadalmi vállalkozások körében végzett kérdőíves felmérés, mind a fókuszcsoporthoz tartozók során kirajzolódott a társadalom érzékenyítésének, a társadalmi vállalkozások elfogadottságának problémaköre. Ebből kiindulva indokoltnak láttuk egy a magánszemélyek körében végzett kérdőíves felmérés lefolytatását.

Felmérésünk célja a magánszemélyek társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos ismereteinek és attitűdjeinek feltárása volt.

5.1. A kérdőív felépítése, a mintavétel és a megkérdezés menete

A kérdőív első részében a társadalmi vállalkozások ismertségére, lehetséges célcsoportjaira, alapításuk indokaira, a társadalmi vállalkozások termékei/szolgáltatásai iránti vásárlási hajlandóságra/szokásokra, a társadalmi vállalkozások támogatási hajlandóságára, a második részben pedig a megkérdezettek demográfiai jellemzőire vonatkozóan tettünk fel kérdéseket.

Ebben az esetben is az on-line kérdőíves megkérdezés mellett döntöttünk. A Google Űrlapok a megkérdezettek szempontjából felhasználóbarát felülete, ill. a kapott eredmények jó kezelhetősége indokolta annak használatát.

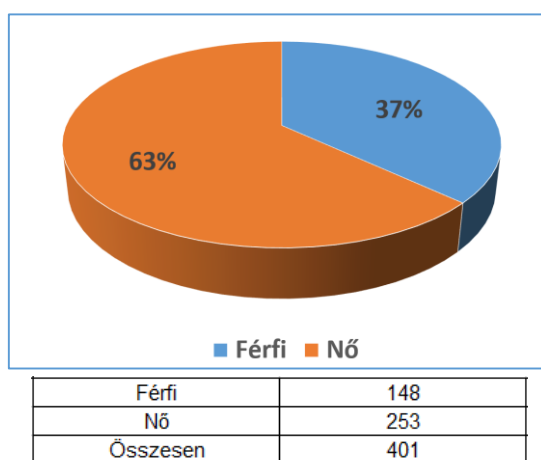
A kérdőíveket Miskolci Egyetem adatbázisában megtalálható több mint 15000 e-mail címre küldtük ki (jelenlegi és múltbeli hallgatók/oktatók), valamint a projektben részt vevő kutatók saját Facebook oldalukon is kérték ismerőseiket annak kitöltésére. A minta nem reprezentatív, a levont következtetések a mintára érvényesek.

401 darab minden szempontból hibátlanul kitöltött kérdőív érkezett vissza, ami 2,7%-os válaszadási hajlandóságot jelent. A visszaérkezések aránya megfelel a szakirodalomból ismert hasonló jellegű megkérdezések szokásos értékének.

5.2. A kérdőív kiértékelése

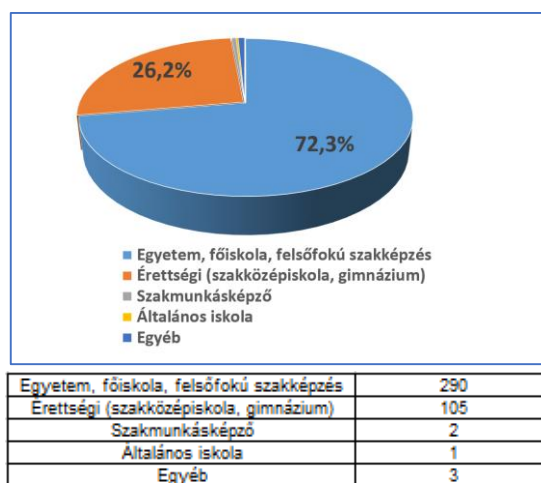
5.2.1. A megkérdezett személyek általános adatai, demográfiai jellemzői

A 401 fő válaszadó közül 148 férfi és 253 nő töltötte ki kérdőívünket, ami 37 – 63 százalékos megoszlást jelent, átlag életkoruk 33,9 év volt. A hölgy többlet a 15000 e-mailt tartalmazó adatbázis esetében csak kb. 10 százalékos volt (tekintettel a jelenleg a felsőoktatásban tanuló, ill. oktatók nemek szerinti megoszlására, kb. 45% férfi 55% nő), amit valószínűleg tovább erősített, hogy a közgazdászok körében stabilan immár évtizedek óta kb. 2/3-a a hallgatónak nő. Valószínűsíthető még az is, hogy a hölgyek egy ilyen témára érzékenyebbek (ezt egyébként az eredmények több ponton is igazolták), így feltehető, hogy arányaiban többen töltötték ki a kérdőívet közülük (106. ábra).



106. ábra: A megkérdezettek nemének megoszlása

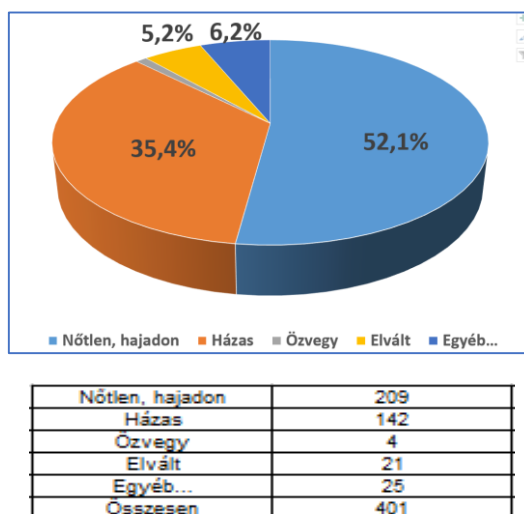
Forrás: saját szerkesztés



107. ábra: A megkérdezettek végzettség szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

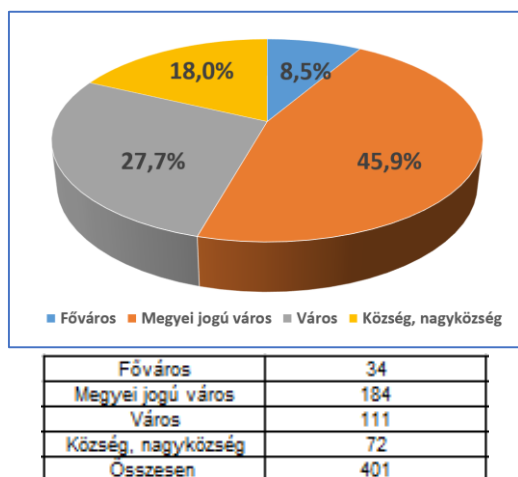
A megkérdezettek 72,3%-a egyetemi, főiskolai diplomával rendelkezik vagy felsőfokú szakképzést végzett. 26,2% érettségit szerzett, szakmunkás, ill. általános iskolai végzettséggel a válaszadók kevesebb, mint 1 %-a rendelkezik (107. ábra).



108. ábra: A megkérdezettek családi állapot szerinti megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

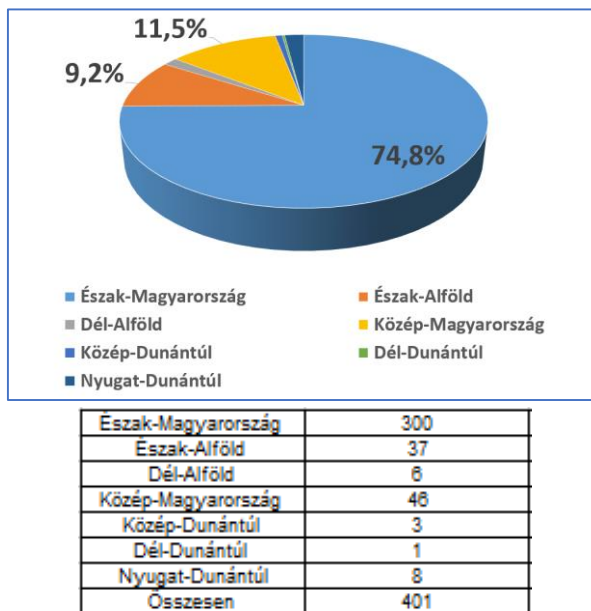
209 fő (52,1%) nőtlen vagy hajadon, 142 fő (35,4%) házasságban, 4 özvegy és 24 elvált valamint 25 egyéb kategóriát választó került a mintába, köszönhetően elsősorban annak, hogy a többnyire a fiatal hallgatók, ill. néhány évvel korábban végzett fiatal munkavállalók felülreprezentáltak a mintában (108. ábra).

Lakóhely alapján 184 fő (45,9%) megyei jogú városban, 111 fő (27,7%) városban, 72 fő (18%) községben és 34 fő a fővárosban él. Némileg felülreprezentált a városi, és alulreprezentált a fővárosi lakosság, azonban az eredmények értékelése során inkább a községek, ill. a városi válaszok között voltak észlelhető különbségek (109. ábra).

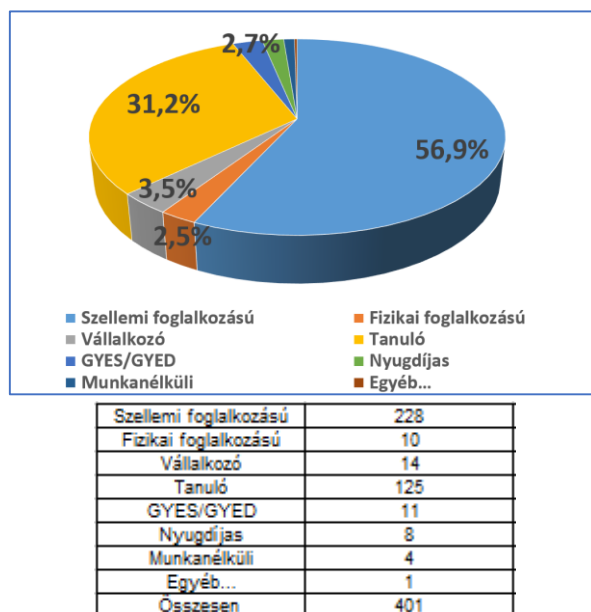


109. ábra: A megkérdezettek lakóhely szerinti megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

300 fő (74,8%) az észak-magyarországi, 46 fő (11,5%) a közép-magyarországi, 37 fő (9,2%) az észak-alföldi régióban lakik, a megkérdezettek mindössze 2%-a él a nyugat-dunántúli, 1,5%-a dél-alföldi régióban. A mintába a közép-dunántúli, valamint a dél-dunántúli a válaszadók kevesebb, mint 1%-al kerültek be (110. ábra).

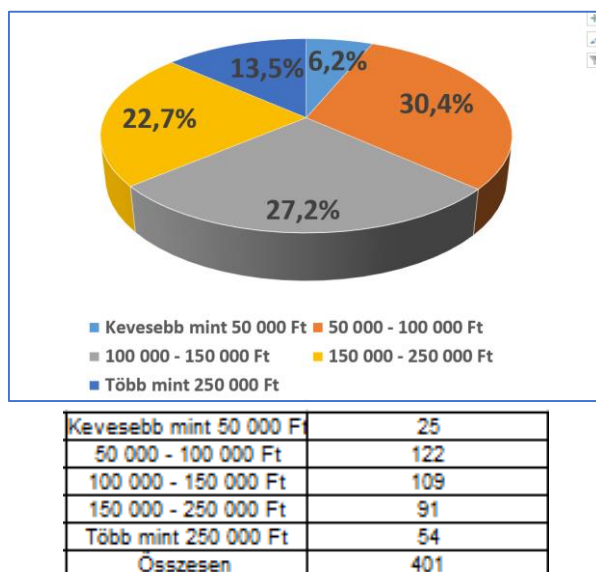


110. ábra: A megkérdezettek lakóhelye regionális bontásban
Forrás: saját szerkesztés



111. ábra: A megkérdezettek foglalkozás szerinti megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

Szellemi foglalkozású volt 56,9%, tanuló 31,2%, vállalkozó 3,5%, fizikai foglalkozású 2,5%. Jövedelem szerint a közepes jövedelemmel rendelkezők voltak többségben, 6,2%-ot tett ki a legalacsonyabb, 13,5%-ot a legmagasabb egy főre jutó jövedelemmel rendelkezők aránya (110-111. ábra).

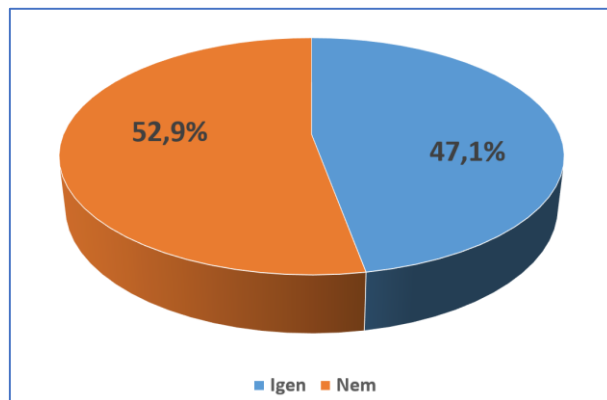


112. ábra: A megkérdezettek egy főre jutó jövedelem szerinti megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

5.2.2. A magánszemélyek társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos ismeretei, attitűdjei

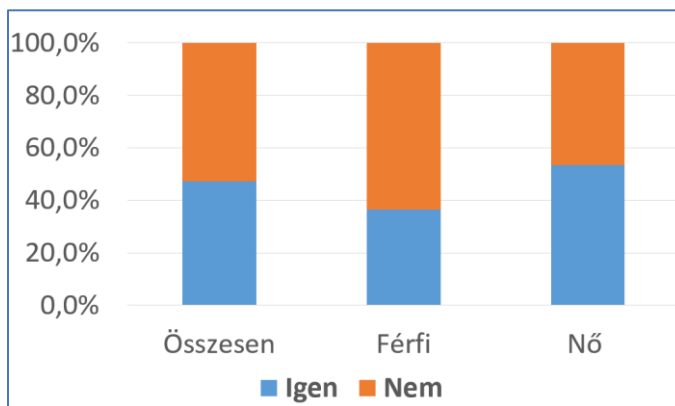
Az on-line kérdőívben a bevezetőben tájékoztattuk a kitöltőket egy általunk relevánsnak tartott társadalmi vállalkozás értelmezéséről az alábbiak szerint: „a társadalmi vállalkozások tágan értelmezve, valamilyen társadalmi küldetés elérése érdekében gazdasági tevékenységet folytató szervezetek. Ezek lehetnek például nonprofit gazdasági társaságok, civil szervezetek, szociális szövetkezetek, vagy akár üzleti vállalkozások is”.

A társadalmi vállalkozás kifejezést a válaszadók 47,1%-a ismerte, 52,9%-a nem. A 52,9%-os nemleges válasz viszonylag magas arányt képvisel, megerősítve azt a feltételezésünket, miszerint a fogalom még a szakirodalomban is viszonylag új, nem is teljesen letisztázott, mit érthetünk alatta, így ez természetesen visszaköszön a témában többnyire nem közvetlenül járatos megkérdezettek válaszaiban (113. ábra).



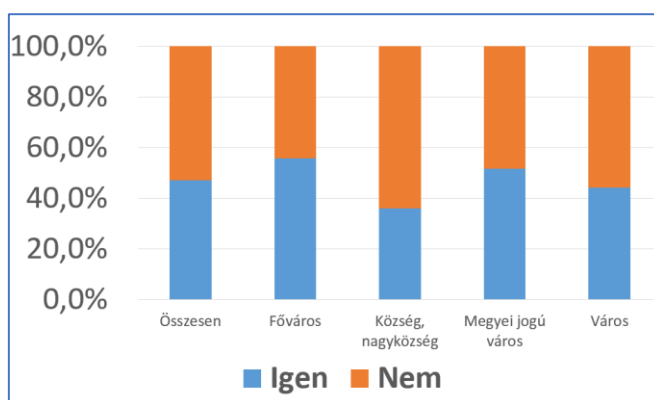
113. ábra: A társadalmi vállalkozás kifejezés ismertsége a válaszadók körében
Forrás: saját szerkesztés

Előzetesen feltételeztük azt, hogy a férfiak kevésbé érdeklődnek, tájékozottak a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatban. A nemek szerint kigyűjtött válaszok igazolták sejtésünket, hiszen a férfiak mindössze 36,5%-a ismerte a fogalmat, miközben a nők 53,4%-a volt tájékozott (114. ábra).



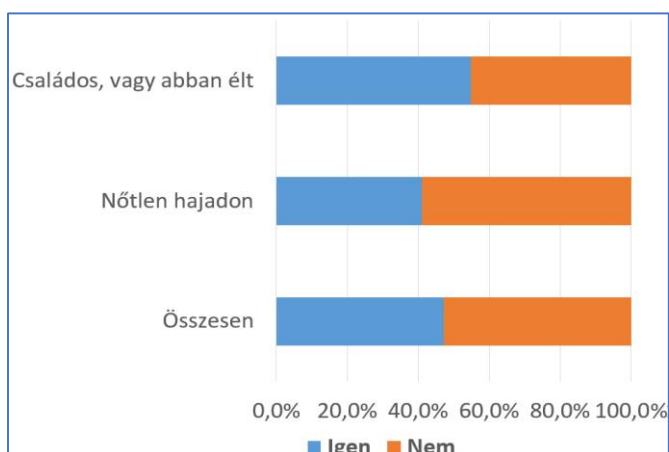
114. ábra: A társadalmi vállalkozás kifejezés ismertsége nemek szerint a válaszadók körében
Forrás: saját szerkesztés

Jól észlelhető különbségek vannak a társadalmi vállalkozás kifejezés ismertsége tekintetében, ha a válaszadókat lakhely szerint csoportosítjuk. A fővárosban lényegesen nagyobb (55,9%-os), a községekben pedig csak 36,1%-os volt ismertségük, pedig annak a valószínűsége, hogy érintettje legyen valaki egy ilyen szervezetnek valószínűleg vidéken nagyobb. A megyei jogú városok (51,6%) és a többi város (44,1%) esetében átlag körüli értékekkel találkozhatunk. Minél nagyobb egy település, annál valószínűbb, hogy lakói ismerik, vagy találkoztak a társadalmi vállalkozás fogalmával (115. ábra).



115. ábra: A társadalmi vállalkozás kifejezés ismertsége lakhely szerint a válaszadók körében
 Forrás: saját szerkesztés

Egyfajta hipotézisként megfogalmazódott bennünk az is, hogy jó eséllyel a családosok érzékenyebbek lehetnek a társadalmi problémákra. Kutatási eredményeink visszaigazolták a feltételezést. A családosok, vagy olyanok akik már éltek családban/élettársi kapcsolatban lényegesen nagyobb mértékben ismerték a társadalmi vállalkozás kifejezést (54,7%) mint azok akik nőtlenek, vagy hajadonok voltak (41%) (116. ábra).



116. ábra: A társadalmi vállalkozás kifejezés ismertsége családi állapot szerint a válaszadók körében
 Forrás: saját szerkesztés

Rákérdeztünk arra is, hogy véleményük szerint kik lehetnek a magyarországi társadalmi vállalkozások legfontosabb célcsoportjai. A válaszadók több lehetséges választ is megjelölhettek.

A válaszadók úgy gondolták, hogy a legfontosabb célcsoportok a beteg gyerekek (61,6%), a szegények (56,6%), a beteg, egészségkárosult felnőttek (42,6%), a hajléktalanok (40,4%), munkanélküliek (40,4%). Ritkábban említették a természeti

katasztrófák áldozatait (30,7%), a települési, lakóhelyi, munkahelyi vagy kisebb helyi közösségeket (29,4%), az időseket, özvegyeket (25,7%), a szenvedélybetegségek áldozatait (23,4%), a nemzeti kisebbségeket (22,4%), a határon túli magyarok (19,5%), ill. az egészséges gyermekek (11,0%) csoportjait.

A válaszok alapján úgy tűnik a társadalom elsősorban az önhibájukon kívül hátrányos helyzetbe került csoportokat jelöli meg a társadalmi vállalkozások legfontosabb célcsoportjainak (117. ábra).



117. ábra: A magyarországi társadalmi vállalkozások legfontosabb célcsoportjai
Forrás: saját szerkesztés

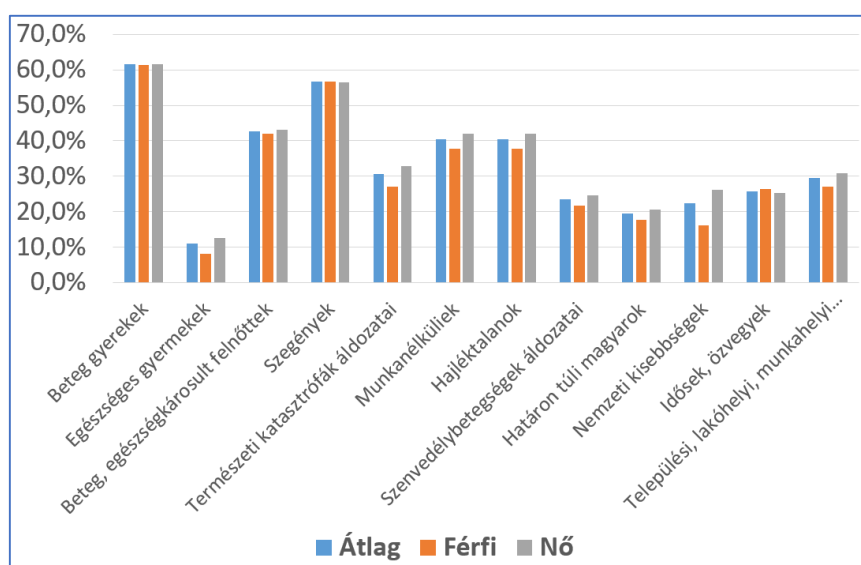
A válaszadókat megkértük arra is, hogy 1-től 5-ös skálán értékeljék mennyire fontos a társadalmi vállalkozások/nonprofit szervezetek szerepvállalása az egyes célcsoportok segítésében/ellátásában.



118. ábra: A társadalmi vállalkozások/nonprofit szervezetek szerepvállalásának fontossága az egyes célcsoportok segítésében/ellátásában? (1-től 5-ig terjedő skála alapján átlagolt érték)
Forrás: saját szerkesztés

Az előző kérdésre kapott eredményekkel szinte teljesen szinkronban vannak a válaszok. A sorrend kisebb eltérésekkel szinte ugyanaz, a „természeti katasztrófák áldozatai” átlagosan 4,3 pontot kapott, ill. az egészséges gyermekekkel való foglalkozást is fontosnak tartják. Úgy tűnik a határon túli magyarok (3,1), valamint a nemzeti kisebbségek támogatása (2,8) kevésbé támogatandó a válaszadók körében (118. ábra).

Megvizsgáltuk azt is, hogy van-e érdemi különbség a nemek között a legfontosabb célcsoportok említési gyakorisága tekintetében. Általánosságban elmondható, hogy a férfiak valamivel kevésbé érzékenyek az egyes (többnyire hátrányos helyzetet jelentő) célcsoportok problémáira. Különösen az egészséges gyermekek, a természeti katasztrófák áldozatai, a munkanélküliek, a hajléktalanok, a nemzeti kisebbségek esetében láthatóak különbségek (119. ábra).



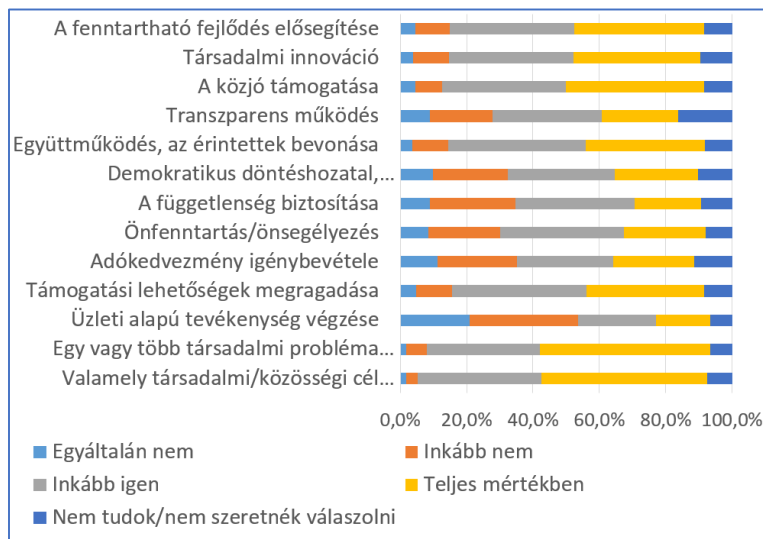
119. ábra: A magyarországi társadalmi vállalkozások legfontosabb célcsoportjai a válaszadók szerint (nemek szerinti bontásban)

Forrás: saját szerkesztés

Feltételeztük, hogy a civil szektorról, azon belül a társadalmi vállalkozásokról alkotott kép meglehetősen ellentmondásos, ezért rákérdeztünk arra, hogy milyen mértékben lehetnek egyes célok a magyarországi társadalmi vállalkozások alapításának indítékai.

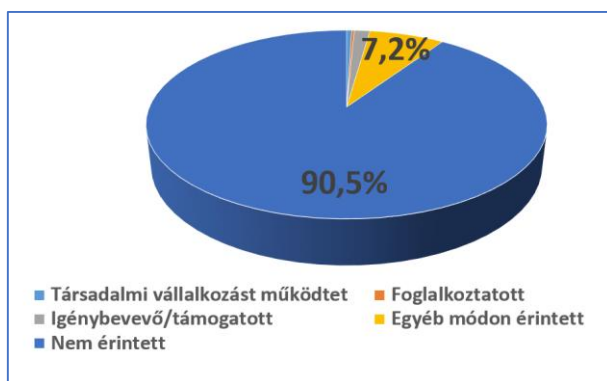
A válaszadók többsége sorrendben az „egy vagy több társadalmi probléma enyhítése”, „valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása”, „közjó támogatása”, „fenntartható fejlődés elősegítése”, „társadalmi innováció”, „együttműködés, az érintettek bevonása”, „támogatási lehetőségek megragadása”, „demokratikus döntéshozatal”, „szolidaritás, biztosítás”, „önfenntartás/önsegélyezés”, „adókedvezmény igénybevétele”, „transzparens működés”, „függetlenség biztosítása”, „üzleti alapú tevékenység végzése” válaszokat említette. Egyértelmű, hogy a többség magából a társadalmi vállalkozások

definícióból vezeti le az indítékokat, és kevésbé tartják fontosnak, hogy a működésnek köszönhetően függetlenség, adózással kapcsolatos előnyök, vagy üzleti alapú szolgáltatások értékesítése is ösztönző lehetne, miközben a valós működés során ezek gyakran felmerül(het)nek (120. ábra).



120. ábra: A magyarországi társadalmi vállalkozások alapításának indítékai a válaszadók szerint

Forrás: saját szerkesztés



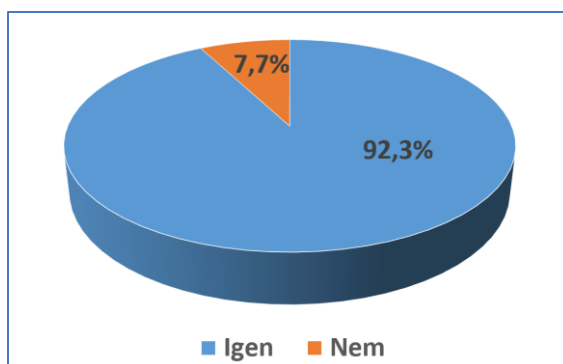
121. ábra: A válaszadók személyes érintettsége a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatban

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek 90,5%-a úgy érezte, nem érintett a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatban, mindössze 7,2% mondta azt, hogy egyéb módon érintett, 1 fő volt foglalkoztatott és 2-en működtettek társadalmi vállalkozást.

A válaszok alapján úgy tűnik, a társadalmi vállalkozások beágyazottsága, ismertségükhöz képest is lényegesen alacsonyabb. Miközben szinte mindenki vásárolhatott már társadalmi vállalkozás által előállított terméket, vagy szolgáltatást sokunkban nem is tudatosul, hogy az adott termék/ szolgáltatás honnan származik (121. ábra).

A fókuszcsoporthoz megkérdezés során többen jelezték, hogy működésük során tapasztaltak ellenérzéseket a vásárlók részéről, pl. fogyatékosok alkalmazása során, valamint azt is jelezték, hogy ugyanazon piaci viszonyoknak kell megfelelniük, mint a többi vállalkozásnak, azaz nem tapasztalnak pozitív diszkriminációt. Fontosnak tartottuk ennek a témakörnek a szerepeltetését kérdőívünkben.



122. ábra: A válaszadók vásárlási hajlandósága társadalmi vállalkozások termékeivel vagy szolgáltatásaival kapcsolatban

Forrás: saját szerkesztés

A 122. ábrán látható, hogy a válaszadók mindössze 7,7%-a volt egyértelműen elutasító, 92,3%-uk szívesen vásárolja meg a társadalmi vállalkozások termékeit. Némileg magasabb ár megfizetésére 82,3% lenne hajlandó, sokkal drágábban csak 5% vásárolna, míg 12,7% csak piaci áron lenne hajlandó megvenni a társadalmi vállalkozások termékeit vagy szolgáltatásait (123. ábra).

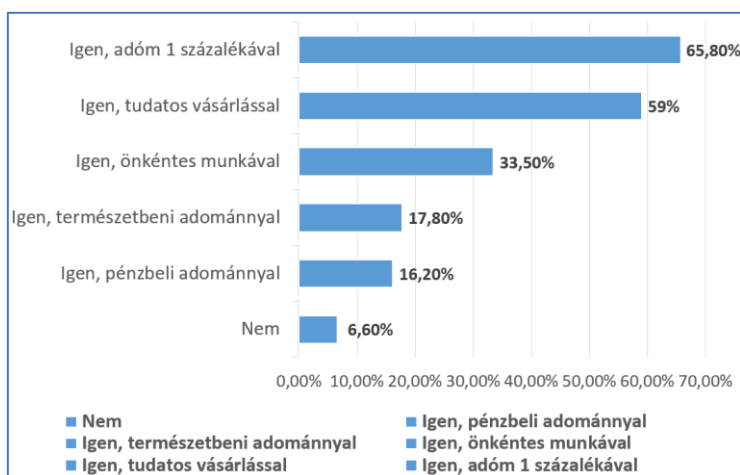


123. ábra: A válaszadók vásárlási hajlandósága egy esetleges a piaci árnál magasabb árra vonatkozóan

Forrás: saját szerkesztés

Megvizsgáltuk azt is, hogy a társadalmi vállalkozások működését hogyan támogatnák szívesen a válaszadók. Többségük szívesen ajánlja fel adójának 1%-át, 59% említette, hogy szívesen vásárolna ilyen terméket. A válaszadók mintegy harmada végezne önkéntes munkát, a természetbeni (17,8%), ill. a pénzbeli adományozás (16,2%) már csak egy kisebb csoportot jellemez. Mindössze 6,6% (hasonló mértékben mint a vásárlás esetében) zárkózott el mindenféle támogatási formától.

Más kutatások eredményeivel szinkronban arra a megállapításra juthatunk, hogy hazánkban a civil szféra, a társadalmi vállalkozások direkt támogatása, segítése még gyerekcipőben jár, a magánszemélyek leginkább azokat a támogatási formákat preferálják, amelyek nem, vagy csak elhanyagolható mértékben járnak anyagi teherrel, és a közvetlen segítség legyen az természetbeni, vagy anyagi, viszonylag ritkának számítanak.



124. ábra: A társadalmi vállalkozások működését hogyan támogatnák szívesen a válaszadók
Forrás: saját szerkesztés

6. A fókuszcsoporthos interjúk és a mélyinterjúk eredményei

A Társadalmi vállalkozások alap kutatás egyik részét az ország 7 régiójában lefolytatott fókuszcsoporthos interjú képezte. Az interjúsorozat célja a társadalmi vállalkozások „beazonosítása”, a kategóriájának lehatárolása, a sikertényezőik, nehézségeik, főbb kockázati tényezőik, valamint a fő fejlesztendő területeik feltárása volt.

6.1. A fókuszcsoporthos interjúk és mélyinterjúk menete – helyszínek, időpontok, résztvevők

A fókuszcsoporthos interjúk lefolytatására 2017. május 15-19. között került sor az ország 7 régiójában. Az interjúsorozaton összesen 54 szervezet képviseltette magát, 22 településről, 63 fő részvételével.

A fókuszcsoporthos interjúkat kiegészítettük 3 mélyinterjúval. A mélyinterjúkra a Nemzetgazdasági Minisztérium és az IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft. munkatársaival került sor.

Az interjúk meghatározott forgatókönyv szerint zajlottak.

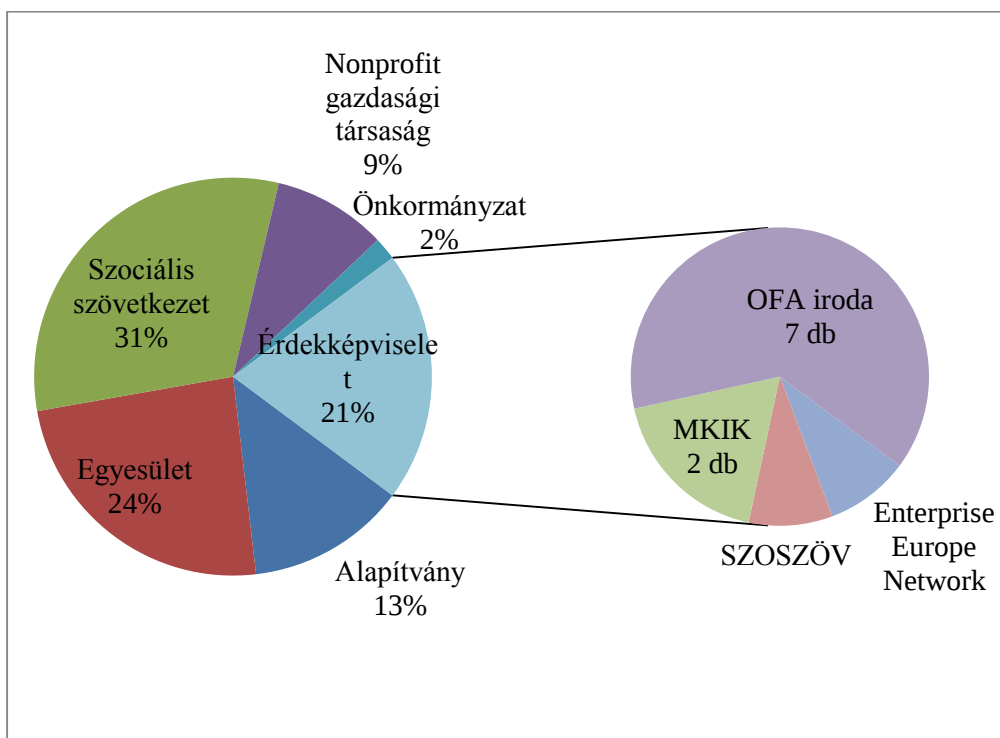
35. táblázat: Az interjúk résztvevőinek összesített adatai

7 darab fókuszcsoporthos interjú	7 db alapítvány 13 db egyesület 17 db szociális szövetkezet 5 db Nonprofit gazdasági társaság 7 db OFA regionális iroda 2 db Megyei Kereskedelmi és Iparkamara 1 db Önkormányzat Enterprise Europe Network Szociális Szövetkezetek Országos Szövetsége (SZOSZÖV)	Összesen: 54 szervezet 63 fő résztvevő 22 településről
3 darab mélyinterjú	Nemzetgazdasági Minisztérium IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft.	Összesen 3 fő

Forrás: saját szerkesztés

Fókuszcsoporthos interjúk

A 107. ábrán látható a fókuszcsoporthos interjúkon résztvevő szervezetek megoszlása. A résztvevők 31 százaléka szociális szövetkezet, 24 százaléka egyesület, 13 százaléka alapítvány és 9 százaléka nonprofit gazdasági társaság, 2 százaléka pedig önkormányzat volt. 21 százalékot tett ki az egyéb szervezetek aránya, amelyeket egyfajta érdekképviselői szervezetnek tekinthetünk. Ezen szervezeteken belül részt vett az OFA Nonprofit Kft. 7 regionális irodája, a Szociális Szövetkezetek Országos Szövetsége (SZOSZÖV), 2 Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, valamint az Enterprise Europe Network szervezete.



125. ábra: A fókuszcsoporthoz tartozó résztvevő szervezetek megoszlása
Forrás: saját szerkesztés

Az alábbi lista az egyes regionális helyszíneken résztvevő szervezetek számát tartalmazza.

36. táblázat

Helyszín	Résztvevők
Pécs, Szabadkikötő Kulturális Centrum 7626 Pécs, Király u. 64. 2017. május 15. (hétfő) 14.00-16.00	4 szervezet, 4 fő
Székesfehérvár, Fehérvári Civil Központ, OFA Közép-Dunántúli Ügyfélszolgálati Iroda 8000 Székesfehérvár, Rákóczi u. 25. fszt.13. 2017. május 16. (kedd) 10.00-12.00	4 szervezet, 4 fő
Szombathely, OFA Nyugat-Dunántúli Ügyfélszolgálati Iroda 9700 Szombathely, Kőszegi u. 2. 2017. május 17. (szerda) 10.00-12.00	6 szervezet, 7 fő

Helyszín	Résztvevők
Budapest, OFA Központi és Közép-Magyarországi Ügyfélszolgálati Iroda 1036 Budapest, Lajos u. 80. II. em. 2017. május 18. (csütörtök) 11.00-13.00	5 szervezet, 8 fő
Debrecen, Ifjúsági Ház, Ifjúsági Klub 4025 Debrecen, Simonffy u. 21. I. em. 2017. május 18. (csütörtök) 11.00-13.00	15 szervezet, 18 fő
Miskolc, Miskolci Egyetem A/4 épület (főépület) 4. emelet XXVII. előadó 3515 Miskolc-Egyetemváros 2017. május 19. (péntek) 10.00-12.00	10 szervezet, 12 fő
Szeged, OFA Dél-Alföldi Ügyfélszolgálati Iroda 6721 Szeged, Brüsszeli krt. 21. 2017. május 19. (péntek) 10.00-12.00	10 szervezet, 10 fő
Összesen:	54 szervezet, 63 fő

Forrás: saját szerkesztés

Mélyinterjúk

A személyes interjúk lefolytatására 2017. május 30-június 9. között került sor.
Az interjúk résztvevői:

1. Nemzetgazdasági Minisztérium, Munkaerőpiaci Programok Főosztályának munkatársa
H-1054 Budapest, Kálmán Imre u. 2.
2017.05.30. 13.00-14.30
2. IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft. társadalmi vállalkozás szakértője
HU-1062 Budapest, Andrássy út 100.
2017.06.02. 10.30-11.45
3. IFKA Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft. társadalmi vállalkozás szakértője
HU-1062 Budapest, Andrássy út 100.
2017. 06. 09. 12.30-15.00

6.2. A fókuszcsoporthoz és a mélyinterjúk kérdései

Az interjúk kérdései 5 fő témakört érintettek, minden témakörhöz több kérdés tartozott. A fókusz a társadalmi vállalkozások fogalmára, az általuk elért társadalmi hatásokra, a forrásszerzési és nyereségelosztási gyakorlatukra, a fő sikertényezőikre és a fő nehézségeikre, valamint a fejlesztendő területekre helyeződött.

A forgatókönyv az alábbi kérdéseket tartalmazta:

1. *A társadalmi vállalkozás fogalma*
 - 1.a Milyen típusú szervezetek lehetnek társadalmi vállalkozások?
 - 1.b. Lehet-e for-profit szervezet társadalmi vállalkozás?
 - 1.c. Milyen motivációi vannak a társadalmi vállalkozások létrehozásának?
 - 1.d Szükséges-e, hogy egy társadalmi vállalkozás egyben társadalmi innovációt valósítson meg?
 - 1.e. Mennyire fontos/jellemző, hogy a társadalmi vállalkozások döntéshozatali folyamatait demokratikus eljárások határozzák meg?
2. *A társadalmi vállalkozások társadalmi hatása*
 - 2.a. Milyen jellegű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 2.b. Milyen mértékű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 2.c. Hogyan mutatható ki a társadalmi vállalkozások által létrehozott társadalmi érték, hatás?
 - 2.d. Milyen szerepe lehet a társadalmi vállalkozások által létrehozott érték, hatás kimutatásának, mérésének?
3. *A társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata*
 - 3.a. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások forrásszerzési gyakorlatát?
 - 3.b. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások által megtermelt nyereség/többlet/profit elosztására vonatkozó gyakorlatokat?
 - 3.c. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások kapcsolatrendszerét? Kik jelennek meg benne?
 - 3.d. A pályázati finanszírozáson túl milyen finanszírozási lehetőségeik vannak (lesznek) a társadalmi vállalkozásoknak?
4. *A társadalmi vállalkozások eredményei, sikertényezői*
 - 4.a. Milyen fő eredményeket érnek el a társadalmi vállalkozások? Milyen arányú üzleti típusú bevétel várható el minimálisan a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 4.b. Melyek a társadalmi vállalkozások fő sikertényezői? (Mi az, amitől sikeresek lesznek?)
 - 4.c. Hogyan mutathatók ki a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?
 - 4.d. Mennyire láthatóak a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?

5. *Jövőbeni fejlesztési lehetőségek*

5.a. Milyen nehézségekkel szembesülnek a társadalmi vállalkozások?

5.b. Milyen fő kockázati tényezők merülnek fel a társadalmi vállalkozások működése során?

5.c. Milyen területen kellene fejleszteni a társadalmi vállalkozásokat?

6.3 A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és a mélyinterjúk főbb megállapításai

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk és a mélyinterjúk meghatározott forgatókönyv szerint zajlottak. A nyert információk feldolgozásakor követtük az interjú struktúráját. Az összefoglalás tartalmazza az egyes kérdések kapcsán felmerült újabb kérdéseket, témaköröket is. Az interjúkról hangfelvétel készült. Az egyes helyszínek között markáns különbség nem adódott a fő megállapításokban, így a 7 fókuszcsoporthoz tartozó és a 3 személyes mélyinterjú válaszait, tapasztalatait összegezve foglaljuk össze. Annak érdekében, hogy az elhangzott értékes vélemények és az interjúk hangulata visszatükröződjön, a résztvevők hozzászólásaiból szó szerint vett idézetekkel illusztráljuk a következtetéseket, megőrizve a résztvevők anonimitását.

6.3.1. *A társadalmi vállalkozás fogalma*

A fókuszcsoporthoz tartozó interjú első blokkjában a társadalmi vállalkozások definiálására tettünk kísérletet. A következő kérdésekre kerestük a választ:

1.a. Milyen típusú szervezetek lehetnek társadalmi vállalkozások?

Az interjúk során az a vélemény rajzolódott ki, hogy bármilyen típusú szervezet lehet társadalmi vállalkozás, ha van társadalmi célja és kimutatható társadalmi hatása. Emellett egyetértés mutatkozott abban, hogy a társadalmi vállalkozások esetében elvárható a piacról, értékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból származó bevétel szerzése, és a bevételek, a profit visszaforgatása az adott társadalmi célra. A piaci bevétel mértéke, aránya azonban a többség szerint nem határozható meg elvárásként. Tehát a társadalmi és üzleti célkitűzés együttállása a legtöbb hozzászólásban megjelent. Voltak olyan vélemények, miszerint a civil szervezeteknél egy szemléletváltás fog bekövetkezni, nagyon sok civil szervezet próbálja meg piacosítani a tevékenységét (igaz sokszor kényszerből), és előbb utóbb a civil szervezetek lesznek a társadalmi vállalkozások, felváltja majd egymást a két szó.

„...a Közösségi (a Bizottság és a tagállamok által elfogadott) definíció alapján olyan szervezeteket tekintünk társadalmi vállalkozásnak, amelyeknek deklaráltan van üzleti és társadalmi célkitűzése is, a bevételeiket vagy eredményüket, profitjukat visszaforgatják a társadalmi célra.”

„Olyan szervezetek, amelyek gazdasági tevékenységet folytatnak annak érdekében, hogy valamely társadalmi céljukat, társadalmi probléma megoldását finanszírozni tudják, és ezt a célt el tudják érni... A társadalmi küldetés vagy társadalmi cél vezérelt vállalkozásokat tartom társadalmi vállalkozásnak.”

„Ha nincs igazi kereskedelmi tevékenység, akkor nem beszélhetünk társadalmi vállalkozásról.”

„Nem nevezném társadalmi vállalkozásnak, ha valaki úgy működik, hogy ezekre a célokra forrást gyűjt vagy adományokat, és nincs olyan terméke, amit ennek kapcsán el tudna adni. Ez inkább civil szervezeti jelleg. Társadalmi vállalkozásnak inkább azt nevezném, hogyha valaki felelősséget vállal a környezetért, akkor lesznek trash design termékei vagy teljesen natúr dolgokból készült töltőtollak vagy hasonló termék, amit el tud adni. E mellett persze képviselni kell azt az értékrendet is, ami a környezetvédelem, de például a mi konstrukcióinkban az érték és a termék mellett megjelenhet még az is, hogy pl. két ember félállásban fog ott dolgozni.”

„A civil szervezeteknek, a meglévőknek és az újonnan keletkezőknek is olyan szemléletformálás fog bekövetkezni, hogy felváltja egymást a két szó. A civil szervezet lesz a társadalmi vállalkozás. Nagyon sok civil szervezet gondolkozik, hogyan tudná piacósítani a saját tevékenységét. Nagyon az elején vagyunk, nem csak a civil szervezetek oldaláról, hanem minden szinten, a társadalom szintjén, a törvényhozás szintjén.”

„Kevés kivételtől eltekintve a nonprofit, civil szervezetek azért kezdenek el vállalkozási ötleteken agyalni és gazdálkodni, mert forrást ehhez tudnak most igényelni. Így ez egy eléggé támogatáspolitikai által meghatározott dolog.”

„Az üzleti/vállalkozási bevétel arányának meghatározásánál figyelembe kell venni, hogy sokféle társadalmi vállalkozás van, és a bevételeik is folyamatosan ingadoznak, ezért nehéz meghatározni egy egészséges arányt, de elvárás az ilyen jellegű bevétel.”

„Ha a társadalmi hatás erős, akkor minimális bevétellel is társadalmi vállalkozások közé sorolható a kezdeményezés”.

1.b. Lehet-e for-profit szervezet társadalmi vállalkozás?

Általában elfogadták azt a megállapítást, hogy for-profit szervezet is lehet társadalmi vállalkozás, ha van kimutatható társadalmi hatása, de esetükben szigorúbb ellenőrzésre van szükség, és nehezebb az ellenőrzés. Fontos tényező ez a forrásfelhasználás jogszerűségének és biztonságának figyelembevétele szempontjából. Egy hozzászóló szerint lehet ugyan for-profit szervezet is társadalmi vállalkozás, de véleménye szerint a társadalmi célok elérése iránt egy nonprofit szervezet sokkal inkább elkötelezett. A szociális szövetkezetek kérdésében voltak eltérő vélemények, voltak, akik nem sorolták a társadalmi vállalkozások közé ezeket a szervezeteket, de végül közös megegyezés született arról, hogy ezen szervezetek is beleférnek a társadalmi vállalkozások kategóriájába. Több esetben merült fel, hogy a szociális szövetkezetek besorolása nem egyértelmű, és ebből sokszor hátrányuk származik.

„Kormányzati oldalról jellemzően nonprofit szervezeteket támogatnak a jogi formát tekintve, ezzel biztosítva van az, hogy ezek a jövedelmek nem kerülnek befektetőknek vagy részvényeseknek kifizetésre, hanem az eredményt visszaforgatják. (...Jogi formára szűkítik a beavatkozást...) Nem kizárt, hogy for-profit vállalkozás legyen társadalmi vállalkozás. Ezt for-profit esetén is be lehet mutatni, de nyilván kockázatosabb, illetve a támogató oldaláról szigorúbban ellenőrizendő szempont. Figyelembe kell venni olyan szempontokat is, ami a forrásfelhasználás jogszerűségét és biztonságát megadja.”

„Mi már ezt többször javasoltuk, azt gondoljuk, hogy ez egy teljesen releváns dolog, hogy egy for-profit szervezet, aminek van kimutatható társadalmi hatása, az lehessen társadalmi vállalkozás akár ebben az új konstrukcióban is, és hogy szervezetileg is lehessen. Igazság szerint én a társadalmi hatás oldaláról fogom meg... És szerintem, a társadalmi vállalkozáshoz ez a fajta kockázatvállalás is hozzátartozik, és egy fontos eleme annak, hogy tudjon működni.”

„Abszolút azt gondolom, hogy lehet. Sőt, az lenne az ideális, ha minden for-profit szervezet társadalmi vállalkozásként működne. Ez persze távol áll a valóságtól, de én, ha nem is nagy tömegben, de igenis elképzelhetőnek tartom.abszolút el tudom képzelni, hogy hagyományos gazdasági szereplők is társadalmi vállalkozásként működjenek. Az Egyesült Államokban és Nyugat-Európában erre vannak példák, hogy társadalmi vállalkozás formában működnek, és megvalósítják mind a gazdasági, mind a társadalmi célt.”

„Ha a civil szféra felől kezd valaki társadalmi vállalkozást, alapítvány, egyesület, nonprofit kft, akkor valószínűleg sokkal inkább elkötelezett a társadalmi vállalkozás. A másik a for-profit felől, akkor viszont inkább csak a pályázati feladatoknak megfelelően.”

„A szociális szövetkezet nem tekinthető társadalmi vállalkozásnak, mivel ez „egy egyszerűsített vállalkozási forma, ami arra alakul, hogy profitot termeljen, és hátrányos helyzetű tagjait munkával és megélhetéssel lássa el.”

„A szociális szövetkezetek for-profitnak minősülnek, de náluk is korlátozva van az alaphól való részesedés, és sokkal szabályozottabb környezetben működnek, illetve alapvetően biztosított egy egyenlőség, a tagok egyenlő arányban részesülnek az alaphól, ami szintén fontos szempont. ... a szociális szövetkezetek autentikus szereplői a szociális gazdaságnak, így nem látunk abban kockázatot, hogy őket társadalmi vállalkozásnak tekintsük.”

„Egy szociális szövetkezetként, hogy ha már egy kicsit jól működünk, akkor már gazdasági szervezet vagyunk, és nem vagyunk szociális. Tehát nem tudjuk, hogy hol a mezsgye, és ki vagyok én. Tehát teljes identitás zavarban vagyunk, de nem csak mi, hanem szerintem a jogalkotók is, meg aki kitalálta a rendszert. Mert legyen gazdaságos is, működjek jól, de ha túl jól működök, akkor már gazdasági szervezet vagyok és nem szociális.... De még mindig vállalkozói szinten működünk adókkal. Tehát nincs adókedvezményünk, ugyan olyan terhek vannak, de termeljük meg, és a piacon lévő szervezetekkel vegyük fel a harcot és dolgozzunk. Viszont arra vigyázzunk, hogy ne legyünk piaci alapú működésűek, mert akkor viszont már nem ülhetünk ennél az asztalnál (társadalmi vállalkozás).”

Mi a különbség a társadalmi vállalkozás és vállalati társadalmi felelősségvállalás között?

Fontos különbséget tenni a társadalmi vállalkozás jelleg és a vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR) között. Inkább tekinthető társadalmi vállalkozásnak, ha van egy társadalmi cél, és ennek elérését támogatja egy üzleti tevékenység, és kevésbé, ha egy üzleti tevékenységet próbálják valamilyen társadalmi tevékenységgel kiegészíteni.

„ A társadalmi vállalkozással kapcsolatban szerintem még egy fogalmat nem lehet elkülöníteni. Amivel egyébként még bonyolultabb lesz. Az úgynevezett CSR, amit ráadásul a kormányzat is elkezdett propagálni. Ez a vállalati társadalmi felelősségvállalás, ami, hogy ha szétnézünk a teljesen for-profit társadalmi vállalkozásoknál, ahol olyan az ügyvezetési tagság kifejezett hangsúlyt fordítanak a társadalmi felelősségvállalásra. Például a Microsoft, Bill Gates. Nagyon sok vállalat. Akkor ők most társadalmi vállalat?”

A CSR-nél „az egész szervezet működését nem hatja át a társadalmi felelősségvállalás vagy etika, csak vannak bizonyos projektek meg bizonyos elemek.”

*Miben különbözik a társadalmi vállalkozás a nonprofit szervezetektől,
illetve a for-profit szervezetektől?
Hová helyezzük el a társadalmi vállalkozások kategóriáját?*

Fontos megkülönböztetni az alábbi 3 szervezet típust: tisztán civil szervezet, társadalmi vállalkozás, tisztán for-profit vállalkozás. A vélemények alapján a különbség az alábbiakban fogható meg: A civil szervezet olyan társadalmi célokat szolgáló szervezet, amely semmilyen piaci tevékenységet nem végez, ehhez képest a társadalmi vállalkozás olyan szervezet, amely valamilyen piaci tevékenységet is végez annak érdekében, hogy fenn tudja tartani saját tevékenységét és az általa képviselt alapvető társadalmi célt. Esetükben tehát elvárható a piacról, értékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból származó bevétel szerzése, és a bevételek, a profit visszaforgatása az adott társadalmi célra. A tisztán for-profit vállalkozások pedig tisztán piaci alapon működnek, profitmaximumra törekednek.

A hozzászólók többsége szerint a társadalmi vállalkozások túlnyomó része elsősorban a nonprofit szektorhoz kötődik, annak egy részcsoportját tekinthetjük társadalmi vállalkozásnak. A magyarországi gyakorlatról azt a megállapítást tették, hogy sok esetben jogi formára szűkítik le a társadalmi vállalkozások körét, amit nem feltétlenül tartanak jónak. Más vélemények szerint egyre inkább közelednek a szektorok egymáshoz, a vállalkozói és a nonprofit szektor. Átveszik egymás módszereit, ötleteket merítenek, tanulnak egymástól, begyűrűzik egyfajta szemléletváltás a szervezetek vezetésébe.

„A civil szervezetek azok, amelyek semmilyen piaci tevékenységet nem végeznek, hanem valamilyen formában a saját tagjaik és a közösség érdekében tevékenykednek. Vannak azok a civil szervezetek, amelyek emellett a tevékenység mellett végeznek piaci tevékenységeket, nyújtanak piaci szolgáltatásokat annak érdekében, hogy saját tevékenységüket, ezt az alapvető célt fenn tudják tartani – ezek a társadalmi vállalkozások. És vannak azok a szervezetek, akik csak piaci alapon próbálnak megélni, és csak olyan tevékenységet végeznek, amiből profitot szereznek.”

„A társadalmi vállalkozást az különbözteti meg a vállalkozástól, hogy míg a vállalkozások esetében a minél nagyobb profit elérése az elsődleges cél, a társadalmi vállalkozás mellett, hogy profitot termel, azt valamilyen társadalmi cél érdekében tegye, vagy abba forgassa vissza. A társadalmi vállalkozásoknak a nonprofit szektor részét kell képezniük. A nonprofit szektoron belül pedig a társadalmi vállalkozásokat a hagyományos civil szervezetektől pedig az a szemléletmód különbözteti meg, hogy a megszerzett forrásoknak nem csak a minél hatékonyabb felhasználásában gondolkodnak, hanem egy folyamatosabb működés, egy tudatosabb, célzottabb esetleg vállalatirányítási eszközöket is alkalmazó működés az, ami jellemző.”

„Nekem az a személyes tapasztalatom, hogy egyre inkább közelednek a szektorok egymáshoz, a vállalkozói és a nonprofit szektor. Használják egymás módszereit, technikáit, olyan tekintetben, hogy ha egy célszervezet ma Magyarországon életben akar maradni, kénytelen olyan tudatosan tervezett vállalkozási tevékenységet is végezni, amivel az ő küldetésében megjelenő társadalmi problémák megoldására tud olyan innovatív megoldásokat kitalálni, ami eladható a piacon, amire vevő van. Ami nagyon fontos, hogy minden esetben- tehát a nonprofitoknál van egy küldetés, ez épp a társadalmi hatás elérése.”

„Nem feltétlenül a definíciók szétválogatása vagy a gazdasági formák szétválogatása számomra ami fontos, hanem, hogy a szektorok eltanulják egymástól azokat a dolgokat, amiben a másik jó és egyfajta globális növekedés történjen mindkét területen. Tulajdonképpen úgy gondolom, hogy a for-profit szektor vagy a magán embereknek a bevonása a civil szervezeti életbe és a non profit világba ugyanolyan fontos cél lehet. A szemléletváltásnak kell szerintem ezeknek a bizonyos EU-s és a hazai állami források csökkenésével bekövetkeznie és valahogy közelíteni a szektoroknak egymáshoz. Közelítenek is egyébként, igen szépen, lassan, működik is ez.”

„Az Európai Unió általában azokat tartja társadalmi vállalkozásnak, akik a jogszabály alapján meghatározott szervezeti formák alapján azok. Akkor például a GINOP 5.1.3 eleve bizonyos típusú egyesületeket, alapítványokat, egyházi szervezeteket, szociális szövetkezeteket és nonprofit kft.-ket tart annak. Az Európai Unió pont azért is fogja meg ezt inkább szervezeti forma oldaláról és nem valamilyen elméleti megközelítés oldaláról, mert ez így könnyebben megfogható, tehát jobban tudja úgy azonosítani azoknak a szervezeteknek a körét. Hogyha valaki azt mondja, hogy társadalmi céllal rendelkezik, akkor hihetetlenül nehéz lenne a kiválasztás az alapján, meg teljesen más sokaságot mutatna.”

„Szerintem gyakorlatilag akármilyen típusú szervezet lehet társadalmi vállalkozás. Én nem a jogi forma alapján határoznám meg, noha Magyarországon leginkább vagy sokan jogi forma alapján határozzák meg. Számomra a fő cél a társadalmi cél meg az üzleti tevékenység, ami megjelenik, illetve a társadalmi innováció. Nekem ez a három, ami a legfontosabb lenne. Tehát én nem kötém egyáltalán szervezeti formához.”

„A hibrid modell szerint a társadalmi vállalkozás a nonprofit szektor és a hagyományos for-profit szektor között foglal helyet....A magyar valóság az az, hogy most társadalmi vállalkozásként a nonprofit szervezetek is beleférnek. Az Egyesült Államokban működik jól ez a szektor például. Ott valahogy mindig leválasztják a társadalmi vállalkozás részt az adott nonprofit szervezetről, és kvázi önálló entitásként végez gazdasági tevékenységet annak érdekében, hogy a nonprofit szervezet tevékenységeihez hozzá tudjon járulni. Ez egy jó irány lenne Magyarországon is.”

1.c. Milyen motivációi vannak a társadalmi vállalkozások létrehozásának?

Nagyon vegyesek lehetnek a társadalmi vállalkozások motivációi. Valamely társadalmi probléma megoldását (legalábbis a megoldáshoz való hozzájárulást) látják az elsődleges motivációnak, melyben jelentős szerepe van a személyes elhivatottnak, az önállóságra való törekvésnek, illetve, fontos annak az igénye, hogy a résztvevők valami „*hasznosat alkossanak*”. Az egyik legfontosabb motivációként a foglalkoztatást emelték ki a szervezetek, különösen a hátrányos helyzetű foglalkoztatottak körében. A fentiekén túl a fenntarthatóság, a társadalmi szemlélet megváltoztatása, a hátrányos helyzetű, vagy sérült emberek integrációja a munka világába, a környezetvédelem jelentek meg motivációként. Egy hozzászóló kiemelte, hogy a személyes érintettség nagyban növeli az elkötelezettséget a kitűzött társadalmi cél irányába.

Fontosnak tartották megkülönböztetni, hogy mi vezérli a társadalmi vállalkozást: egy társadalmi cél a kiindulópont, és erre keresik a működési, finanszírozási, szervezeti jogi forma szerinti megoldást, vagy egy meglévő szervezethez „keresik” a társadalmi célt, adott esetben forrásszerzési lehetőséget látva benne.

Egy másik hozzászóló három típusát említi meg a szervezetek alakulásának vagy fejlődésének: (1) kényszerítő, mikor hatalmi szóval létrehozzák és meghatározzák a szervezeti formát, (2) normatív, amikor jogszabályokkal meg különböző támogatásokkal ösztönzik, és (3) van a követő, amikor egy-egy ilyen innovatív jelenség kezd el alulról szerveződő módon, vagy jó minta alapján terjedni. Véleménye szerint Magyarországon a 2. típus a meghatározó, de most már 3. típusra is vannak példák.

A hozzászólók elismerték, hogy voltak/vannak olyan szervezetek, amelyeket elsősorban a forráshoz jutás, vagy valamely járulék-és adókedvezmény megszerzése motivált (elsősorban korábban), sőt visszaélésekre is említettek példákat. Fontosnak tartják azonban, hogy a visszaélések megakadályozása nem történhet úgy, hogy az emiatt szigorodó szabályozások a tisztességesen működő szervezeteket sújtsák, megnehezítsék, esetenként ellehetetlenítsék az ő működésüket.

A motivációt aszerint is megkülönböztethetjük, mekkora a szervezet „hatóköre”. Csak a saját tagjai, illetve szűk lakókörnyezete számára, vagy szélesebb rétegek számára kíván szolgáltatást nyújtani, és ezáltal társadalmi hatást elérni.

Szintén fontos felvetés volt, hogy nem tekintik társadalmi vállalkozásnak a „felülről” létrehozott társadalmi vállalkozásokat, azaz mikor volt állami/önkormányzati intézményeket alakítottak át pl. nonprofit gazdasági társasággá annak érdekében, hogy könnyebben forrásokhoz jussanak. Ezeknek a szervezeteknek helyzeti előnyük van a többi társadalmi vállalkozáshoz képest.

A motivációval kapcsolatban felvetődött a jogi forma megválasztásának a kérdése. Jellemzően a pályázati forrásokhoz való hozzájutás, az adózási, foglalkoztatási szabályok játszottak szerepet a jogi forma megválasztásánál.

„A motiváció a társadalmi problémamegoldás, ezt azt hiszem, leszögezhetjük.”

„A társadalmi vállalkozások motivációja az, hogy tisztességes választ adjanak a társadalmi problémákra.”

„Fontos eleme szerintem a foglalkoztatás a társadalmi vállalkozásoknak de, nem szükséges hozzá. A mi pályázati konstrukciónk nagyon erőteljesen foglalkoztatási fókuszú. ... A minisztérium mindig a foglalkoztatást teszi a központjába, amit én személyesen nem feltétlenül tartok jónak ... az Európai Unió is így szokta ezt meghatározni..., tehát a foglalkoztatás egy nagyon jelentős eleme. De lehet, hogy egy társadalmi vállalkozás azért jön létre, mert van valamilyen környezeti célja, és hogy egyébként meg van egy olyan járulékos hatása, hogy fel is vesz hozzá két embert, nem feltétlenül munkanélkülieket, de van egy foglalkoztatási hatása is.”

„Nálunk van egyrészt érintettség a szövetkezeti tagoknál abban, hogy fogyatékossgal élőkkel foglalkozunk. Kiderült, hogy akinél azt gondoltuk, hogy nincs érintettség ott is van. Tehát a múltból innen-onnan megvannak azok a kapcsolódási pontok, amik arra indítottak minket, hogy fogyatékossgal élőkkel foglalkozzunk, és ezt én valahol fontosnak tartom. Nem gondolom, hogy minden tagnak érintettnek kell lenni, de úgy gondolom, hogy valami plusz elköteleződés kell, hogy egy ügyet képviselni tudjunk.”

„Szerintem nagyon sokféle típus van. Az egyik ilyen motiváció szerintem, akik tényleg valamilyen társadalmi célból vagy elköteleződésből, és a már meglévő társadalmi céllal foglalkozó szervezet fenntartása miatt hoznak létre valamilyen társadalmi vállalkozást. Vannak azok a társadalmi vállalkozások, akik a tagság érdekében hoznak létre valamit..., akik azt mondják, hogy a tagjainknak vagy a saját célcsoportunknak legyen ez valahogy jó. Vannak olyan társadalmi vállalkozások, akik csak azért hoznak létre társadalmi vállalkozást, hogy forráshoz jussanak, ez is létezik. ... A for-profit társadalmi vállalkozásokat a társadalmi célba sorolnám be, tehát hogy tényleg van mögötte valamilyen misszió, amiért létrehozza.”

„2015-ig a normatív (amikor jogszabályokkal meg különböző támogatásokkal ösztönzik a szervezet létrehozását) volt a legjellemzőbb, amellett természetesen, hogy azért voltak olyan kezdeményezések, amik szó szerint külföldi minták átvételével vagy helyi kezdeményezésekből nőttek ki és az volt a céljuk, hogy társadalmi célt valósítsanak meg gazdasági eszközökkel. ... Lehet most már azt is látni, hogy a támogatáshoz jutáson túl ezek a szervezetek a társadalmi cél finanszírozásához keresnek fenntartható forrásokat és mikor ezt a lehetőséget meglátják a társadalmi vállalkozási tevékenységben vagy formában, most már ez is egyre inkább jelen van. Van néhány tucat olyan jó példa, amit lehet követni, adaptálni, tehát ez a követő szervezetfejlődés is megjelenik.”

„Ha vannak visszaélések, azokat egyenként kell kezelni. Általánosan nem lehet ezt kezelni. Egy általános szigor nem feltétlenül segíti a szaktort.”

„A motivációt tekintve, lehet, hogy érdemes lenne egy történeti ívet is adni, de én úgy látom, hogy egy nagyon-nagyon jelentős, túlnyomó részben a társadalmi vállalkozások alapításának a háttérében forrásokhoz való hozzájutás állt. 2006 óta beszélünk Magyarországon társadalmi vállalkozásokról, a szociális szövetkezetekkel indult el az egész szektor fejlődése. Előtte is volt, csak nem jelent meg a jogi terminológiában, meg a gazdasági gondolkodásban ilyen markánsan. Akkor egyértelműen a támogatásokhoz való hozzájutás volt a meghatározó.”

„Természetesen vannak olyan esetek, amikor szintisztán a támogatáshalmaz vagy a különböző üzleti előnyöknek a kihasználása van a társadalmi vállalkozás alapítása mögött, de ez elég ritka. ... Korábban volt arról szó, hogy mindenféle járulékkedvezményeket vagy adókedvezményeket tud igénybe venni, de ezek minimálisak, tehát nem annyira jellemzőek. A sui generis foglalkoztatás (tagi munkavégzés) is csak szociális szövetkezetnél lehetséges, de ezzel sem élnek olyan mértékben, hogy ez lenne a motivációjuk.”

„Ritkán lehet olyan jelenséggel találkozni, mikor egy teljesen hagyományos nonprofit szervezet valamely üzletágát vagy tevékenységét kiszervezi egy társadalmi vállalkozásba. Egyrészt azért, mert így kedvezőbben tud támogatásokhoz hozzájutni, beruházásokat megvalósítani.”

„Azért alapítottuk ezt, mert erre volt forrás és a tagok azt gondolták, hogy a szövetkezeti forma az a működési jelleg, közösségi döntéseken alapuló szervezet, ami hozzánk legközelebb áll.”

„A pályázati lehetőségek jobbak a szövetkezeti formánál.” Egy másik megfogalmazásban: „a pályázati források miatt”, illetve az „adózási és munkaviszony kérdések miatt” működik nonprofit gazdasági társaságként a szervezet.

I.d. Szükséges-e, hogy egy társadalmi vállalkozás egyben társadalmi innovációt valósítson meg?

A társadalmi innovációt alapvetően fontosnak tartják, azonban nem emelnék be a definíció kritérium rendszerébe, tekintve, hogy nehéz megfogalmazni, mit tekintünk igazán innovációnak, az innováció megítélése nagyon szubjektív. A hozzászólásokból is az derült ki, hogy a résztvevők különbözőképpen értelmezték az innováció fogalmát.

Voltak, akik szűkebben, elsősorban a termék/szolgáltatás újdonsága oldaláról értelmezték az innovációt, de voltak, akik tágabb értelmezésben akár egy piaci igény kielégítésének új módját, új piac meghódítását, új helyen, egy piaci rés megtalálását, stb. is innovációnak tekintették. Ez utóbbi megközelítést, az innováció tágabb értelmezését tartjuk követendőnek.

Egyetértés mutatkozott abban, hogy a piacon való helytálláshoz újabb és újabb ötletekre van szükség, fontos a folyamatos innováció, tehát az innováció klasszikus értelemben a piaci megjelenéshez, az alkalmazkodáshoz, a hosszú távú működéshez, fenntarthatósághoz és a sikerhez fontos. A többség véleménye szerint azonban a társadalmi vállalkozási minőséghez egy innovációs kritérium nem indokolt.

„A társadalmi innováció is megjelenik az EU definícióban, de általános elvárás marad, külön pontként deklarálva nem emelődik ki, aminek az is az oka, hogy egy elég szubjektív fogalomról beszélünk.”

„Az innováció fogalma az, ami nagy kérdés, mit tekintünk innovációnak? Úgy gondolom, hogy adott helyzetben ugyanakkor a projektnek egy leképzése, egy szervezetnek a leképzése, egy egészen más helyszínen, egy egészen más környezetben már egy innováció lehet, tehát az innováció fogalma az, ami itt kérdéses, nem egy egészen új, egy minden tekintetben új valamit kell megalkotni ahhoz szerintem, hogy azt innovatívnak nevezzük, hanem azt egy adott helyszínhez és az adott környezethez kell mérni.”

„A társadalmi innováció még meg nem oldatlan problémára újszerű válasz, aminek a prototípusát kifejleszti egy adott projekt, majd utána elkezd bevezetni, és ez folyamatosan kiszélesedik. Egy hatszintű modell előszóval használnak a Bizottság munkatársai, ennek utolsó színtere a növekedés, széleskörű bevezetés. Magyarországon az új ötletek, termékek egy-egy új térségben innovációnak tekinthetők. A társadalmi vállalkozások óhatatlanul hordozzák magukban az innovációt. Például, ha a háztáji gyümölcsből gyümölcslevet kezdenek el palackozni egy borsodi zsákfaluban, ahol ilyen addig nem volt, az is újszerűnek tekinthető.”

„Számomra a fő cél a társadalmi cél meg az üzleti tevékenység, ami megjelenik, illetve a társadalmi innováció.”

„Én azt szeretem, ha van egy társadalmi vállalkozásban valamiféle innovatív elem, tevékenység, mert ott sokkal nyilvánvalóbb, hogy az egy társadalmi vállalkozásként akar és tud működni, mint azok, akik csak forrásszerzés céljából alapítanak társadalmi vállalkozást. De nem tartom ezt egy kötelező, kihagyhatatlan elemnek. Előbb-utóbb nagyon jó franchise-okat lehet majd létrehozni és adaptálni, ha odaér ez a szektor a fejlődésben. Nem elengedhetetlen az innováció, de mindig egy pluszt ad hozzá.”

„Ha egy alulról szerveződő szervezetről van szó, ami valamiféle helyi problémát próbál kezelni valamilyen innovatív eszközzel, módszerrel, akkor azt mindig erősebbnek látom és sokkal inkább hosszútávúnak gondolom, mint akkor, ha a saját nonprofit szervezetére rá próbál húzni egy vállalkozási tevékenységet vagy megpróbál valami vállalkozási célt adni önmagának. Ez utóbbi esetben erőltetett lesz és nem lesz hosszú távon fenntartható. Az innovációt inkább abban a társadalmi közegben gondolom fontosnak, ahonnan kinő a társadalmi vállalkozás, hogy innovatív közeg legyen, az adhatja meg a fenntarthatóságot.”

„Innovatív legyen, az fontos. A piacra jutás szempontjából, hogy sikeres legyen.”

„Az innováció szükséges. Csak társadalmi innovációval működhet társadalmi vállalkozás.”

„Nagyon fontos az innováció és a kreativitás. Viszont az innovációnak és a kreativitásnak a halála a sztenderdizáció.”

„Lehet sikeres egy társadalmi vállalkozás, hogy konkrétan nem visz be innovációt, mert ha egy hiányterületre tapint rá egy adott helyen, egy adott közegben, akkor miért ne lehetne ő sikeres? Ugyanazt a zsemlét gyártja, amit egyébként száz másik pékség, de ott szükség van rá, akkor ő sikeres lesz. Ha ez a felismerése jó és a piackutatása, környezetelemzése megfelelő, akkor én nem érzem, hogy kell egy különösebb innovatív elemet oda beszuszakolnia azért, hogy megfeleljen egy ilyen elvárásnak.”

„Az innováció egyfajta alkalmazkodóképesség is, hogy olyan irányokba viszi el azt a fajta vállalkozást, olyan fejlesztéseket hajt végre, amelyek alkalmazkodnak a helyzethez és a környezethez.”

1.e. Mennyire fontos/jellemző, hogy a társadalmi vállalkozások döntéshozatali folyamatait demokratikus eljárások határozzák meg?

A demokratikus döntéshozatalt a hozzászólók többsége előnyösnek tartja, de nem gondolják úgy, hogy ez feltétele lenne a társadalmi vállalkozási formának. A társadalmi hatás szempontjából nincs feltétlenül jelentősége, ez egyéni döntés kérdése, és nem minden vállalkozás esetében tekinthető prioritásnak. A szigorúbb értelemben vett demokratikus döntéshozatalt sok esetben nem tekintik realitásnak, de fontosnak tartják, hogy legyen valamiféle törekvés a demokratikus eljárásokra. Hangsúlyozzák, hogy a demokratikus eljárásoknak sokféle megvalósulása lehet. Fontosnak tartják az érintettek, a munkavállalók bevonását valamilyen módon a döntésekbe, a célkitűzések, és a várható változások kommunikálását, konzultációját, és kiemelik a visszacsatolás és az átlátható működés jelentőségét. Ezek növelik a munkavállalók nagyobb elkötelezettségét a szervezet és a társadalmi cél irányába.

Több hozzászólásban a demokratikus döntéshozatal hátrányos vonásai is megfogalmazódtak. Így például volt olyan vélemény, miszerint a mai felgyorsult világban a demokratikus döntéshozatal lassítja a fejlődést, a működést. Több hozzászóló a tagok/munkavállalók hozzá nem értését, kompetencia hiányát emelte ki bizonyos döntési kérdésekben. A mindennapi életben és a szakmai hozzáértést igénylő döntések esetén a többségi döntéshozatali mechanizmusok, a szűkebb értelmű demokratikus eljárások nem életszerűek. Ugyanakkor tágabb értelmezésben a demokratikus irányítást a stratégiai döntések esetében, vagy a döntés előkészítés során megvalósíthatónak és megvalósítandónak tartják. Volt, aki egyértelműen a menedzser szemléletű vezetés mellett érvelt, szerinte a megfelelő döntéseket nem demokratikusan kell meghozni. A főáramtól eltérő véleményként jelent meg, hogy a társadalmi vállalkozásnak új kultúrát kell teremtenie és a hagyományos, piacon jellemző vezetői modelleket le kell váltania demokratikus vezetői modellre.

„A döntéshozatali mechanizmus úgy épül fel, hogy minél szélesebb kört és a körülötte lévő közösséget, munkavállalóit bevonja ebbe a döntéshozatalba. Ez nagyon sokféleképpen kialakulhat, de a lényeg az, hogy részvételen alapuljon, hogy mindenkit bevonjon a döntéshozatalba, konzultálva legyenek a célkitűzések, szervezeti változások. Ne csak szűk vezetőségi körben vagy adott esetben egy vezető által legyenek eldöntve, hanem meg legyenek kérdezve az érintettek egy-egy szervezeti működést vagy éppen a termékeket érintő döntésben.

Láthatóan azokban a közösségekben vagy szervezetekben, ahol a munkavállalók is be vannak vonva ezekbe a döntésekbe, ott kisebb a fluktuáció, jobban kötődnek a szervezethez, egy magasabb szintű értékrendet képviselnek. Ez nem pusztán az, hogy mindennap bejárnak dolgozni és onnan szerzik a jövedelmüket, hanem nyilván elköteleződnek a termékek, a szervezet iránt, és részei lesznek a közösségnek, az életüknek több dimenzióját megmozgatja ez az együtt dolgozás. A demokratikus döntéshozatali folyamat alkalmazható a for-profit vállalatoknál is, alkalmazzák is, például a Toyota. Vannak olyan mechanizmusok, amikor a változtatásokról megkérdezik a munkavállalókat.”

„Szerintem, nagyon fontos dolog, hogy legyen valamilyen törekvés a demokratikus eljárásokra, de ugyanúgy, mint ahogy mondjuk a környezetvédő szervezeteknél, ez néhány helyen fő prioritás, máshol kevésbé fontos. ... Nem gondolom azt, hogy társadalmi hatás szempontjából kevésbé lenne hasznos egy olyan szervezet, aki azt mondja, hogy nekünk mondjuk a fő cél az a hátrányos helyzetűeknek a munkaerőpiaci integrációja, és nem biztos, hogy egy teljesen demokratikus működési módban fog megvalósulni. Az szerintem már sokkal fontosabb, hogy legyen valamilyen visszacsatolás a munkatársak részéről, tehát hogy átlátható legyen a szervezeti struktúra, és hogy a döntéshozatali folyamatokba valamilyen módon az érintettek beleszólhassanak.”

„Én a demokráciát azt kicsit jobban elengedném ismerve a magyar viszonyokat. Fontos részének tartanám, de nem annyira tartom reálisnak egyelőre még Magyarországon...”

„Azoknál a szervezeti formáknál, amikről Magyarországon beszélünk, a szövetkezetnél meg az egyesületnél jön szóba a demokratikus működés, mert az alapítvány jellemzően formailag nem annyira demokratikus forma és egy kft. sem az feltétlenül, ha a jogi meghatározását nézzük.”

„A demokráciának szerintem nagyon sokféle formája létezik, a közvetlen demokráciától mindenfelé, és szerintem, egy társadalmi vállalkozásnál nem elvárható az, hogy minden egyes pénzügyi és egyéb területen, - mivel nem is értenek hozzá-, közvetlen demokrácia legyen.”

„A demokratikus döntéshozatalhoz sokáig nagyon ragaszkodtam, de ma már látom, hogy el lehet ezt engedni. Nem feltétlenül attól működik jól egy társadalmi vállalkozás, hogy mindenki részt vesz a döntési folyamatokban, meg döntési kompetenciával rendelkezik. Természetesen a részvételiség, meg az átláthatóság fontos, és biztosítani kell ezeket a lehetőségeket, de nem gondolom, hogy minden döntésnek demokratikusan kellene működnie egy vállalkozásban, egyszerűen kompetenciahiányok miatt vagy a hatékonytalanság miatt.”

„Én úgy gondolom, hogy annyira felgyorsult a világ és nem az elmúlt öt évben, hanem az elmúlt harmincban, hogy nem tudunk mindig demokratikus eljárásokat követni. A döntéshozatalnál nem tudjuk mindig megkérdezni a tagság véleményét, ezért nagyon fontos a bizalom, amiről beszéltünk, hogy olyan tagok legyenek, akikben az ember teljesen megbízik, és olyan vezető legyen, akiben a többiek megbíznak és a döntés hozatalában is megbíznak, mert egyik pillanatról a másikra kell néha döntéseket hoznunk, nagyon komoly dolgokban. Legalábbis a mi esetünkben ez abszolút igaz, és ha bennem nem bíznának a munkatársaim, vagy a szövetkezeti tagok, akkor nagyon megnehezítenék az életünket.”

„Nagyon lelassítaná a döntéshozatali folyamatot.”

„Én azt gondolom, visszatérve a demokratikus döntéshozatalra, hogy a társadalmi vállalkozásnak mindenképpen menedzserszemléletűnek kell lenni és egy vezető menedzser csapat kell, hogy ezeket a vállalkozásokat irányítsa. A demokrácia valójában kizorol, mindenképpen egy menedzser szemlélet kell, hogy működtesse azt a fajta vállalkozást, és az biztosítja a megfelelő fenntarthatóságot. Itt egy vállalkozásnál a demokrácia nem túl szerencsés megközelítés, úgy nem lehet egy céget jól működtetni, gazdaságos és fenntartható módon működtetni, hogy demokratikus módon próbálunk döntéseket hozni. Itt megfelelő jó gárda kell, hogy képviselje ezt a vállalkozást minden szinten, ill. működtesse a vállalkozást....A megfelelő döntéseket nem demokratikusan kell meghozni, mert akkor szanaszét szakad ez a vállalkozás.”

„A társadalmi vállalkozásnak új kultúrát is kell teremteni és az ilyen (hagyományos, piacon jellemző) vezetői modelleket leváltani demokratikus vezetői modellre.”

6.3.2. A társadalmi vállalkozások társadalmi hatása

A fókuszcsoporthoz tartozó második blokkjában a társadalmi vállalkozások társadalmi hatásaival és a hatásmérés szerepével, gyakorlatával foglalkoztunk. A következő kérdésekre kerestük a választ:

2.a. Milyen jellegű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól? (Rövid távú és hosszú távú hatások)

A társadalmi hatásokat tekintve az volt az általános vélemény, hogy nagyon sokrétű hatást érhetnek el ezek a szervezetek. Fontosnak tartották a rövid és hosszú távú célokat (vagy más megfogalmazásban a közvetlen, közvetett célokat) megkülönböztetni.

A társadalmi hatások közül elsődlegesen a foglalkoztatási, munkahely-teremtési hatást emelték ki a hozzászólók. Ennek elsődlegességét indokolhatja az a tény, hogy a legtöbb támogatási rendszerben a munkahelyteremtés ösztönzése a cél, különösen az olyan társadalmi csoportokban, amelyek nehezen vagy nem tudnak elhelyezkedni a munkaerőpiacon. Az egyik hozzászóló a foglalkoztatással kapcsolatban kifejtette, hogy a foglalkoztatási hatás mértéke elsősorban tevékenységtől függ, és nem látja célszerűnek az optimális foglalkoztatási szükségletnél magasabb foglalkoztatás megvalósítását egy szervezetnél. Kitért arra, hogy nem szükségszerű, hogy egy társadalmi vállalkozás csak és kizárólag hátrányos helyzetű munkavállalókat foglalkoztasson, és az egy fő foglalkoztatás is elegendő, ha alapvetően más társadalmi célkitűzése van a szervezetnek. Egy hagyományos vállalkozás esetében viszont úgy gondolja, hogy ahhoz, hogy társadalmi vállalkozásnak tekintsük, érdekes lehet annak mértéke, hogy hány hátrányos helyzetű munkavállalót foglalkoztat.

A foglalkoztatás mellett az állam által nem megoldott, vagy részben megoldott komoly társadalmi problémák enyhítésében látják a hozzászólók a társadalmi vállalkozások szerepét. Fontosnak tartják, hogy ne kötődjön feltétlenül foglalkoztatási követelményhez a forrásszerzési lehetőség. Sokféle társadalmi hatást lehetne kiemelni, így például azt a nagyon fontos szerepét a társadalmi vállalkozásoknak, hogy részt vegyenek a társadalom érzékenységeinek növelésében, vagy olyan pénzügyi, adózási és pályázatírási ingyenes tanácsadással segítsék a helyi kezdeményezéseket, ami képessé teszi őket az induló források megszerzésére. Szintén fontos kiemelni azokat a „kis hatókörű” kezdeményezéseket, amelyek a hagyományos értékek, a rend, a jobb közérzet megteremtésére irányulnak.

„A jelenlegi támogatásokban, a GINOP 2-ben foglalkoztatási céllal támogatjuk a társadalmi vállalkozásokat. A gazdasági növekedést célzó modellekben a munkahelyteremtés ösztönzése a cél, ami utána fenntartható. Társadalmi értéként mindenki, a nemzetközi szervezetek is elsősorban a munkahelyteremtést, foglalkoztatást hozza fel kulcstényezőként, gondolva olyan társadalmi csoportokra, illetve olyan területekre, ahol ez a munkaerőkereslet nincs meg a piac oldaláról.”

„Alapvetően egy foglalkoztatási jellegű hatás elvárható. Mivel vállalkozás, adódik foglalkoztatási hatás, de ennek mértéke a tevékenységtől függ. Semmiképpen sem mondom azt, hogy az optimális foglalkoztatási szükségleten túl kellene foglalkoztatni a társadalmi vállalkozásoknak, mert az abszolút szembe megy a gazdasági fenntarthatósággal.”

„Ha adott társadalmi vállalkozásnak az a célja, hogy foglalkoztatási hatást érjen el hátrányos helyzetű csoportok esetén, akkor ez a hatás, amit el kell várni tőle. De alapvetően nem gondolom, hogy a társadalmi vállalkozás csak és kizárólag hátrányos helyzetű embereket kell, hogy foglalkoztasson, mert ez is idegen lenne a gazdasági szemlélettől.,

„Elfogadható az egy fős foglalkoztatás is, ha más társadalmi problémát akar megoldani a társadalmi vállalkozás. A foglalkoztatási hatásban nagy előnyük a társadalmi vállalkozásoknak, hogy azokat tudják bevonni, akikkel sem az állami szektor, sem a hagyományos for-profit szektor nem tud mit kezdeni. Most van egy jelentős hiány a munkaerőpiacon. De mindig lesznek olyanok, akiket nem tud felszívni a munkaerőpiac. Ezeken a területeken várható el jelentő társadalmi hatás a társadalmi vállalkozásoktól.”

„Egy hagyományos vállalkozás is nyújthat munkát hátrányos helyzetűeknek, de ahhoz, hogy társadalmi vállalkozásnak nevezzük, érdekes ennek a mértéke és a társadalmi és a gazdasági cél egyensúlya. Ha csak azért foglalkoztatja őket, mert rá van kényszerítve a munkaerőhiány miatt, akkor nem biztos, hogy társadalmi vállalkozás. Ha a társadalmi cél a termékben vagy a szolgáltatásban nyilvánul meg, akkor bárkit foglalkoztathat.”

„A társadalmi vállalkozásoknak számos célkitűzése lehet: az egészségügy, egészségmegőrzés, környezetvédelem területén vagy a nevelés, tanítás, oktatás, ismeretterjesztés területén. Ezért is van az, hogy nemcsak a Nemzetgazdasági minisztérium, hanem más minisztériumok is, illetve más szakterületek is aktívak az ügyben, illetve támogatnak hasonló kezdeményezéseket.”

„Én a társadalmi hatás alatt azt értem, hogy az érintettek életében történő változásról van szó, tehát először megnézem a célcsoportomat vagy az érintetteimet, ha mondjuk környezetvédelemről beszélünk, és nem emberekről, tehát bármilyen szempontból lehet érintett.”

„Alapítványunkat venném alapul a tréningek működését. Ott a hatás az, hogy megismerjék a különböző sérültséggel rendelkező, hátrányos helyzetű embereknek az élethelyzetét. ... Amikor a trénerek elmennek csapatosan az iskolába, egy közülethez, akkor tulajdonképpen azt az élethelyzetet próbálják megmutatni a diákoknak, a közületekben dolgozóknak, hogy ezek az emberek egyrészt milyen élethelyzetben élnek, másrészt azt is megismertetik velük, hogy ezekben az élethelyzetekben élő emberek tudnak dolgozni, tudnak tevékenykedni is, ez a hatás, hogy ráadásul megismerik ezeket a hátrányos helyzeteket a diákok, fiatalok, a közületben dolgozók és kezelni tudják. Ugye most jelenleg egy csomó esetben azt tapasztaljuk, hogy úgy állnak a sérült emberekhez, hogy most odamenjek, ne menjek, segítsék, ne segítsék, fogalmuk sincs, hogy hogy és ez a fajta hatás érvényesül, ill. ezt próbálja valamilyen módon javítani, integrálni ezeket az embereket ezek a trénerek. Én azt gondolom, hogy ez a fajta hatás hasznos és követendő.”

„Nekünk az is a társadalmi hatásunk, hogy gyakorlatilag nulla forintért segítünk könyvelni, adó- tanácsadni, mi az, hogy ügyfélkapu, elektronikus adatszolgáltatás. Meg hogy most beszámoló, közzététel, határidő, adóbevallás. Tehát lehetetlen. Olyan kritérium, amit nem tud teljesíteni. Az nem baj, hogy van kritérium, de valakinek ebben segítenie kell nekik.”

„A foglalkoztatást, mint célt én megértem, viszont elfogadni nem tudom. Mert azt gondolom, hogy egy kisebb településen igenis érték az, hogy rend van, hogy az árkot kitakarították, hogy virág nyílik az udvaron, hogy az udvaron kapirgálnak a csirkék és megtanulták újra, hogy hogy kell a kotlós tyúkot megültetni, hogy az udvaron lévő gyümölcsfákról a termést leszedik, feldolgozzák és van ez az egyszerű józan paraszti érzékszféra, hogy ez újra kialakuljon.”

2.b. Milyen mértékű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól? (A szervezet „hatóköre”)

A társadalmi hatás mértékére vonatkozóan egybehangzó véleményként alakult ki, hogy nem lehet konkrét elvárásokat meghatározni a társadalmi vállalkozásokkal szemben. A társadalmi vállalkozások nagyban különböznek a társadalmi céljukat, a tevékenységüket, a hatókörüket (vonzáskörzetüket), a működési formájukat tekintve, és akár egy minimális társadalmi hatás is értékelendő és értékelhető. Nem várható el, hogy globális szintű megoldásokat adjanak egy-egy társadalmi problémára. Sokszor egy helyi szinten megfogalmazott problémára adott megoldás hosszútávon fenntarthatóbb lesz. Elhangzott olyan vélemény is, mely szerint sokszor a pályázati kiírásoknak való megfelelés miatt „többet vállal” a szervezet, amit aztán a pályázat lejárta után nem képes hosszú távon fenntartani.

„Egyetlen társadalmi vállalkozástól sem lehet elvárni, hogy globálisan megoldja a társadalmi problémákat. De fontos, hogy a szolgáltatásához való hozzáférés ne csak azoknak álljon rendelkezésére, akik azt meg tudják fizetni és a többiek pedig kizáródjanak. Ki kell nyitni valahogy a szolgáltatási ollót, de nem a gazdasági hosszú távú fenntarthatóság rovására.”

„A társadalmi hatás mértéke a tevékenységtől függ.”

„Helyi szinten túllépő is lehet a társadalmi hatás. De az is jó, ha helyi szinten van hatása a társadalmi vállalkozásnak. De lényeges, hogy ne akarjon egy társadalmi vállalkozás mindent megoldani és globális szinten megoldani, inkább az kellene, hogy helyben határozza meg a problémákat. Fel kell mérni a lehetőségeket, hogy mit tudnak kezelni...Abban jobban látszik a fenntarthatóság és a hosszú távú potenciál, ha abból indul ki, hogy helyben vagy az ő mértékéig kezelhető földrajzi egységben mi az a konkrét társadalmi probléma, ügy, amit ő meg akar oldani, és annak a mértékéig várható el tőle közvetlen társadalmi hatás.”

„Ezek szerintem teljesen egyéni vállalatok minden egyes szervezet esetében, és szerintem nincs olyan, hogy mi az, ami elvárható egy szervezettől.”

2.c. Hogyan mutatható ki a társadalmi vállalkozások által létrehozott társadalmi érték, hatás? Tudják-e mérni, ki lehet-e pénzben fejezni?

A társadalmi hatások mérhetősége kettős. Vannak a számszerűsíthető, indikátorokban és pénzben is kifejezhető hatások, ezek mérése egyszerű és egzakt. Ezeken túlmenően azonban nagyon sok olyan hatás azonosítható, amelyek nehezen, vagy nem mérhetőek, és mérésük szubjektív. Ezen hatások esetében is vannak próbálkozások a számszerűsítésre, képezhetők egészen alkalmas indikátorok, léteznek jó módszerek, de a hatások hosszú távú begyűrűződő, halmozódó megjelenését, a szinergiahatást nagyon nehéz kimutatni, sőt sok esetben még beazonosítani is. A nagyon mély krízisben lévő rétegek esetén már pusztán a gondolkodás megváltoztatása is sikerként könyvelhető el. Sok esetben a társadalmi hatások később érnek be. Felmerült az a kérdés is, hogy hogyan lehet mérni például azt, ami nem következett be, az elkerült károkat.

„A társadalmi hatásoknak óriási spektruma van, mindegyik más módon mutatható ki.”

„A foglalkoztatási hatásnál mérhetjük a foglalkoztatottak létszámváltozását, a különböző hátrányos helyzetű foglalkoztatottak létszámváltozását, a számukra biztosított jövedelmek mértékét, viszonyát az átlagjövedelemhez, a reálbérhez képest. Mérhetjük a foglalkoztatás időtartamát, hosszát, a biztosított jövedelmek kiszámíthatóságát. Közvetett hatásként az életszínvonalra gyakorolt hatást, hol csapódnak le a foglalkoztatásból származó többletjövedelmek. De nemcsak jövedelem oldala van a foglalkoztatásnak, hanem a készségek fejlődése is vizsgálható, vagy az identitás megerősödése, hogy normává válik a munkavégzés a családban.”

„Nagyon nehéz mérhetővé tenni például az egészséget. Például a megélt minőségi életévek száma és más mutatók kapcsán azt gondoljuk, hogy alapvetően szubjektívek, de valamibe meg kapaszkodni kell, és meg tudják alapozni megfelelő kutatással, illetve mintavétellel, de itt mindenképpen fejlődnie kell még a szektornak, és támaszkodni a költség-haszon elemzésre.”

„Vannak olyan dolgok, amiket nagyon nehéz mérni. ... A mi esetünkben, amikor kézműves foglalkozást tartunk akár pénzért is, akkor az alkotás öröme az, amit hazavisz a gyerek, vagy sokszor több a felnőtt, mint a gyerek. Akkor az alkotás örömét viszi, ami társadalmi hatás. Ezt hogy mérjük?

„A hatásmutatókat nehéz mérni, amik egy adott csoportra, személyre, azok sorsára, életútjára milyen hatással vannak, nehéz mérni. Nagyon rövid ideig tart ennek a visszacsatolásnak a folyamata, mert egy év után elszakad a szervezettől. Annak a hatása, hogy hogyan változik ez évek, évtizedek múlva, szinte nem is látható.”

„Hátrányos helyzetűekkel foglalkozunk.... A lényeg az, hogy amikor nagyon mélyről kell valami változást elérni, azt mondom, hogy ezt a falu népét, aki reményvesztett és nem hiszik el, hogy az életünk valaha is jobbra fordulhat- eljuttatni a nullához, csak hogy legalább elgondolkozzon azon, hogy élhetnének máshogyan is. ...Egyáltalán azt elérni, hogy megfogalmazódott az agyában, hogy ki is mozdulhat innen a közmunkának a csapdájából, és van lehetőség. Tehát azt mondom, hogy kitűzünk egy ilyen projekt szintű, átlátható dolgot. A társadalmi hatások később érnek be.”

„Nagyon nehéz mérni, ami nem kiadott. Hogy az, aki a mézeskalács kézműves foglalkozáson részt vesz gyerek, az addig nem veri szét a buszmegállót, vagy a játszóteret, nem unatkozott, mert máshol volt. Ami nem következett be, ami nem történt meg, helyette azt hogyan mérjük? Lehet, itt kellene valahol ezen a területen mozgolódni, ebben a hatásvizsgálatban, hogy mi lett volna, ha nem ez van helyette. De hát nagyon nehéz ezzel számolni.”

„Meg kell tudni határozni azokat az elkerült károkat, ami a tevékenység hatására jön létre. Akár állami szinten, akár önkormányzati szinten, akár környezeti szinten, akár társadalmi szinten. Meg kell tudni azokat a pozitívumokat határozni, amelyek eredményként mutatkoznak, valamilyen haszonként, akár itt az elkerülésben benne van az életminőség, az életminőség nem romlik, az hogy kevesebb vegyszer kerül a környezetbe vagy a táplálékunkba. Nagyon sok féle lehet ez. A pozitívumokat meghatározni, hogy mi az, amit pluszba kapnak azok a célcsoportok, és ami még fontos, hogy milyen pótlólagos bevételeket hoz létre, tehát olyan társadalmi hasznokat, amik nem pénzben fejezhetők ki.”

Kell-e, lehet-e egységes mérési módszertant kidolgozni, vagy egyénileg kellene mérni?

Az egységes mérési módszertannal kapcsolatban számos pozitív és negatív megközelítés is elhangzott. Egyrészt tartja magát az a vélemény, hogy a szervezetek eltérő tevékenysége, társadalmi célja, mérete, hatóköre miatt nagyon nehéz lenne egy egységes „mérőrendszert” alkotni, amely mindenki számára megfelelő. Ezért a szervezeteknek meg kell adni a lehetőséget, hogy saját maguk találják ki, mit és hogyan lenne célszerű mérni. Másrészt viszont alapvetően elismerik, hogy szükség lenne egyfajta egzaktabb összemérhetőségre, mert például a pályázatok elbírálásánál az értékelés szubjektivitása miatt a kreativitás és a „dumaképesség” lehet a döntő tényező egy támogatás odaítélésénél.

„Nem gondolom, hogy össze kellene mérni a különböző hatású vállalkozásokat, itt mindig a mecénás vagy a finanszírozó vagy a támogató döntse el, hogy számára mi érték, és ha bizonyítható értéket képvisel, meg hatást ér el a szervezet, akkor azt biztos meg fogja finanszírozni, mert az megegyezik az ő érdekeivel.”

„Nem gondolom, hogy általánosítani lehet és kell a hatásmérést, mert szervezetfüggő, tevékenységfüggő, problémafüggő. Inkább az a lényeg, hogy olyan módszertant kell a társadalmi vállalkozások kezébe adni, amivel önmaguk tudják ezt meghatározni, mert az fontos volna, hogy mérjék, hogy hol tartanak a saját céljaik elérésében.”

„Nagyon nehéz egzakt módon mindenfajta hatást felmérni. Tehát ez egy nagyon összetett dolog. Valamit lehet, hogy ki kell találni erre. Viszont a mostani rendszerben ... a minősítési folyamatnál a szubjektum határát súrolhatja ebből kifolyólag, hogy ki hogy ítéli meg azt a fajta két mondatot, hány pontot ad hatásként arra, mennyire kreatívan fogalmazódott meg a mondat. És ezért a szubjektum határát párszor sérti a leadott pályázatban a társadalmi megítélés. Lehet, hogy kellene valamilyen egzakt.”

„Sose lesz objektív, legfeljebb törekedni lehet az objektivitásra.”

„Két dolog: ha pályázatokból valósítunk meg, akkor adottak azok a mérő dolgok, amit nem is biztos, hogy jól sikerült Pestről meghatározni, mit mutassunk ki. De minden mérhető, saját magunknak kell a teljesítményünket mérhetővé tenni, és bemutatni, erre egyre inkább rá leszünk kényszerítve. Az elfogadtatás növelése érdekében. Amit magunknak csinálunk, erre kell, hogy irányuljon, hogy kisebb legyen a támadási felület.”

Milyen lenne egy jó hatásmérő gyakorlat?

Számos hozzászólás érkezett a társadalmi hatásmérés módszereire vonatkozóan. Elsősorban a költség-haszon elemzési technikákat emelték ki. A vélemények szerint vannak olyan területek (például a foglalkoztatás, oktatás, képzés), ahol már egészen jó hatásmérési módszertanok alakultak ki (képesség- és készségfelmérő tesztek).

Vannak olyan, a fejlett gazdaságokban alkalmazott módszerek, amelyek a magyarországi viszonyok között még nehezen adaptálhatóak (pl. SROI). Magyarországon még nem túl hosszú múltra tekint vissza a társadalmi hatásmérés, így a szervezeteknél még fejleszteni kell a kompetenciákat ezen a téren. A hiányzó kompetenciák mellett sokszor probléma, hogy a szervezeteknek nincs ideje, nincs kapacitása foglalkozni ezzel a területtel. Különösen fontosnak tartották, hogy a társadalmi hatások mérésébe legyenek bevonva az érintettek, fontos a visszacsatolás részükről a hatásmérés hatékonysága szempontjából. Több szervezet végez elégedettség-mérést a szolgáltatását igénybevevők körében. Szintén elhangzott annak fontossága, hogy már az induláskor fel kell térképezni a piacot, az érintetteket, a kiinduló helyzet alapos elemzése nem kerülhető meg.

„Vannak Európai Unió módszertanok, de azok főleg eredményességet mérnek, illetve mivel tipikusan nagyon fontos a foglalkoztatás, erre dolgoznak ki indikátorokat. De például az oktatás területén nagyon jó képesség-, illetve készségfelmérő tesztek vannak már, amivel előtte és utána is tesztelik a résztvevőket. Adaptálni kell olyan nagy rendszerek technikáit, módszertanait, amik már régóta foglalkoznak ezzel a költséghatékonysági, költség-haszon elemzési hatásvizsgálatokkal, nemcsak gazdaságfejlesztési vagy foglalkoztatási célból, hanem ezeket adaptálnia kell ennek a szektornak és értelmeznie kisebb egységekre is.”

„Van nagyon sokféle hatásmérési módszer. De nem gondolom, hogy egy SROI-t Magyarországra kellene átültetni, ez a Social Return on Investment, ahol konkrétan pénzben is kifejezik azt, hogy mi egy mérhető társadalmi hatás. Ott is nagyon erőteljesen az érintettekől indulnak ki, és azt mondják, hogy gyakorlatilag, amit az érintettek a saját életükben meg tudnak fogalmazni, mint változást, az egy mérhető dolog is, és hogy ők legyenek bevonva ebbe a folyamatba.”

„Szerintem egy jó társadalmi hatásmérésbe be vannak csatornázva az érintettek, ha nem is mindenki, vagy hogyha például látás-vagy hallássérülteknél nehezebb ezt megoldani, akkor legalább az a környezet, amiben dolgoznak...”

„Nagyon jó modellek és számítási módszerek vannak a társadalmi hatások mérésére, de az esetek nagy részében nincs rá kapacitásuk, erőforrásuk, készségük, hogy ezeket használni tudják. Arra kell őket képessé tenni, hogy saját maguknak megfogalmazzanak elérendő célokat, levezetve a küldetésükből, és ezeket a célokat utána nyomon kövessék és hatásaikat valamilyen formában mérjék.”

„Ahhoz, hogy társadalmi hatást lehessen mérni, ahhoz képezni kell valamilyen víziót. Ha van egy társadalmi vízió, ahhoz tudjuk viszonyítani, mennyiben járultak hozzá ezek a szervezetek, hogy sikerüljön megvalósítani ezt a víziót. Van-e ilyen vízió, inkább az a kérdés. Ha nincs, addig hatást sem tudunk mérni.”

2.d. Milyen szerepe lehet a társadalmi vállalkozások által létrehozott társadalmi hozzáadott érték, hatás kimutatásának, mérésének? Szükség van e hatásmérésre?

A társadalmi hatásmérést egyöntetűen nagyon fontosnak találták a szervezetek. Fontos, hogy bizonyítani tudják az elért hatásokat. A legfontosabbnak azt tartották, hogy növekedjen a szervezetek láthatósága. Azaz nem elegendő csupán mérni az elért hatást, hanem megfelelő hangsúlyt kell fordítani az eredmények kommunikálására is, meg kell mutatni az eredményeket a döntéshozóknak, a finanszírozóknak, a befektetőknek, az együttműködő partnereknek és a társadalomnak. Az eredmények kommunikálásával lehet befektetőket, együttműködő partnereket találni, és növelni lehet ezen szervezetek társadalmi elfogadottságát. Saját maguk számára is hasznos visszajelzés a hatásmérés. Látják a saját eredményeiket, ez alapján megfogalmazhatják a további fejlesztési lehetőségeket, célkitűzéseket, feltárhatják a problémás területeket. Fontos motiváció lenne, ha a kimutatott hatásokat a döntéshozók, partnerek értékelnék.

Egy hozzászóló szerint a társadalmi hatás mérésének a for-profit szervezetek szempontjából még nagyobb a szerepe, mint a nonprofit szektorban tevékenykedő szervezetek esetében, mivel itt nem egyértelmű a tevékenység társadalmi irányultsága, nehezebb bizonyítani a kitűzött célok elérését.

„Tény, hogy ezeket az értékeket, illetve ezen értékek mentén elért eredményeket és hatásokat folyamatosan vizsgálni kell, és anélkül, hogy ezeket ne tudná egy-egy szervezet bizonyítani, csak deklarálja valamelyik alapidokumentumába, anélkül a piac, az állam vagy bármelyik finanszírozó szempontjából értéktelen marad.”

„A mérés (egyik) szerepe a szektor láthatóságában van. A láthatóságnak és az elismertségnek szerepe lehet a tudatos vagy felelős befektetők, a különböző források bevonásában. A nyilvános riportálásra nem érett még meg a szektor, nincsenek meg az eszközök, kompetenciák, kapacitások.”

„Egy társadalmi vállalkozás esetében a társadalmi célokat mindenképpen láthatóvá kell tudnia tenni magának a vállalkozásnak a társadalmi cél eléréséhez olyan mutatókat kellene tudnia kidolgozni, amelyek láthatóvá teszik, hogy ezt a célt hogyan valósította meg. Azt gondolom, hogy van módszertana.”

„A TÁMOP-ból egy ISO minőségirányítási rendszert vezettünk be, ahol fontos a nyomonkövetés, az értékelés. Ezt meg is tartottuk a tanúsítvány lejárta után is, mert nyomon tudjuk követni az elégedettséget, akik részt vettek a szolgáltatásokon, és ebből tudjuk a jövőbeli fejlesztéseket eszközölni, számszerűsíteni tudjuk, hányan vettek részt, kik helyezkedtek el tartósan vagy átmenetileg. Fontos, mert a marketingbe is be lehet építeni, hogy mennyire hatékony a szolgáltatás. Hatékonyan lehetne kommunikálni.

Kérdés, mi ennek a célja. Aki tudná támogatni, se a célcsoportot nem értékeli. ... Akkor lenne fontos, akkor lenne motivált, elkötelezett egy civil, hogy bevezessen egy ilyen rendszert, ha ezt elismerné egy támogató. Meg lehetne különböztetni, fel tudják mutatni, milyen hatásokat, eredményeket értünk el.”

„A civilek mennek néha a falnak is, de arra nincs se ember, se pénz, hogy ezt megmutassuk. De egyszerűen kell egy marketing tevékenység. Láthatóvá kell tenni, amit csinál. Mert van egy ellenhatás, nincs meg az elfogadottság. Sokkal jobban kell tevékenykednünk, sokkal nagyobb az elvárás a civilekkel szemben. A marketing egy nagyon fontos terület lenne, az elfogadottság növelése érdekében.”

„Valóban nagyon fontos, hogy mérések legyenek, de nem mindegy hogy ezeket indikátorokban tesszük meg, vagy saját magunknak, vagy azért, hogy valaki a működésünket támogassa. Ha csinálunk egy hatásmérést, ami minősít bennünket, akkor nem mindegy, hogy ezt miért tesszük. Csak úgy nem csinálja az ember, csak akkor, ha látja, mi az értelme. Ki áll velünk partnerségbe, hol veszik figyelembe. A marketing is fontos, akkor lehet magas társadalmi háttérrel felmutatni.”

„Lenne értelme a hatásmérésnek, és az eredmények kommunikálásának, ezzel lehetne együttműködő partnereket szerezni.”

„A társadalmi hatásmérésnek szerepe egyrészt a visszajelzés a társadalmi vállalkozás számára, hogy meg tudja-e tartani az egyensúlyi helyzetet, tud-e továbbra is társadalmi vállalkozásként működni vagy átbillen a for-profit szervezet oldalára, vagy nem tudott kilépni a nonprofit, civil szervezeti keretek közül, és továbbra is az a legmeghatározóbb, hogy társadalmi hatása legyen, és a vállalkozási, gazdasági tevékenység az sokadlagos fontosságú. Tehát egyrészt ahhoz kell a mérés, hogy saját magát társadalmi vállalkozásként tudja meghatározni, másrészt, hogy hol áll a célok elérésében. Ha kell változtatni, ez alapján tud is változtatni, módosítani.”

„A társadalmi hatás mérése abból a szempontból is fontos, hogy tudnak itt megjelenni for-profit szervezetek ezen a területen. A civil nonprofit szervezeteknél jogi forma miatt ki tudjuk mondani, azt, hogy ezeknek a szervezeteknek van társadalmi célja, mert így jegyezte be őket a cégbíróság, mindig beszámolnak róla, hogy mit csináltak ezeken a területeken. De egy for-profit vállalkozás nyilván üzleti tevékenységre alakul meg, és ha társadalmi vállalkozássá akar válni, akkor az ő tekintetében még fontosabb az, hogy ezeket a társadalmi célokat mérhetővé és kimutathatóvá tegye, hogy el tudja mondani, hogy a vállalkozási tevékenységgel hozom ezeket a társadalmi célokat.”

6.3.3. A társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata

A fókuszcsoporthoz tartozó 3. témakör a társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata volt. Ebben a témakörben a következő kérdésekre kerestük a választ:

3.a. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások forrásszerzési gyakorlatát?

A társadalmi vállalkozások bevételi struktúrájában egyszerűsített formában az alábbi tételek szerepelhetnek (szervezettípustól függően különbözhet a lista) a KSH „OSAP 1156 Statisztikai jelentés a civil és egyéb nonprofit szervezetek tevékenységéről” szóló dokumentum alapján:

- Központi állami támogatás (normatív, nem normatív, központi alapokból, TB alapokból, Nemzeti Együttműködési Alapból, személyi jövedelemadó 1%-ból)
- Önkormányzati támogatás (normatív, nem normatív, helyi költségvetési intézménytől, iparűzési adóból)
- Belföldi magántámogatás (TAO támogatás, bankok, biztosítók, vállalkozások egyéb szervezetek, magánszemélyek által nyújtott támogatás)
- Külföldi támogatás, ezen belül szerepelnek többek között az Európai Unió pályázati források is
- Tagdíj bevétel
- Az alap-, illetve közhasznú tevékenység / nem vállalkozási tevékenység bevétele (állami, önkormányzati szervektől vagy egyéb jogi és magánszemélyektől kapott szolgáltatási, megbízási ár-, díj és értékesítési bevétel)
- Gazdálkodási bevétel (az üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétel) (vállalkozási tevékenységből, bérleti díjából, tárgyi eszközértékesítésből származó bevétel)
- Egyéb (pl. pénzügyi műveletekből, befektetésekből származó bevétel, hitel- és kölcsönfelvétel, tagi kölcsön)

Látható, hogy a forrásszerzési lehetőségek elméletileg széles skálán mozognak, mégis általánosan elmondható, hogy a gyakorlatban jelentős finanszírozási nehézségekkel szembesülnek a vizsgált szervezetek.

1. Pályázati források

A társadalmi vállalkozások többségének bevételi struktúrájában a pályázati források dominálnak. Ez még a legnagyobb társadalmi vállalkozások (pl. Kék Madár, Szimbiózis) esetében is így van. Sok szervezet esetében mondható el sajnálatos módon, hogy gyakran projektről projektre élnek, működésüket nagyban meghatározza az elérhető pályázati források folyamatossága, vagy éppen esetlegessége.

„Jellemzően ez van, hogy van egy-egy projekt, amiben kiépítenek kapacitást, de hogyha nem lesz következő projekt, akkor összehúzzák magukat.

A nonprofit gazdasági társaságok esetében általában kedvezőbb a helyzet, esetükben az állami forrás kisebb arányú.

„Ez alól kivételek a nonprofit gazdasági társaságok, ott van azért jelentősebb bevétel, ott csak kiegészítő az állami forrás.”

Egy markáns vélemény szerint a pályázati forrásoknak az lenne a szerepe, hogy megalapozzák, hogy saját lábra álljanak a társadalmi vállalkozások:

„Hosszú távon nem lenne jó, ha a működéshez is pályázati forrásokhoz jutnának. Biztos, hogy meg kell erősíteni a szektort, nagyon hasznosak a pályázati támogatások ahhoz, hogy egyáltalán be tudjanak indulni, kialakítsák a kapacitásukat, fejleszteni tudjanak, de hosszú távon nem biztos, hogy előremutató, ha ez a működést szolgálja. Az új alakításokhoz most már nem igazán lehet majd pályázati forrásokhoz jutni, hanem fejlesztésekhez lehet majd pályázni.”

2. Normatív támogatások

Bizonyos szervezetek esetében vannak normatív támogatások, források, elsősorban olyan szervezeteknél, ahol például megváltozott munkaképességűeket foglalkoztatnak, vagy valamilyen önkormányzati, állami feladatot lát el a társadalmi vállalkozás (pl. idősgondozás vagy különböző szociális szolgáltatások).

3. Piaci bevételek

A társadalmi vállalkozások esetében a piaci bevételek, azaz a termékértékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból szerzett bevételek aránya fontos kérdés. Jelenleg még elmondható, hogy igen kis arányt (átlagosan mintegy 20 százalékot) képviselnek ezen bevételek a szervezetek bevételi struktúrájában.

„Egy nagy társadalmi vállalkozásnál, például a Szimbiózisnál is csak kb. 20% az üzleti bevétel a forrásszerkezetben, igaz, hogy évente 2-3%-os növekedést mutat.”

A piaci bevételszerzéssel kapcsolatban egy hozzászóló kiemelte, hogy a társadalmi vállalkozások kockázatkerülő magatartása csökkenti a piaci bevételszerzés esélyét. Így fogalmaz:

„A forrásszerzési gyakorlat kapcsán még egy lényeges magyar jelenség van, hogy eszméletlenül nem vállalnak kockázatot a társadalmi vállalkozások. Azért is van ez az állami pályázati függőség, mert onnantól fogva, hogy elengedik a kezüket, és szolgáltatásból meg termékből kellene fenntartani a saját működésüket, nagyon kevés társadalmi vállalkozás az, aki képes rá. És szerintem, a társadalmi vállalkozáshoz ez a fajta kockázatvállalás is hozzátartozik, és egy fontos eleme annak, hogy tudjon működni.”

Több hozzászóló egyetértett abban, hogy fontos, hogy stabil lábakon álljanak, nem lehet mindig a pályázatokra várni, mert az kiszámíthatatlan. Kell egy szemléletváltás.

„A legfontosabb az, hogy stabil lábakon álljunk, mert különben nem tudunk társadalmi hasznot hajtani. Ez a társadalmi haszon lehet, hogy azt az öt embert érinti, aki nálam dolgozik vagy azt a tizenötöt, de nekik segít, de csak akkor tud segíteni, ha nem pályázatokra várunk mindig, ha nem támogatásokra várunk mindig, hanem biztosan és kiszámíthatóan tudjuk megtermelni azt a bevételt, ami a folyamatos segítségnyújtást, vagy ha tetszik a folyamatos munkabérfizetés lehetőségét megteremti.”

4. Egyéb források

Ez után jön minden egyéb finanszírozási forrás. Az egyéb finanszírozási források között a hozzászólók a hiteleket, a visszatérítendő támogatásokat, az adományszerzést, a jövedelemadó 1 százalékokat, a közösségi támogatásokat, valamint a vállalatok CSR tevékenysége révén szerezhető forrásokat emelték ki. Ezek a források jellemzően csak kis részarányt teszik ki a bevételeknek.

„Van olyan, hogy kisebb összegű hitelt kap egy társadalmi vállalkozás, de ez esetleges. Vagy kap valami pluszforrást adományként, ez az egyesületeknél lehetséges, meg az alapítványoknál is, akár pénzből. Ezután jönnek a közösségi támogatások. Van egy pár társadalmi vállalkozás, akik már használják a közösségi finanszírozást olyan módon, hogy így tudnak a társadalmi céljaikhoz finanszírozást szerezni, meg tudják az adományszerzést profi módon működtetni. Ezen túl a vállalatok CSR tevékenysége révén juthatnak finanszírozási forráshoz.”

„A szektorban a legtöbb szervezet viszonylag kis bevétellel dolgozik, ezek általában adományok, 1 százalékok, amit össze tudnak kaparni, meg olyan állami támogatások, amit egy pályázat útján megszereztek.”

Személyi jövedelemadó 1 százalék

Az egyesületek, alapítványok esetén van a magánszemélyek személyi jövedelemadójának 1 százaléka. Ez a forrás azonban elenyésző, ráadásul az adóbevallás elkészítésében bekövetkezett változások (miszerint az adóhivatal elkészíti az adóbevallást, de az egy százalékokról való nyilatkozatokat a magánszemélyeknek kell leadniuk) a vélemények szerint tovább csökkentik az adó 1 százalékok megszerzésének esélyét.

Adományszervezés

Bizonyos szervezetek profi módon tudják megszervezni az adománygyűjtést. Egyes vélemények szerint a magyar társadalom is egyre nyitottabb a kérdés felé.

„Én most azt látom, hogy vannak szervezetek, amelyek nem kapnak forrást, és ha nem kapnak rá forrást az ügyet tartják annyira fontosnak, hogy megpróbálnak más forrást bevonni. És be tudnak vonzani adományszervezést. Úgy gondolom, hogy erre van érzékenysége a társadalomnak.”

„Szerintem nem szabad elfelejteni az önszerveződést, itt volt a téli példa, hogy varrjunk téli kabátot. Olyan országos megmozdulás lett belőle, hogy a kocsmák előtt télikabát hegyek álltak, hogy ne fagyjanak meg a hajléktalanok. Szerintem az adományozás most már Magyarországon is egy abszolút emberi igény lett.”

3.b. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások által megtermelt nyereség/többlet/profit elosztására vonatkozó gyakorlatokat?

A nyereség elosztással kapcsolatban több szervezet (elsősorban szociális szövetkezet) úgy nyilatkozott, hogy nem veszik ki a vállalkozásból a profitot, hanem visszaforgatják a nagyobb társadalmi hatás elérése, illetve a vállalkozás fejlődése érdekében. Ezzel együtt azonban nem tartják ördögtől valónak azt sem, ha egy szervezet szétosztja a profitjának egy részét a tagjai között.

„Már 4 éve létezünk, sosem osztottuk fel a nyereségünket a tagjaink között. Az volt a döntés, hogy ne osszuk fel, fejlődünk még meg legyen még egy munkahely, legyen szebb, legyen valamilyen program, menjünk el együtt, ne fizessen, hanem fizesse a szövetkezet. Tehát mi erre törekszünk. De hát azt sem mondhatnám, hogy az az elvetendő, hogy ha olyanok a szövetkezetek, hogy például egy millió forint nyereséget termelt, tíz tagja van, mindenki kap százezer forintot. Mert miért ne? Miközben dolgoznak minimálbérért, vagy éppen azért sem.”

„Én azt gondolom, hogy a nyereség, többlet, profit elosztása, ha valakinek vállalkozásra affinitása vagy érzéke van, az tudja, hogy egy vállalkozásból alaptól három- négy- öt évig 10 forintot nem szabad kivenni, hanem vissza kell forgatni. Pláne egy szociális szövetkezetnél, egy szociális vállalkozásnál alap, a szellemiséget is duplán vissza kell forgassa.”

*3.c. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások kapcsolatrendszerét?
Kik jelennek meg benne?*

A társadalmi vállalkozások sikeres működéséhez mindenképpen szükség van egy szerteágazó kapcsolatrendszerre. A vélemények alapján az alábbi szervezetek, intézmények, kapcsolatok kulcsfontosságú szerepet játszhatnak a hosszú távú fenntarthatóság szempontjából:

- **Döntéshozók, támogatók:** a Nemzetgazdasági Minisztérium, az OFA, IFKA, a Belügyminisztérium, és más tárcák.
„Az OFA tervezi a társadalmi vállalkozások és a hagyományos vállalkozásokat összehozó rendezvényeket, és próbál fórumot teremteni a hálózatosodáshoz. Az IFKA-nak is van a Senses programja, ami európai szinten próbálja a társadalmi vállalkozásokkal foglalkozó szervezeteket, döntéshozókat hálózatba kapcsolni, és a politikai döntéshozatalra ráhatást elérni. Az IFKA fejleszti társadalmi és üzleti szempontból a társadalmi vállalkozásokat.”
- **Önkormányzatok:** Az önkormányzatok hozzáállása kulcsfontosságú a sikerben.
„Nagyon jó helyi együttműködési modellek tudnak kialakulni. Kis közösségekben a polgármester is mögé állt a társadalmi vállalkozásnak, és össze lett szervezve a helyi közfoglalkoztatás, lett egy társadalmi vállalkozás.”
- **Hálózatosodást ösztönző szervezetek** (pl. Civil Support) és egymással együttműködő társadalmi vállalkozások: fontos lenne az egymással való együttműködés, a társadalmi vállalkozások hálózatosodása, de ez a vélemények szerint egyelőre nem indult be kellő mértékben.
„Hiányzik a szektorban a szervezetek olyan jellegű hálózatosodása, amiben logisztikát, értékesítést együtt csinálnak, közös brand-et, közös minőségbiztosítást feltételezve. De ezek olyan gazdasági erők lehetnének, amivel tudna mit kezdeni a piac, akár egy multi is.”
- **Érdekképviseleti szövetségek** (pl. TAVOSZ, SZOSZÖV): a tapasztalat az, hogy nem mindenki tud róluk, nem mindenki tagja.

„A mi szféránkban egy teljesen objektív érdekvédelmi és érdekképviselői rendszer nagyon szükségeltetik. ... Egy olyan érdekvédelmi szervezet, vagy olyan érdekvédelmi képviselő valamilyen formában- és nem feltétlenül alulról szervezett módon, még azt sem mondom. De akik komolyan gondolják ... Tehát ha nem áll fel egy ilyen rendszer, akkor oldalról- alulról- felülről- mindenhonnan jöhetnek olyan támadások, hogy akik nem tapasztaltak, nincs mögöttük innováció, nincs kapcsolat rendszerük, akkor azokat kivézteti a rendszer. Ebbe a társadalmi megítélétéstől kezdve a törvényi hátterekig beleértve mindent.”

- **Üzleti vállalkozások:** a társadalmi vállalkozásoknak üzleti vállalkozásokkal is vannak kapcsolatai, pl. beszállítóként működnek közre, vagy részesülnek a vállalat CSR tevékenységéből.

„Nagyon sokan csinálják a társadalmi vállalkozások és for-profit vállalkozások közötti kapcsolatépítést. Az OFA is tervezi ezt a kiemelt projekten belül, a Civil Support is csinálja, az IFKA-nál is lesz egy ilyen projekt, ami ezzel fog foglalkozni. Csak nem biztos, hogy van annyi nagyvállalat, amelyik szeretné ezt.

„A társadalmi vállalkozásoknak szükségük van a kapcsolatokra, mivel az lenne a jó, ha beszállítók lennének, és a termékeiknek megvan a vevői. A tranzitfoglalkoztatási programokban voltak korábban olyan kezdeményezések, hogy a modellben, a nonprofit civil szervezet humánerőforrásfejlesztést, képzést, munkaerőszolgáltatásokat, és a for-profit a foglalkoztatást biztosította, amire rá tudott épülni a civil szervezet ott helyben.”

- **Oktatási intézmények:** bizonyos, képzéssel összefüggő támogatási konstrukciók esetén van jelentősége.

- **Mentorprogram:**

„Az Erste esetében pl. most mindenki kapcsolatba fog kerülni nem szervezetten, for-profit szervezetekkel az üzleti életben működő mentorokkal, akik az üzleti szemléletet fogják tudni hozni a társadalmi vállalkozásokba, tehát ott is egy másik fajta kapcsolati háló alakul ki.

- **Társadalmi vállalkozásokat fejlesztő szervezetek** (pl. NESsT, Civil Support, Ashoka, Badura alapítvány):

„A társadalmi vállalkozások kapcsolatrendszerében elég nagy változások vannak az elmúlt egy évben. Sok olyan szereplő jelent meg eléggé dominánsan a társadalmi vállalkozásokkal foglalkozó piacon, akik előtte nem voltak ennyire hangsúlyosak..., és egyre több program is van. Én azt érzem, hogy most van egy ilyen ökoszisztéma átalakulás, és egy felpezsdülés, hogy sokan foglalkoznak vele, van piaci kereslet is rá, a fejlesztésekre akár.”

- **Társadalmi vállalkozásokat támogató bankok** (pl. Magnetbank, Citibank, Erste Bank).

- **Kamarák:**

„Iparkamarából jöttem, nekünk van egy csomó képzésünk, van egy csomó rendezvényünk. Azt vesszük észre, hogy a vállalkozások nem szánnak erre elég időt. A kamara egy nagyon jó összekötő kapocs lehetne.”

„Csakhogy a kamarák nem egységesen működnek. Én folyamatosan figyelem a kamara képzéseit és a lehető legdrágábbak. Pont azt tapasztalom, hogy a kamarai képzések két, háromszorosába kerülnek, mintha arra a képzésre bárhova máshova megyek el.”

3.d. A pályázati finanszírozáson túl milyen finanszírozási lehetőségeik vannak (lesznek) a társadalmi vállalkozásoknak?

Említésre méltó, hogy több bank is indít társadalmi vállalkozások támogatását célzó (állandó vagy időszakos) programokat. Így például a Magnetbank, a Citibank és az Erste Bank programját említették meg a hozzászólók. Emellett több olyan szervezet alakult, amely a társadalmi vállalkozások fejlesztésével foglalkozik, pl. NESsT, Badura Alapítvány, Civil Support. A forrásszerzés potenciális lehetőségeként meg kell említeni a for-profit vállalkozásokkal történő kapcsolatépítés jelentőségét, ami növeli egyrészt a beszállítói válás esélyét, azaz piacot teremthet, másrészt pedig adódhatnak a vállalatok társadalmi felelősségvállalásából (CSR tevékenységből) megszerezhető források. A for-profit cégek CSR tevékenységük keretében támogatnak civileket, de a társadalmi vállalkozások támogatása új dolog, nem sok példa van ilyen jellegű együttműködésre. Így ez utóbbi forrást egyelőre elenyészőnek tekintik. Meg kell találni azokat a kapcsolódási pontokat, amely elérhetővé teszi a társadalmi vállalkozások számára a for-profit szektor „tőkéjét”.

„A Magnetbanknak például állandó programjaik vannak, az összes többi banknál viszont azt látom, hogy időnként eszükbe jut, csinálnak egy-két féléves programot, és nem egy folyamat. A Citibank időnként meghirdette a társadalmi vállalkozások támogatását. Az Erste szintén elég régóta jelentősen benne van ebben a szektorban, konkrétan finanszírozást meg képzést nyújt.”

„A Civil Support elkezdte a befektetőkkel való összekapcsolást, ez is egy viszonylag új dolog.”

„Az volt a tapasztalatom CSR-al foglalkozóként, hogy nagyon sok cég sokkal inkább a munkavállalóikat érintő CSR policy-k kialakításában van benne, és kevesebb pénz irányul kifelé, és a munkavállalókat szeretnék boldogabbá tenni, és nem feltétlenül a külső érintettek felé irányul a CSR.”

„Az lenne az ideális, hogy vállalati támogatásokat elnyerni, de ez a civil szféra részéről is sokkal nagyobb öntudatosságot igényel. Tehát egyszerűen meg kell tudunk fogalmazni problémákat, feladatokat, célokat nagyon sok mindent, amire még nem vagyunk készen, nem vagyunk elég jók szerintem ebben, és akkor lehet odamenni a for-profit szférához, hogy igenis konkrétan ezt támogasd, mert akkor neked ezért lesz jó, nekem azért lesz jó.”

„Én alapítványként kértem már egy civil szervezetet, hogy segítsen nekem kidolgozni egy olyan portfóliót, amivel én meg tudok keresni nagy cégeket. Nem kaptam meg sajnos ezt. De én azt gondolom, hogy ez hatékony fejlesztési lehetőség lenne civil szféra felé. Marketing céget kértem, hogy segítsen eladhatóvá tenni az én civil termékemet. Nagyon fontos, hogy legyenek eladhatóak, láttatni tudjuk azokat az eredményeket, amiket elérünk bármiféle társadalmi vagy gazdasági eredményt tudjuk láttatni és eladni.”

Egy korai fejlesztő központ (a korai fejlesztés a 0-5 éves korú gyerekek ellátása): *„Állami normatívából tartjuk fenn ezt a központot. Egy külföldi tanulmányúton azt tapasztaltuk, hogy nagyon jó lenne, ha ebből a normatívából, amiből nem tudunk kijönni, vagy nem tudjuk biztosítani a teljes ellátást, valahogy a for-profit szféra felé tudnánk közelíteni... Megkerestünk ... cégeket itt Szegeden, hogy mi bölcsődei ellátást biztosítanánk nekik, ... amiért ők fizetnek és abból mi el tudjuk utána látni, ki tudjuk egészíteni a sérült gyerekek ellátását. Nagyon tetszett nekik az ötlet, azt mondta, hogy ez egy cafetéria kiegészítés lenne, ezzel tudná önmagához kötni a munkatársait.”*

6.3.4. A társadalmi vállalkozások eredményei, sikertényezői

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk 4. témaköre a társadalmi vállalkozások eredményeinek sikertényezőinek feltérképezése volt.

*4.a. Milyen fő eredményeket érnek el a társadalmi vállalkozások?
Milyen arányú üzleti típusú bevétel várható el minimálisan a
társadalmi vállalkozásoktól?*

A kérdés első része átfedést mutatott a társadalmi hatás témakörnél kifejtettekkel, ezért itt csak a kérdés második részére térünk ki.

*Lehet-e olyan kritériumot megfogalmazni, hogy a társadalmi vállalkozások
bevételei között legyen a piaci értékesítésből, szolgáltatásnyújtásból
származó bevétel? Meghatározható-e egy mérték, egy arány?*

Mint ahogy korábban leírtuk, általában megegyezett a résztvevők véleménye abban, hogy a társadalmi vállalkozások esetében elvárható a piacról, értékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból származó bevétel szerzése, és a bevételek, a profit visszaforgatása az adott társadalmi célra.

A piaci bevételek arányának egy kritériumként elfogadott mértéke azonban a többség szerint nem határozható meg. Minimális bevétel is elfogadható lehet, ha egyébként van kimutatható társadalmi hatása a szervezetnek. Figyelembe kell venni, hogy nagyon sokféle társadalmi vállalkozás van, ezért nehéz lenne meghatározni egy mindenkire elfogadható arányt. A válaszadók szerint az önálló bevételi elvárás realitása többek között függ a vállalkozás életkorától vagy a termék, szolgáltatás típusától. Egy hozzászóló kiemelte, hogy a társadalmi vállalkozások esetében nem a pénzügyi világ fogalomrendszerét kell használni, mivel a társadalmi hasznok elsősorban nem pénzbeli profitban fejeződnek ki. Egy másik hozzászóló pedig éppen azt kifogásolta, hogy mivel pályázati bevételük nem volt a támogatások csúszása miatt, kénytelenek szolgáltatási bevételekből működtetni a szervezetet, ami sikerült is nekik, de a könnyvizsgáló már jelezte, hogy el fogják érni a 60 százalékos határt.

A tapasztalat alapján a piacról származó bevételek átlagosan 20%-ot tesznek ki a bevételstruktúrában.

„A nonprofit szektorban a gazdálkodásból/vállalkozásból származó bevételek évek óta 20% körül mozognak. A törvény szerint ez a bevételi arány elérheti akár a 60 százalékot is. Ez egy nagyon jó megoszlás lenne, de azt látom a statisztikák alapján, hogy most felfelé ugrott az állami támogatások aránya.”

„Vannak olyan termékek, tevékenységek, szolgáltatások, ahol elérhető a 100 százalékos üzleti fenntartás. Nagyon nagy a szórás a társadalmi vállalkozások terén. Fialat még a szektor, hogy azt mondjuk, hogy pl. 50%-nak üzleti bevételből kell származnia, hiszen a legnagyobbak is 20 %-on állnak, a kisebbek még kevesebben. De eddig nem is voltak rákényszerülve arra, hogy üzletileg gondolkozzanak. Most már, akik zászlóvivői ennek a dolognak, elkezdtek gondolkodni, hogy előbb-utóbb elapadnak a források, valamit kezdeni kell, növelni kell az üzleti bevételeket, a fenntartásnak ezt az oldalát. Nem tudok rá most mit mondani, hogy mit várjunk el és mikortól kezdve várjuk el, mert annyira képlékeny a szektor. De ha megnéznénk egy szociális szövetkezetet vagy egy nonprofit Kft-t, ami kifejezetten üzleti tevékenységet végez, ott magasabb arány is elképzelhető.”

„Szerintem érdemes a társadalmi vállalkozások esetében egy másik fogalomrendszert használni, ami nem a pénzügyi világ fogalom rendszerét használja. A társadalmi hasznok azok nem pénzbeli profitban fejeződnek ki, hanem mindenféle egyébben, elkerült károkból, környezetvédelemből, tehát különböző dolgokban. Tehát az egy téves gondolkodás, amikor a pénzpiac logikája szerint akarjuk a társadalmi vállalkozást leírni.”

„Az lenne az ideális, ha támogatások nélkül fenntarthatóak legyenek hosszútávon. Tehát csak üzleti típusú bevételből, az üzleti típusú bevételbe beleértve a normatív támogatásokat is (pl. öregotthon működtető tevékenység)... de ezt most még nem lehet kijelenteni. Ha a normatívát nem vesszük bele, még alacsonyabb az üzleti típusú bevétel a bevételi szerkezetben. Meg kell találni az egyensúlyt egy társadalmi vállalkozás esetén, hogy üzletileg is fenntartható legyen, emellett társadalmi célt is érjen el. ...

A Kelet-Közép-Európai régió azért más jegyeket mutat ebben a szektorban is, mint Nyugat-Európa vagy az Egyesült Államok, tehát itt nem is várhatjuk el azokat az eredményeket a sajátos történi fejlődés miatt.”

*4.b. Melyek a társadalmi vállalkozások fő sikertényezői?
(Mi az, amitől sikeresek lesznek?)*

➤ **Hitelesség:**

„Erős, ambiciózus, hiteles szereplő kell a történetbe, aki el tudja adni magát és az ügyet is, és megfelelő marketinget valósít meg.”

➤ **Szakértelem, tapasztalat:**

egyrészt előzetes, a szektorban való tapasztalat, a cél-csoporttal való tapasztalat – a társadalmi sikeresség szempontjából fontos, másrészt vállalkozói tapasztalat – az üzleti sikeresség szempontjából fontos.

„Nagyon sokszor látom, hogy azok a társadalmi vállalkozások sikeresek, ahol mind a kettő megtalálható. Én voltam benne is egy társadalmi vállalkozásban, és vezettem boltot. Ott a siker nagyon sokban múlt azon, hogy az elnök a civil szektorból jött, évek óta a célcsoporttal foglalkozott, viszont a szakmai vezető teljes mértékben vállalkozó volt, és jól ki tudták egészíteni egymást.... Nem baj, ha ez a kétféle szemlélet különböző embereknél tevődik össze a társadalmi vállalkozásnál....Van olyan is, hogy a kettő egyesül”

➤ **Vállalkozói szemlélet, gondolkodásmód:**

„Nekünk nagyon nagy áttörés volt az, amikor egyszer olyan helyzetbe került a szervezet, hogy nem volt pénzünk és hitelhez kellett folyamodni. És akkor azt mondták, hogy üzleti tervet 5 évre mérleggel alátámasztva. Én nem közgazdász vagyok, abszolút humán. Jó hát letöltöttünk egyet a netről, nézegettük, kigörcsöltünk egyet... kettőt... a hetediket elfogadták. Mi se hittük el, ami abban le volt írva, de volt egy kötelezettség, amit hozni kellett, amit aztán lebontottunk szinte személyre szabva, hogy akkor most az életben maradáshoz mennyit kell. És ez olyan lendületet adott a szervezetnek és vitte tovább. Mert ott volt a kötelezettség, hogy ha most fene fenét eszik, ezt vissza kell fizetni havonta. Egy gondolati áttörés volt.”

➤ **Előkészítettség:**

„Sikertényező lehet még az előkészítettség. Nagyon előkészített projektekről beszélünk, jól megalapozott fejlesztések vannak, és ami elő van készítve, azok szépen meg tudnak valósulni.”

➤ **Láthatóság, marketing:**

„az előzetes tapasztalat és a gondolkodásmód, hogy valaki tud-e kommunikációs stratégiát kialakítani, ebben lépéseket tenni és egyáltalán fontosnak tartja-e a kommunikációt. Mert aki nem tartja fontosnak a kommunikációt, ott biztos nem lesznek változások, hogy hogy néz ki a honlapja, használ-e közösségi médiát. Tehát az is egy sikertényező, hogy valaki jól látható, de ez hozzátartozik a forrásszerzéshez és a piacszerzéshez is.”

➤ **Elkötelezettség**

➤ **Alázat:**

„Semmilyen pályázati támogatással, önerőből nyereségesek vagyunk 4 éve. Én azt gondolom, hogy egyfajta innovatív ötlettel és alázattal lehet életben tartani egy ilyen fajta, vagy bármilyen vállalkozást szerintem.”

➤ **Személyes érintettség:**

„A személyes érintettség nagyon-nagyon fontos szokott lenni sokszor, mert akkor hosszabb távon van esélye a szervezetnek, hogy a társadalmi célt maga előtt tartsa.”

➤ **A társadalmi célok és a gazdasági célok összhangja.**

„Fontos kockázat az egyensúlyozás az öszvérség két része között, tehát hogy a társadalmi célt veszítik szem elől vagy a működőképességüket. Akik a civil szektorból jönnek, azok hajlamosak jobban figyelni a civil célra, és ördögtől valónak látják azt, hogy profitot hozzanak be, és néha azt is érzem, hogy kifejezett félelem is van bennük ezzel kapcsolatban, hogy piaci alapra helyezték a működésüket. Így nem képesek váltani, ez egy nagy kockázati tényező szerintem. Fontos, hogy egyensúly legyen a kettő között.”

➤ **Közvetlenebb, élő kapcsolat a célcsoporttal. Kapcsolatrendszer, együttműködés, hálózatosodás:**

„A sikertényezőkre nálunk a szívésségbank működik nagyon, a kapcsolatrendszer. Tudjuk, hogy ki mit csinál, ha valamire szükségünk van, akkor tudjuk, hogy kit mivel kell felhívni. Én tudom, hogy ő mit tud, ő tudja, hogy én mit tudok, mi egymásban megbízunk és ez egy nagyon nagy érték szerintem, hogy tudunk együttműködni, maga ez a társadalmi vállalkozások civil szektor.”

„Az egy nagyon jó kezdeményezés, hogy ismerjük meg egymást. Egymás munkáit, dolgait, nehézségeit, problémáit. Lehet, hogy én küzdök vele, és nálatok már réges-régen meg van oldva és én még mindig küzdök vele, mert nem tudom megoldani.”

➤ **Önkormányzattal való jó kapcsolat:**

„Vannak olyan jó helyi kezdeményezések, ahol az önkormányzat tényleg valami nagyon jó dolgot hoz létre. ...Kistélepülési szinten egyébként is szóba jön, hogy milyen az önkormányzattal való kapcsolat. Mert ahol ellenérdekelt az önkormányzat új szervezet belépésében, és a településsel való foglalkozásban, ott nagyon-nagyon nehezen fog működni egy ilyen kezdeményezés. ... Nagyon sokat láttam helyi szinten, hogy ezek milyen boldog vagy szomorú dolgokhoz tudnak vezetni.”

➤ **A közösségi és társadalmi beágyazottság, elfogadottság:**

„Nem mindegy, hogy hol, milyen közegben alakul ki a társadalmi vállalkozás, és milyen viszonyt ápol a társadalommal, illetve annak döntéshozóival, illetve tagjaival. A kapcsolatrendszer bővebb dolog, mint a beágyazottság, ami szűkebb, de mélyebb. Ez a jelenlét a helyi közösség életében, aminek a problémáját meg akarja oldani, és az elfogadottság, kölcsönösségi viszony is benne van.”

➤ **A társadalmi cél pontos meghatározása**

➤ **A jól felépített termék és szolgáltatás**

➤ **A társadalmi célok járulékos extraköltségeinek alapos felmérése**

➤ **Elhivatott kulcs személy(ek):**

„Mindenütt van egy-két olyan lánglelkű ember, akinek a vállain ott nyugszik a sikeres társadalmi vállalkozás, aki viszi a hátán az egészet. Ha ott meginog valami, akkor borulhat a társadalmi vállalkozás.”

„Életképesek addig, amíg megvan az a motor az az egy két három ember, aki hozza az ötletét a kapcsolatrendszerét a lelkesedését a szaktudását és viszi a hátán ezt az egészet. Aztán ha az ember egyszer kikerül onnan, akkor majd meglátjuk, hogy ezek a szervezetek megmaradnak e vagy sem.” „Az az egyik legeslegfontosabb, hogy kik azok, akik benne vannak, akik alapítják.”

➤ **Kreativitás**

➤ **Innováció**

➤ **Sokoldalúság:**

„Az, hogy mennyire sokoldalú az a szakember, aki benne dolgozik a szervezetben, szerintem az nagyon döntő itt a forrás szerzésnél, az elosztásnál is. ...

➤ **Rugalmasság, alkalmazkodóképesség a folyton változó jogszabályi és piaci környezethez**

➤ **Több lábon állás**

➤ **Egy világos küldetés:**

„A társadalmi küldetés, ami mellé oda tudnak állni a szervezetnél dolgozó emberek, amihez tartozik egy nagyon világos értékrend, hogy mi az, amit mi be tudunk vállalni és belefér abba a mi küldetésünkbe, és mi az, ami nem. Persze ehhez kapcsolódó stratégia, akcióterv, üzleti terv és bizony pénzügyi tervezés.”

➤ **Saját tőke bevitele:**

„Én a szociális szövetkezetek közül ott látok egyedül eredményt, egy jó ideje már figyelem ilyen szempontból, ha valaki vitt be, tehát alapító tag vitt be tőkét, szaktudást, bármit, azok a szövetkezetek működnek. Tehát aki arra alapoz, hogy majd pályázatból, meg adományokból működik, az szerintem előbb-utóbb befuccsol.”

*4.c. Hogyan mutathatók ki a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?
4.d. Mennyire láthatóak a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?*

Az eredmények, sikerek kimutatásával, láthatóságával kapcsolatban a marketing és a kommunikáció fontosságát emelték ki a résztvevők. Erről bővebben a nehézségekről szóló részben írunk.

6.3.5. Nehézségek, kockázati tényezők, Jövőbeni fejlesztési lehetőségek

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk utolsó témakörénél a társadalmi vállalkozások nehézségeire és a jövőbeli fejlesztési lehetőségeire kérdeztünk rá.

*5.a. Milyen nehézségekkel szembesülnek a társadalmi vállalkozások?
5.b. Milyen fő kockázati tényezők merülnek fel a társadalmi vállalkozások működése során?*

Általában a nehézségeket és a kockázati tényezőket összeszemosva kezelték a hozzászólók, ezért az 5.a. és 5.b. kérdéseket egyszerre, összegezve mutatjuk be.

A kockázatok és a nehézségek egy része szinte mindegyik szervezet esetében felmerül, míg egy másik részük különbözik az egyes szervezet típusoknál (nonprofit-for-profit), jogi forma szerint, különbözhet méret, illetve hatókör szerint, földrajzi elhelyezkedés szerint, tevékenység szerint, és a szervezet kora, az életgömbén való elhelyezkedése szerint. Mások a nehézségek, a kockázatok és ennél fogva mások lehetnek a fejlesztési prioritások is attól függően, hogy egy induló, vagy már egy régóta működő társadalmi vállalkozásról van szó, illetve egy kis, helyi közösség érdekében tevékenykedő, vagy egy országos kiterjedtségű szervezetről van szó.

„Másfajta kockázattal szembesül egy növekedési fázisban lévő társadalmi vállalkozás. A fejlesztést így is különböztetném meg, hogy nagyon más fejlesztésről van szó egy inkubációs szervezetenél, akik teljesen az elején vannak, és gondolkodnak egy üzleti tervben, és azt kell kidolgozni. És teljesen más, mikor valaki már pl. a Kékmadár vagy Matyó design működnek egy ideje, és nekik egy másik útra kellene lépni. Tehát vagy egy franchise-t kellene csinálni vagy más helyeken is megvalósítani ugyanazt vagy csak fenn akarnak tartani egy szintet, az hogyan érhető el. Magyarországon teljesen specifikus, hogy a legtöbb társadalmi vállalkozás inkubációs szakaszban van még. Akik már működnek, utánuk kapkodnak a befektetők, mert azokból kevesebb van. Pont azért, mert beindult az ökoszisztéma, egyre többen vannak az inkubációs szakaszban lévők. Így nagyobb igény lenne olyan fejlesztésekre, amik a még indulókat támogatják.”

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúkon résztvevő 54 szervezet esetében is tetten érhetőek lennének ezek a különbségek, azonban a beszélgetésben elsősorban arra fókuszáltunk, melyek lehetnek azok a közös problémák, amelyekkel a legtöbbjük szembesül. Az alábbiakban összesítve, csoportosítva foglaljuk össze a résztvevők által említett főbb nehézségeket.

Pályázatfüggőség, a pályázati források csökkenése, kiszámíthatatlansága

Mint ahogy a szervezetek bevételi szerkezeténél láthattuk, a pályázati források domináns szerepet játszanak a társadalmi vállalkozások finanszírozásában. A pályázati forrásokkal kapcsolatban problémaként említették, hogy az EU-s támogatások a jövőben várhatóan csökkenni fognak, és sokszor akadoznak. Azon szervezetek számára, amelyek lényegében projektszemléletben működnek, és „projektről projektre élnek”, kritikus lehet ez a fajta kiszámíthatatlanság, és a források elapadása.

„A társadalmi vállalkozások biztos azt mondták, hogy nehéz hozzájutni a forrásokhoz, de most rengeteg forrás van a piacon, ... van bőven forrás. Az tény, hogy nehéz megszerezni, mert teljesen más ez a pályázati rendszer, mint egy korábbi TÁMOP-os.”

„Kockázat lesz előbb-utóbb a pályázati források csökkenése, elakadása. Amennyiben megjelennek a hitelek, azok is kockázati tényezők lehetnek, azokat vissza kell majd fizetni.”

A pályázati források megszerzésének nehézségei, szigorú pályázati kiírások, szigorú pályázati előminősítő rendszer

A résztvevők nehézségnek ítélték meg a pályázati támogatások megszerzéséhez vezető folyamatot. Kritikaként jelent meg, hogy a pályázati kiírásokat folyamatosan tologatják. A kiírások rengeteg szigorú kitévelt tartalmaznak, közülük sincs a való élethez, túl bürokratikus és túl nagy adminisztrációs terheket ró a szervezetekre a rendszer. Többen említették, hogy egy egyszerű adminisztrációs hiba képes volt megakasztani a pályázati folyamatot és a támogatás megszerzésének lehetőségét. A résztvevők túl szigorúnak ítélték egyes esetekben a 15 százalékos növekedés kritériumát a pályázat lezárását követő évben, az eszközök 10 százaléka biztosításának követelményét, értelmetlennek tartották a 3 árajánlat bekérését, az együttműködési szerződés és a vevői szándéknyilatkozatok bemutatását különféle szervezetekkel, önkormányzattal. Úgy gondolták, hogy több pályázat megírása során szerezhető ugyan egyfajta rutin, de ez az új pályázat (GINOP 5.1.3.) nem kezdőknek való. Probléma, hogy sokszor nincs meg a kellő szakértelem, kompetencia a pályázatok megírásához, de esetenként a pályázati cégek megbízása sem olcsó, és nem születnek feltétlenül jól megírt pályázati anyagok.

Nehezményezték, hogy túl hosszú az elbírálási folyamat, sok esetben már le kellett volna színt zárulnia a projektnek, mikor még döntés sem született. Nagyon sok kritikát kapott a GINOP 5.1.3. pályázat előminősítési rendszere. Túlságosan szigorúnak ítélték. Véleményük szerint nagyon sokféle kompetenciát igényel a pályázóktól, többen meggondolták, hogy egyáltalán vágjanak-e bele. Nem tartják életszerűnek. Az üzleti terv készítésének követelményét nagyon hasznosnak találták, azonban a szakértői bírálatról, amelyben értékeli a társadalmi és az üzleti részt egyaránt, sokkal többet vártak, mivel minimális visszajelzést kaptak, és nem tartották objektívnek az értékelést.

„Alapvetően most a társadalmi vállalkozások azok államtól függőek és pályázatfüggőek és mind a két vonatkozásban változtatni kellene. A pályázatfüggés az azért gond, mert rosszul vannak a pályázatok megtervezve és kiírva. Tehát irreális az, hogy egy társadalmi vállalkozástól azt várják, hogy másfél év alatt a piaci törvényeket felülírva eljusson oda, hogy olyan működőképes vállalkozás legyen, hogy az addig foglalkoztatott húsz embert tovább tudja vinni. A piaci törvények szerint nincs ilyen. Tehát alapvetően rosszak a pályázati tervezések.”

„Azt szeretném hangsúlyozni egy instabil törvényi és gazdasági környezetben, hogyha én for-profit aggyal olvasom át ezeket a pályázatokat és a kritériumoknak a listáját, amiknek meg kell felelni, amikor majd a támogatási időszak lejárt, becsukom a pályázatot és azt mondom, hogy én ilyet nem tudok vállalni. Három, négy és öt évre előre lássam, hogy meg tudom-e tartani az alkalmazottaim számát, növelni tudom-e a bevételeimet, hogy meg tudom-e őrizni azt, ami létrejött, ez egy abszurditás?! Hogy miért várunk el társadalmi szervezettől fokozottan nehéz helyzetben, mert a célcsoport is olyan, hogy támogatásra, segítségre szorul, miért várunk el olyan kritériumoknak való megfelelést, amit maguk a gazdasági társaságok nem lennének képesek teljesíteni sok évnyi for-profit és profitorientált tapasztalattal a háttérben?”

„A mostani pályázati kiírásban a pályázat lezárását követő évben 15 százalékos növekedést kell felmutatni vállalkozási tevékenységből, ami egy nem társadalmi vállalkozás esetében sem szokott működni.

„Sok a szigorú kitétel. Hosszú a folyamat. Az eszközöknek a 10 százalékát biztosítani kell. 3 árajánlat kérése kötelező. Ugyse az lesz, úgyse azt veszed. Együttműködési szerződést egy önkormányzattal, egy vállalkozással, egy civillel, hogy majd 3 év múlva vásárol tőled. Vevői szándéknyilatkozat aláírása kell önkormányzati szinten. Közé sincs az élethez, túl bürokratikus, magas adminisztrációs terhek.”

„A kiírások folyamatos tologatása, a bírálatok hosszúsága. Már rég meg kellett volna valósítani a projektet, mikor még döntés sem született. Transzparencia. Hogyan lehet erre építeni? A szervezet feltár egy problémát, megpróbál rá reagálni. A fenntartási időszakban nehéz hozzá forrást teremteni.”

„Üzleti tervet kellett készíteni, és azt egy szakértői páros elbírálta, mind az üzleti, mind a társadalmi részét. Ez nagyon jó, de erről végül minimális visszajelzést kaptunk, nem volt objektív értékelés, hogy miért 62 százalékos az üzleti terv.”

„Előminősítő rendszernek van előnye és hátránya is. Nagyon megszűri a projektötleteket. Nagyon nehéz az előminősítés. Az előminősítési kérdéssor megfelel egy korábbi pályázatnak.”

„2013 ban beadtam egy pályázatot, és egy összeférhetetlenségi nyilatkozatot két helyen kellett aláírni és két helyen kellett alá húzni egy- egy választ. És az egyik helyen nem húztuk alá, hogy igen, ezért visszadobták. Fellebbeztünk, végül is hosszú a történet, de ez az oka, hogy nem írtam most pályázatot.”

„A pályázat a legtöbb pályázat előfinanszírozott, de utólag fogja kifizetni. Támogatás késik, aláírás hiba miatt. Több lábon állás. Nem szabad egyetlen projektben gondolkodni.”

„Ez a pályázati rendszer ez alaptól rossz: a szűrést nem ide kellett volna beépíteni. ... Beleépítettek egy szondarendszert ebbe a pályázatba is keményen..., Ez egy etikátlan magatartás volt, hogy egy pályázatba építenek bele egy szondarendszert. A szubjektumok szempontrendszerét meg aztán hadd ne mondjam. Ez a pályázati forma katasztrofális. Szondázzanak le bennünket, ...elébe állunk, de ne egy pályázatba építsék bele. Ne egy lehetetlenül teljesíthető pályázatot írjanak ki egy szövetkezetnek...”

„Nem is csodálom, hogy első körben nem, meg azt sem csodálom, hogy nagyon nem kommunikálta senki, hogy a beadott pályázatoknak hány százaléka ment át először, mert a nullához konvergál. Például, ha valami mutatja, hogy valami nem volt rendben a konstrukcióban, akkor az ez.”

„Én azt mondom, hogy legyen (minősítés), mert nekünk az a célunk, pályázóknak, hogy meggyőzzük arról, hogy jó célra, a pályázati feltételeknek, meg a koncepciónak, meg az ideológiának megfelelően szeretnénk elkölteni azt a pénzt. Győződjön meg róla. Gyertek el, nézzétek meg, mert a papír mindent elbír. Én le tudom írni, hogy boltoktól 2019-re beszállítói szándéknyilatkozatokkal, a....hoz szállítunk mézeskalácsot... A szándéknyilatkozat nem kötelezi jogilag semmire sem. Fogok tőled nagyon sok diós mézeskalácsot rendelni, és ezzel én bebizonyítom, hogy életképes leszek 2019- ben, és nem tudják, hogy valóban sütök-e mézeskalácsot.”

„Én azt gondolom, hogy az életszerűséget kell bevinni a rendszerbe, mert pillanatnyilag ezek fikciós rendszerek.”

„Nagy lendülettel nekikezdünk ennek a társadalmi vállalkozásnak, és van is rá egy üzleti tervünk full kidolgozva, aztán nem adtuk be, visszaléptünk, visszavontuk.”

„Rossz a minősítési rendszer. Pénzügyi alapon is elemeztem, nem ártott volna bevonni a szakmai szervezeteket és nem ártott volna bevonni a konkrét társadalmi vállalkozásokat.”

„Én elég biztos vagyok a saját társadalmi vállalkozásomban, hogy az jó, de az IFKA szempontrendszere szerint mi nem vagyunk társadalmi vállalkozás, ezért én ki tudom jelenteni, hogy az IFKA rendszere rossz.”

A sokféle minősítésnek való megfelelés nagy terhet ró a szervezetekre

Fontosnak tartották megjegyezni, hogy a társadalmi vállalkozások minősítése és a pályázati előminősítés két külön dolog, előfordult némi keveredés és vita ezek egyezőségéről, összevonásáról, vagy külön kezeléséről. A különböző minősítésekkel szemben elhangzott egy olyan igény, hogy akár hasznosak is lehetnének ezek a minősítések, ha aztán lenne valamilyen piaci értékük, azaz például egy közbeszerzési eljárásnál, vagy egy támogató, befektető szemében értéket képviselnének. Javaslat született ennek a kidolgozására.

Alapvetően hasznosnak tartanak a sztenderdizációt abból a szempontból, hogy kiszűrjék azokat a szervezeteket, amelyek nem valódi elkötelezettséggel működnek. Fontos kritérium azonban, hogy ezt ne „felülről” központilag határozzák meg egyoldalúan, hanem vonják be a szervezeteket is a folyamatba, mert sokszor távol áll a való életől a központilag meghatározott értékelőrendszer.

„Ez a társadalmi vállalkozások minősítése abszolút független az IFKA rendszertől, amely egy pályázati előminősítés. Társadalmi vállalkozások minősítése abszolút független a pályázati rendszertől, az 5.1.3 pályázatától. Egy vállalkozás, amely szeretné magát minősíteni, kaphatja meg bizonyos kritériumrendszer alapján ezt a minősítést, ez egy standardizáció és az a célja, hogy majdan esetleg az 5.1.7-ben vagy már esetleg az 5.1.3-ban is előnyt élvezzen azáltal egy szervezet, hogy ő ezt a minősítést megkapta, mert, hogy megfelelt a kritériumoknak.”

„Szét kell választani a két dolgot. Az egyik, amikor egy pályázatra bejutással standardizálnak, minősítenek egy célcsoportot vagy egy szervezetet, ill. amikor egy általános gyűjtőfogalomra, mint társadalmi vállalkozásra minősítenek egy szervezetet.”

„Én azt gondolom, hogy ezek elég párhuzamos dolgok, mert összevonom az OFA és az IFKA minősítési rendszerét az eléggé hasonló kérdéskör, kritériumrendszer van a kettőben, persze nem teljesen ugyanaz, de nagyon hasonlít. Ezt a standardot lehet egységbe vonni, hozni, de nem biztos, hogy ez jó, bár szerintem az szerencsés lenne. Gondolom, egyfajta standardokat kellene létrehozni, mint társadalmi vállalkozás és akkor nem lenne az, hogy egy pályázatra bejutásra másfajta minősítési rendszeren kell keresztül menni, mint mondjuk egy társadalmi vállalkozásnak. Szerintem ezek nagyon hasonló dolgok és nem hinném, hogy ezt annyira szét kellene választani.”

„Hadd vitatkozzak. A pályázat egy projekt centrikus dolog, egy pályázat az egy projekt, ami lehatárolódhat teljes egészében egy társadalmi vállalkozás egy részére. Tehát szó volt az Erste-ről vagy több olyan multinacionális cégről, amelynek vannak társadalmi vonatkozásai és igen erős vonatkozásai, de most attól, hogy egy Erste-t társadalmi vállalkozássá minősítünk, attól az Erste még nem pályázhat egy projektre. Az egyik egy önértékelésen alapuló standardizációs folyamaton átment minősítés, a másik egy pályázatnak a projektjére vonatkozó anyagi keretekkel rendelkező (a projekt ismérveinek megfelelően), lehatárolt egység.”

„Amit borzasztó nagy gondnak érzek az, hogy ez a minősítés sem ad egy olyan tanúsítást, ... aminek lenne valamilyen piaci értéke. Mert azért a minősítésnek van piaci értéke. Most egy OFA minősítést egy támogató felé tudok használni, akinek ha van kedve figyelembe veszi, ha nem, nem, majd ki tudja, majd öt év múlva. De mondjuk, ha volna egy olyan minősítés, ami például közbeszerzésnél is nekem értéket jelent, hogy ha van ilyenem, akkor előrébb vagyok egy kicsivel.”

„Mindenféle ... minősítések kellene, nekünk is volt valamilyen, amit nem érték: felnőttképző, munkaerő piaci szolgáltatás minősítés, ISO minősítés, 2015-ös szabvány is van, az OFA-tól is, a munkaerőpiaci szolgáltató külön minősítése is. És akkor mindegyiknek más oldalunkat mutatjuk, igyekszünk megfelelni, aztán csinálunk, amit akarunk. De ahhoz, hogy boldoguljunk, eleget kell tenni ezeknek.”

„Szűrni akarják, hogy kik azok, akik csak projektből projektbe. És kik azok, akik tényleg mondjuk társadalmi cél érdekében szeretnének működni. És ez nagyon nehéz... „

„Ne (felülről és egyoldalúan) mondják meg, hogy milyen legyen egy társadalmi vállalkozás, és hogyan működjön, vagy hogy kell neki működnie, hanem a társadalmi szervezetek is meg tudják mondani, hogy mi az, ami reális, van realitása, és mi az, aminek nincs. ... nagyon szeretünk statisztikákat kimutatni százalékosan, de megvalósítani itt, a végeken fogjuk.”

„A kiírók elméleti síkon gondolkodnak, fentről határozzák meg. Össze kellene fogni, lobbizni, ott kell lenni a tervezésben, ne felülről mondják meg. Együtt hallatni a hangunkat. Jó gyakorlatok bemutatásával. Megbeszélni a tapasztalatokat, eljutni együtt a döntéshozókhoz. Fórumot találni, hogy képviseljük a civileknek a hangját. A két oldal nem találkozik.”

Bürokratikus ellenőrzési folyamat, nagyon nagy adminisztratív terhek

Az ellenőrzés szükségességéről a résztvevő szervezetek pozitívan nyilatkoztak, ők állnak elébe. Javaslát hangzott el a személyes meggyőzés lehetőségére, illetve a helyszíni látogatásokra. De azzal kapcsolatban is voltak negatív tapasztalatok, mikor valaki Budapestről megérkezik a helyszínre, sok esetben teljesen felkészületlenül, nem ismeri a helyi viszonyokat, csak a dokumentációt látja, és csak a „papír” érdekli. Nehézséget okoz, hogy sokféle online felületen kell dokumentumokat benyújtani, ezeken az online felületeken való eligazodás nem könnyű, és idő sincs rá. Az adminisztráció bonyolítása nagyon sok értékes időt vesz el a társadalmi célokra fordítható időből.

„A szabályozás az egy hatalmas bürokrácia. Bármit szeretnénk, támaszd alá ezzel, ezt küldd be, azt küldd be, és állandóan. És az én időmnek mondjuk a 80 százalékát ez biztos, hogy elviszi. ... És most már ott tartunk, hogy először papírozd le, írd meg ezt, vidd fel a felületre, csináld meg azt. Mire majd oda elérek, hogy a gyerekekkel leüljek....Szóval ez külön külön embereket kívánna, de erre nincs keret. Mutasd be és minden nap mutasd be és ezt mindig, bármikor jövők, és mindenkinek a rendszerét annyira ismerni.”

Normatív támogatások bizonytalansága

A normatív támogatásokkal kapcsolatban a legfőbb nehézséget az alacsony összegű és folyamatosan csökkenő normatívák jelentik. Egy hozzászóló elmondta, hogy mindössze 20 százalékat fedezi a működési költségeinek a normatíva. Ez nagyon nagy kiszámíthatatlanságot jelent a szervezetek számára, nem tudnak hosszabb távra tervezni. Kritikaként említette, hogy egy civil szervezet kisebb normatívát kap, mint például egy állami vagy egy egyházi szervezet, és sokkal szigorúbb feltételek vonatkoznak rá.

„A civilek vállalnak felelősséget, kormányzati és gazdaságpolitikai szinten hol van a társadalmi felelősségvállalás, amikor az a minimális normatív támogatás nincs meg akár a fogyatékosok ápolására, vagy a hátrányos helyzetűek felzárkóztatásában. Ez egy kiszámíthatatlanságot jelent a működésünk során. Mert lehet közösségi forrásokra várni és a projektszemléletben gondolkodni, de miért nem lehet hosszabb távon gondolkodni. Ezek hiányában nem lehet. Folyton csökkenő normatíva, változások, kiszámíthatatlanság.”

„Ki kell fizetni a béreket, de csökken a normatíva. 20 %-át fedezi a működési költségeknek a normatíva. Szektorsemlegesnek kellene. Civil szervezet fele annyit kap, mint egy egyházi szervezet, és 40 százalékkal kap többet az állami szervezet.”

Személyi jövedelemadók 1 százalékanak bizonytalanságai

Az adó 1 százalékok megszerzése nem könnyű feladat a szervezetek többsége számára, és nagyon elenyésző összeget tudnak összeszedni ebből a forrásból. A megszerzett összeg sokszor nem fedezi azokat a hirdetéseket, amiket annak érdekében adtak fel, hogy minél több ilyen forrást gyűjtsenek. Ezért sok esetben már nem is hirdetnek a szervezetek. Tovább nehezíti ezt az a változás, miszerint a NAV elkészíti a magánszemélyek adóbevallását, de az adó egy százalékokról való nyilatkozatokat a magánszemélyeknek kell leadniuk. A vélemények szerint így még kevesebb ember fogja venni a fáradságot, hogy rendelkezzen az adója 1 százalékaról.

„Az adó 1 százalékok miatt már nem fizetünk hirdetésre. Saját gyűjtést végzünk. 1 millió, illetve 600.000 Ft volt egy-egy évben. Az adóhivatal megcsinálja a bevallást, de az 1 százalékokat külön kell az egyénnek leadni. A legtöbb állampolgár nem fogja. Elenyésző lesz az 1 százalék.”

Jogsabályi korlátozások a piaci bevételek mértékére vonatkozóan

Több szervezet esetében jelent meg nehézségként, hogy a pályázati források késnek, vagy nem tudnak pályázni, és működésüket a piacról kell fenntartani. Vagy éppen egy igénybevett pályázat (a „munkaügyi központos bérpályázatot” említették) komoly feltételeket szab a piaci tevékenységből származó bevételekre vonatkozóan.

És ha sikerül a piaci tevékenységből fenntartani magukat, akkor életbe lép a jogszabályi korlát (pl. egyes szervezetek esetében a 60 százalékos korlát, pályázatok esetében a pályázati kritérium).

„Élj a piacról, ugyanakkor meg be van korlátozva a bevételszerzési lehetőség.”

„Munkaügyi központos bérpályázattal 4 főt foglalkoztatnak. De ez olyan kemény feltételeket szab, hogy olyan szolgáltatásokat kellett abba hagyni, hogy ne termeljen bevételt, ha bérpályázatot kapott. Hogy fizeti ki a könyvelőt, a számlát, a bérlet díjat?”

Versenyhátrány a piacon – a társadalmi érzékenység alacsony szintje

A piaci bevételszerzési lehetőségekhez kapcsolódóan szinte minden helyszínen több szervezettől hangzott el, hogy versenyhátrányban vannak a piacon amiatt, hogy hátrányos helyzetű (pl. alacsony képzettségű, tartósan munkanélküli, fogyatékkal élő) embereket foglalkoztatnak, és ezek a munkavállalók nem képesek ugyanolyan hatékonysággal termelni, mint a „normál” munkavállalók. Emiatt ezen szervezetek drágábban tudják előállítani ugyanazt a terméket, mint a piaci versenytársai. Ezt a problémát súlyosbítja a társadalom érzékenységének viszonylag alacsony szintje. A vevő számára nem az számít, hogy hátrányos helyzetűek állították elő, hanem a minőség és az ár alapján fog a vásárlás mellett dönteni. A vélemények szerint a magyar társadalom még nincs teljesen felkészülve a hátrányos helyzetű emberek elfogadására. Volt olyan vélemény, miszerint egy fogyatékos gyereket Magyarországon „szégyellnek”, alig viszik ki emberek közé, vagy például Magyarországon nem biztos, hogy jól tudna működni egy olyan étterem, ahol fogyatékkal élők szolgálnának ki, mert nem biztos, hogy lenne igény erre a szolgáltatásra. Nagyon fontos feladatnak látják a társadalom érzékenyítését. Egy másik vélemény szerint nem biztos, hogy a társadalom érzékenységének a szintje a probléma. A nyugati országokban nem feltétlenül azért működnek jobban ezek a kezdeményezések, mert érzékenyebb a társadalom a társadalmi problémák megoldására, hanem azért is, mert ezekben az országokban magasabb az életszínvonal. Magyarországon sokan azért nem vásárolják meg a drágább terméket, mert ők maguk sem engedhetik meg maguknak.

„Nehézségük, hogy társadalmi vállalkozásként úgy kell a piacon versenyezniük, hogy azért a vevők nem annyira érzékenyek a társadalmi célok iránt. Egyedül maradnak azon kívül, hogy adott esetben egy támogató elismeri ezt, és támogatja a szervezeteket. De nem érzem egyelőre, hogy a piac értékelné.”

„Nehézség a piac, a fizetőképes kereslet. Aki jó, az megtalálja azt a terméket vagy szolgáltatást, amit a piaci versenyen belül is tud értékesíteni, ő hosszútávon fenntartható lehet. Sok területen lehet ilyet találni, pl. faipari vállalkozások, akik megtalálják azokat a munkafolyamatokat, termékeket, amiket pl. hátrányos helyzetűekkel is hatékonyan és jól lehet csinálni, és akkor máris labdába tudnak rúgni. De a piac sajátosságai Magyarországon mindenképpen nehézséget jelentenek.”

„Az emberek fejében is rendet kellene tenni. Sokan úgy gondolják, hogy a nonprofit szervezetek szolgáltatása ingyen van. Pedig költségek merülnek fel, emberek dolgoznak.”

„Megpróbáltuk bizonygatni, kimutatni, mekkora hatást nyújtunk. De senkit nem érdekel. A piacon versenyzünk. Ugyanolyan feltételekkel versenyzünk a piacon, mint a for-profit vállalat, és nem az az érdekes, hogy mekkora társadalmi hasznot érünk el, és mekkora jóságot adunk a világhoz, hanem hogy mennyi az ára és milyen a minősége. Tehát verseny van, és ennek kell megfelelni. A társadalmi érzékenyítés messze van. Az, hogy az ember megvegye a drágább terméket, ha azt egy társadalmi vállalkozás állította elő.”

„A tevékenységük során rá vannak kényszerítve arra, hogy olyan termékeket, szolgáltatást biztosítsanak, ami piacképes, amit megvesznek. Mert az a tapasztalat, hogy a vevőnek nem számít, hogy ezt a mézeskalácsot egy cigányasszony csinálta, egy fogyatékkal élő, vagy egy gyerek. A vevőnek az a szempont, hogy finom, vagy nem finom.”

„Megjelent Nürnbergben a Werkstätten:Messe: a szociális műhelyek vására. Megszervezett társadalom. A kereskedő kifejezetten azért jött, hogy az ő üzletében ki van írva, hogy ő hátrányos helyzetűek által előállított terméket vásárolt. Segítő vásárlás program 2012-ben kezdődött, de abbamaradt. A segítő vásárlás embléma (jelzi, hogy hátrányos helyzetűek állítják elő.). Ez a kezdeményezés abba maradt.”

„Ha a társadalom nem eléggé érzékeny, ez gátolja az üzleti profit szerzési lehetőségeket.”

„Annak a rétegnek ad munkát, akit egy dübörgő vállalkozás nem szívesen alkalmaz. Nem hatékonyan dolgozik. Termelni, a mi szappanunk, termékeink csak drágábbak lehetnek, mert ezek a munkavállalók nem hatékonyan dolgoznak.”

„Egy ilyen bolt azért működik jobban Németországban, mert jobban élnek az emberek, jobban megengedhetik maguknak. Nem csak azért nem veszi meg a drágább szappant, mert nem érzékeny, hanem mert esetleg ő is napról napra él.”

„Nem tud piacképes lenni, mert nem tudja a versenytárs árán kínálni a terméket.”

„Rendbe kell tenni a fejekben, legyen igény a társadalmi vállalkozásokra. Nekem miért van szükségem arra, amit te csinálsz, be kell indítani egy körforgást. Csak ha a társadalmi vállalkozások nem csinálják, akkor kik fogják. Vállalkozzunk, de miért kell Brazíliából hozni a paprikát, miért nem a kecskeméti paprikát esszük.”

„Nagyon sok kérdésben érzékenyíteni kell a társadalmat. Már az egy társadalmi hatás. Ezért is fontos a marketing. Fogyatékkal élők szolgálnak ki egy étteremben pl. Hollandiában. A társadalom többsége nem veszi igénybe itthon ezeket a szolgáltatásokat.”

„A társadalmi hatás extra költségeit nem biztos, hogy a piac 100 százalékig tudja viselni, finanszírozni. A vevő nem fog társadalmi cél alapján fizetni. Nyugaton sem ezzel érnek el eredményeket, hanem olyan termékeket vagy szolgáltatásokat értékesítenek, amelyeket a piac megfizet. A terméket nem tudja eladni a társadalmi célja, a design meg a minőség olyan magas árat eredményez, amire nincs fizetőképes kereslet. Ez még nagyon-nagyon hosszú távon sem biztos, hogy megoldódik.”

A láthatóság hiánya, hiányos marketing szemlélet és kompetenciák

Az előző problémakörhöz kapcsolódóan nagyon fontos lenne a társadalmi vállalkozások láthatóságának, az elért társadalmi hatások, eredmények kommunikálásának növelése, a marketing szemlélet erősítése. A probléma az, hogy sokszor nagyon nehéz mérni az elért hatásokat, és a szervezeteknél is sokszor hiányzik az a kompetencia, illetve a kapacitás, hogyan lehet megmutatni, kommunikálni az eredményeket a társadalom, a befektetők, a támogatók és a döntéshozók felé.

„Marketing szolgáltatás, marketing tekintetében óriási fejlesztés kellene egyrészt a termék, eladástechnika, közösségi marketing eszközei, a piackutatás. Mi próbáljuk segíteni a kezdő vállalkozásokat marketing tippekkel, kész sablonokat kapnak, elküldik a szöveget, segíünk tartalmilag is a megfogalmazásban. A döbbenet az volt, hogy az első megrendelők nem kis vállalkozások voltak, hanem nagyobbak is kértek segítséget és az is döbbenetes volt számunkra, hogy nagyobb cégeknek sincs két oldalas rövid bemutatkozó anyaga. Nem tudtuk beilleszteni a sablonba, mert nem volt elegendő a szöveg. Nincs anyaguk, nincs fotójuk.”

„Biztos mindenki elmondta, hogy a marketing, a kommunikáció fontos. De az sem mindenkinek fontos, mert például egy önkormányzati kezdeményezésnél, ahol a helyi közösségi kapcsolatok fenntartásánál teljesen más dolgokra van szükség. A nagyváros és a kisebb települések között is különbséget kell tenni abban, hogy mire lehet szükségük, mert egy faluban vagy kisebb településen lévő társadalmi vállalkozásnak nem biztos, hogy elvárás, hogy legyen facebook oldala. Meg ez célcsoport függő.”

„A marketing nem arról szól, hogy feltétlenül legyen kommunikáció, hanem arról, hogy a célcsoportot elérjem valahogy, és ha ez nem a facebook vagy nem a honlap lesz, akkor arra nincsen feltétlenül igény. Ilyen módon van szükség marketingre, mert a célcsoporthoz való eljutás nagyon fontos, és nem mindig sikerül meglépni a társadalmi vállalkozásoknak.”

A társadalmi beágyazódás, elfogadottság szintje – negatív sztereotípiák a szektorhoz kötődően

Több hozzászóló szerint a társadalmi vállalkozások, illetve a nonprofit szektor társadalmi elfogadottsága is kritikus. Nagyon nagyok az elvárások a szektorral szemben, sokkal jobban kell bizonyítani a hozzáértésüket, mint egy állami vagy egy for-profit szervezetnek. Egy kisebb közösségben, kisebb településen nagyban függ a siker vagy kudarc attól, hogyan tudja magát elfogadtatni a szervezet. Jó és rossz példákat is említettek. Sajnálatosnak tartották, hogy a nonprofit szervezetekkel, vagy éppen a szociális szövetkezetekkel szemben egy negatív sztereotípia él az emberek fejében, és nagyon fontosnak tartják ezt a társadalom fejében megváltoztatni.

„Ha egy társadalmi vállalkozás el akar kezdeni működni, pl. egy kis településen, az rögtön szemet szúr, és konfliktusokat is generálhat. A polgármester hatalmát veszélyeztető szerveződésként kezdheti el értelmezni. A hatalmi játszmák nagyon jelen vannak. Aki nem kerül be a foglalkoztatottak közé, annak az lehet a gondja. Vagy egyáltalán a társadalomban nem feltétlenül elismert az, ha valaki hátrányos helyzetűeket akar foglalkoztatni, ez is ellenérzést szül. Ez ott is lehet érdekes, ahol kis településen létrejön a szociális bolt, ami az egyetlen helyi foglalkoztatótól, a normál kis bolttól szippantja el gyorsan a vevőket, ott azért ez problémákat tud okozni.”

„Igen a szociális szövetkezet, mint fogalom, ismeretlen, sokan azt hiszik, hogy valamilyen adományosztás folyik, vagy valamilyen szociális ellátás. Meg a hírkeltés is, ami felröppent, hogy tisztességtelenek a szociális szövetkezetek. Rányomták mindenkire a bélyeget.”

Vállalkozói szemlélet és kompetenciák hiánya

A társadalmi vállalkozások valamilyen társadalmi cél segítése érdekében jönnek létre, és gyakran az alapítók az adott szektorhoz kötődő szakmai kompetenciákkal és tapasztalattal rendelkeznek. A piaci szemléletmód napjainkban jellemző felerősödése több szervezet számára nehézséget jelent, mivel nem rendelkeznek azokkal a vállalkozói (üzleti, gazdálkodási, pénzügyi és menedzsment) kompetenciákkal, ami ebben a megváltozott helyzetben szükséges. Többeknél probléma a termék, szolgáltatás felépítése, pozicionálása, és a nélkülözhetetlen, reális üzleti terv elkészítése.

„Olyan sok üzleti tervet olvasunk, és már a felét elolvastuk, és még mindig nem értettük meg, hogy mit szeretne csinálni. Letisztultan mi az a termék, vagy mi az a szolgáltatás, amit szeretne. Ez első számú kulcsfaktor. Ha ez jól van meghatározva, akkor az jó lesz.”

És ugyanígy fontos, hogy tudja, ki a célcsoportja, milyen problémákat céloz meg, kik az érintettjei, milyen terméket vagy szolgáltatást kínál. Innen indul el az egész. Van olyan, aki hetet-havat leír, hogy lekvárt szeretnék főzni, kolbászt szeretnék gyártani, és már a hatodik fajta tevékenységet olvassuk az üzleti tervben és még mindig nem világos, mit szeretne csinálni.”

„Inkább azt látom nehézségként, hogy az egésznek az üzleti oldala nincs meg eléggé: a képességek, a gondolkodásmód, a szemléletmód nincs meg. Ezen nagyon sokat kell erősíteni, fejleszteni.”

A jogszabályi változások kiszámíthatatlansága, magas adóterhek

A résztvevők szinte minden alkalommal megemlítették a jogszabályi változásokból eredő bizonytalanságot, kiszámíthatatlanságot. Ez gátolja a hosszú távú tervezés lehetőségét. Minden szervezet esetében elhangzottak olyan jogszabályi problémák, amelyek valamelyest a szervezeti jogi formákhoz kapcsolódnak. A szociális szövetkezetek esetében ez még markánsabban megjelent. A nem egyértelműen meghatározott könyvelési, adózási kérdések miatt sokszor a könyvelők, a bankok szemében kockázatos szervezetnek minősülnek. Sokszor fogalmazódott meg a szociális szövetkezetek besorolási problémája, miszerint nem egyértelmű a hovatartozásuk, sok pályázati lehetőségtől elesnek. Az adózási mértékeket magasnak tartják, miközben nekik a társadalmi célt figyelembe véve kell működniük. Nem, vagy korlátozottan kapnak adó- és járulékkedvezményeket, nem lehetnek normatíva lehívók. Általános felháborodást váltott ki a most bevezetésre kerülő önkormányzati tagság kritériuma. De az alapítványok, egyesületek és a nonprofit gazdasági társaságok részéről is érkeztek ilyen irányú panaszok (Áfa kérdése, KATÁs adózás kérdése, bekorlátozott piaci bevételszerzési lehetőség, miközben másik oldalról nyomás van a piaci bevételek növelése irányába, a normatívák folyamatos csökkenése, az állandó jogszabályi változás követhetlensége).

A kapcsolatrendszer hiánya

A társadalmi vállalkozások sikerének egyik kulcsa a kapcsolatrendszerük milyensége. Milyen a társadalmi, közösségi beágyazottságuk, megítélésük, tudnak-e befektetőket, finanszírozókat találni. Tudnak-e együttműködni egymással. Van-e megfelelően működő érdekképviselőjük. A hozzászólások alapján általánosan elmondható, hogy a kapcsolatrendszer fejlesztése sürgető igény.

5.c. Milyen területen kellene fejleszteni a társadalmi vállalkozásokat?

Az interjúkon az alábbi legfontosabb fejlesztendő terület hangzott el.

A pályázatfüggőség csökkentése, a bevételstruktúra fejlesztése, a pályázon kívüli finanszírozási lehetőségek segítése

Az egyik legfontosabb fejlesztési terület a finanszírozás. Kiemelkedően fontos a forrásszerkezet megváltoztatása, hogy a pályázati támogatás aránya csökkenjen. Erre vonatkozóan több igen értékes javaslat is megfogalmazódott. Az egyik elképzelés szerint a pályázati források biztosításának fokozatosnak kellene lenni. E szerint az induláshoz kellene adni támogatást, melynek célja a kapacitások kiépítése, a háttér megteremtése, majd a működés stabilizálódása után fokozatosan csökkenteni ezeket a támogatásokat, és adni mellé hitelt. Tehát egyfajta támogatással kombinált hitelkonstrukció megteremtését javasolják. A másik felvetés a normatív finanszírozás megteremtése, illetve az adó- és járulékkerhek csökkentésének kidolgozása, mely nagy segítséget jelentene a működő társadalmi vállalkozások esetén (akár a támogatásokat is kiválthatná). Az adókedvezmények adása esetén azonban fokozottan meg kell teremteni az ellenőrzések feltételeit, a visszaélések elkerülése érdekében. A finanszírozással kapcsolatban javaslat született pénzalapok létrehozására. Erre nagy szükség lenne, hogy a társadalmi vállalkozások ne a kereskedelmi banki logika szerint kapjanak hitelt, hanem egy nonprofit sajátosságokat is figyelembe vevő konstrukció szerint. Nagyon fontos, hogy az állam vállaljon részt a pénzalapok létrehozásában, de ne ő működtesse, kezelje azokat. Felmerült, hogy a bankok is csatlakozhatnának azzal az elképzeléssel, hogy ne különböző banki programok legyenek, hanem ők is ebbe a pénzalapba helyezték el az erre szánt összegeket, és annak felosztása már a pénzalap feladata lenne. Egy érdekes véleményként merült fel, hogy nem a szervezeteknek kellene odaadni a pénzt, hanem a rászorultaknak, akik annak a szervezetnek adják, akik valóban a legtöbbet segítenek nekik. Nyilván a páénzek felhasználását szigorúan ellenőrizni kellene ebben az esetben.

„A pályázatokat úgy kellene felépíteni, hogy szerintem először támogatást kellene adni, 5-7 éves ciklusra kellene tervezettni. Először támogatást kellene adni, amiből elindulhatnak a tevékenységek, majd csökkenteni kellene a támogatást és adni hozzá hitelt és megint át kell bllenteni azt, hogy vállalkozásként hitellel be tudja fejezni a tevékenységét, eljutni akár a fenntarthatósághoz. Ennek egy tervezett folyamatnak kellene lenni és ezt nem látom, hogy ez működne.”

„Először meg kellene alapozni a társadalmi vállalkozások létrehozását, esetleg pályázattal létrehozni, és aztán lépésről lépésre támogatásokkal, támogatás és hitel konstrukcióval eljutni oda, hogy saját lábra tudjanak állni. Ezt a folyamatot én 2000 óta látom. Volt szövetkezz nevű, volt a kooperáció nevű pályázat, ami nem vonatkozott másra, mint a szövetkezet megalakítására. Megalakításra kerültek a szövetkezetek igen szép számban. Aztán jött a kooperáció plusz pályázat és annak több lába és a több lába már arra vonatkozott, hogy ezeket fejlesszék és megerősítsék.”

„Aztán most van a GINOP 5.1.2, 5.1.3... Ez most már egy továbblépés. Lesz ennek egy újabb továbblépése. Most már mindenki láthatta a publikus forrásokból, hogy lesz az 5.1.7., amelynek a visszatérítendő és vissza nem térítendő hitelkonstrukcióval egybekötött pályázati anyaga készülöben van. Végso soron ezen a folyamaton végimentünk.”

„Akár olyan normatív finanszírozás kellene, amik lehívhatók és igénybe vehetők, bizonyos tevékenységeket végeznek társadalmi vállalkozások, ebben lehet az államnak meghatározó szerepe, hogy ő megmondja, milyen társadalmi problémákra akar finanszírozást adni, de attól még a társadalmi vállalkozások sokkal szélesebb rétege adhatna másra is választ.”

„Nem is azt kellene mondani, hogy pénzt kellene adni, hanem kedvezményeket kellene adni, tehát járulékkedvezményt, adókedvezményt. Tehát nem kellene beszélni pénzt. Röhej az, amikor a társadalmi vállalkozások pont azt az ÁFA-t fizetik, pont ugyanazt az adót, pont ugyanazt a járulékot kell fizetniük közben olyan célcsoporttal és olyan társadalmi célok megvalósításában dolgozik, amihez kutya kötelessége lenne az államnak hozzájárulni. Én nem azt mondom, hogy adjon pénzt, de ne vegyen el pénzt, a logikát kellene megfordítani.”

„Azzal egyetérttek, hogy valóban lehetne azzal támogatást adni nem effektív pályázati pénzeket, esetleg rossz a kritériumrendszere, hanem úgy támogatni, hogy valamiféle adókedvezménnyel, járulékkedvezménnyel, amelyek meghatározóak, olyan kedvezőek más általában működő vállalkozásokkal szemben, amik nagyon előnyösek. Tehát ott lehetne valamivel ingyen operálni nem a támogatással, mert az is egyfajta támogatás, de mégsem az, hogy meg kell pályázni ilyen vagy olyan pénzeket, hanem pl. egy nagy szervezetnél ahol sok ember tevékenykedik, és akár hátrányos helyzetben van akár roma, akár hátrányos helyzetű sok száz főnél ott már nagyon nagy sokat számít, hogy ezeket a kedvezményeket megkapják akkor ez nagyon komoly támogatást jelentene. Egyszerűbb.”

„Vállalkozásbarátabbá kellene tenni ezt az országot: pl. a járulékterhek és az adminisztratív terhek csökkentése. Nagyon komplex fejlesztésre lenne szükség, ebben az esetben tudna talán teret találni magának ez a szektor a magyar gazdaságon belül.”

„Adókedvezmény adása veszélyes lenne. Litván tapasztalatról számolt be egy ottani kolléga. Mivel adókedvezményt biztosítottak a társadalmi vállalkozások számára, azonnal mindenki az lett, és ez visszaélésekhez vezetett, és nagyon gyorsan fel is számolták.”

„Én azt szeretném elérni, hogy ha egy vállalkozásról el van ismerve, hogy társadalmi vállalkozás, szociális szövetkezet a mai fogalmak szerint (nagyon szeretném ha közösségi szövetkezetnek hívnák majd hosszú távon), ha ez el van fogadva, akkor mindaz ami az adóval kapcsolatos dolog azt pl. én a szövetkezetnél hagynám. Azt a közösségi alapba automatikusan be kelljen tenni ugyanazon a napon. Tehát a közösségi alapba félre legyen téve. Ezzel fedezetet teremtenének a saját struktúrájukba a struktúrájukon belül..”

„Szerintem az is egy fontos dolog lenne, hogy létrejöjjenek olyan pénzalapok, amelyek társadalmi vállalkozásokat finanszíroznak, és hogy ebben az államnak szerepet kellene vállalni, de nem neki kellene működtetni. Az, hogy ezek a pénzalapok létrejöjjenek, nagyon hiányzik a társadalmi vállalkozásoknak, és az, hogy ne kereskedelmi banklogika szerint kapjanak hitelt ill. nem kapnak hiteleket a társadalmi vállalkozások leginkább, mert hogy a kritériumrendszer nem megfelelő. Azért kellenének olyan pénzalapok, amelyek a civilszervezetek és a társadalmi vállalkozások logikájának megfelelően adnának hitelt.”

„Ezek a bankok is tehetik azt, hogy nem ők befolyásolják vagy avatkoznak be ebbe a dologba, ne önállóan, autonóm módon osztják szét a pénzt, ide vagy oda, hanem ezekbe az alapokba tegyék bele olyan szinten, ahogy ők gondolják és ezeket az alapokat pedig szakmailag megalapozottan osszák szét úgy, hogy tényleg a jól működő társadalmi vállalkozásoknak ossza szét. Tényleg ne az legyen, hogy az egyik bank ezt preferálja a másik meg azt, ezt önálló módon csinálja. Tulajdonképpen ugyanezt csinálja az állam is, van, amiket preferál, van, amit nem, éppen ezért tényleg jó ötlet az alap létrehozása.”

„Társadalmi vállalkozásokat finanszírozó alapok lennének ezek, ami lehet tevékenységfüggő, meg attól független is az a lényeg, hogy olyan alapok kellenének. Elhangzott egy vállalkozás, amelynek a korábbi működése azért volt jó, mert a vállalkozás megfinanszírozta a mezőgazdasági tevékenységeknek a vetőmagot, ami kellett, és amikor a termék megvolt akkor visszafizette. Tehát volt egy nagyon szerves kapcsolat egy szövetkezeti rendszerben. Ma szétverték a szövetkezeti pénzügyi intézeteket, eszükben sincs működtetni, mint ahogy szövetkezetként kellene. De ezek a pénzalapok működnek fejlettebb társadalmakban.”

„A takarékszövetkezetek átalakulásakor volt leadva egy olyan dolog, amikor tervbe volt véve a bankok megadóztatása, hogy az állam abból hozza létre azt amit mi úgy hívtuk, hogy közösségi takarékszövetkezeti alap, amelyikhez nem nyúlhat hozzá a takarékszövetkezeti alap, de fedezetként használhatja.

Tehát, ha egyet tesz hozzá és jó a cél és elérték a céljukat, akkor leíhíthatja, és abból visszafizetheti a takarékszövetkezet fogyasztói részére. Ezekre megvannak a kialakult formák Németországban. Ráadásul a legnagyobb itt van, a Raiffeissen-nek a teljes rendszere itt van, bármikor leülnek velünk és beszélnek.”

„Én nem az egyesületeknek meg a szövetkezeteknek adnám a pénzt, hanem a rászorultaknak adnám oda a pénzt és fizessék annak az egyesületnek és szövetkezetnek, amely tényleg segít neki. Most így nagyon durván. Tehát, hogy megvegyék a szolgáltatást és ne a szolgáltatást adják oda valakinek, tehát megfordítanám a dolgot. El kéne költenie, meg lenne adva az a száz szervezet, amelynek odaadhatja a pénzt, és ha nem adja oda, akkor nem adom oda neki a pénzt. De a szervezetet ő választja ki, hogy ki segít neki a legtöbbet.”

A társadalmi hatásmérés fejlesztése, segítése

Nagyon fontos a társadalmi hatás mérése, azonban az a tapasztalat, hogy sok esetben nincs meg a kapacitás és a megfelelő kompetencia a szervezeteknél. Dilemmák merültek fel az egyéni és az egységes mérés bevezetésére vonatkozóan. Felmerült, hogy hasznos lenne egy adaptálható társadalmi hatásmérési eszköztárat kidolgozni, jól végezhető, egyszerű formában, amit aztán mindenki a saját képére formálhat, de nem lenne kötelező érvényű. A társadalmi vállalkozásoknak a kezébe kellene adni olyan eszközöket, módszereket, amikkel ők meg tudják határozni saját maguk számára, hogy mi a társadalmi céljuk, az elérhető társadalmi hatásuk, és ezeket egyszerűen és reálisan tudják mérni. Fontos lenne nyomon követniük, hogy hol állnak a társadalmi céljuk megvalósításában. Mindenképpen egyszerű módszerre van szükség, hogy ne legyen túl nagy időszükséglete.

„Nagyon fontos lenne a társadalmi hatásmérést valamilyen jól végezhető egyszerű formában kidolgozni, amit aztán mindenki a saját képére formálhat. Ezek a szervezetek sokszor nincsenek tudatában, hogy mik a tényleges társadalmi hatásaik.”

„Nagyon szubjektíven értelmezik maguk a társadalmi vállalkozások a saját eredményeiket, sikereiket. Nehezen mutathatók ezek be egy szélesebb közönségnek vagy társadalom szélesebb köreinek, ezért lenne jó egy adaptálható társadalmi hatásmérési eszköztárat kidolgozni. Nincs semmi kötelező, de amit el akarsz érni, azt igenis tudd kimutatni, bemutatni.”

„Egyre inkább abba az irányba kellene elmenni, hogy minél egyszerűbben kimutatható legyen ez. A társadalmi vállalkozásoknak a kezébe kellene adni valami olyan eszközöket, módszereket, amikkel ők nagyon jól meg tudják határozni saját maguk számára, hogy mi a társadalmi céljuk, az elérhető társadalmi hatásuk, és ezeket egyszerűen és nem a valóságtól elrugaszkodva tudják mérni. Fontos lenne nyomon követniük, hogy hol állnak a társadalmi céljuk megvalósításában. Nem kell nagyon általánosan és minden apró tényezőt és közvetett célt mérni, mert akkor a tevékenységük csak a hatásmérésből állna.,,

Átgondolt sztenderdizáció – életképes minősítési folyamat meghatározása, a társadalmi vállalkozás kategória átgondolt lehatárolása

Nagyon fontos, hogy a társadalmi vállalkozások definícióját kellően átgondoltan fogalmazzák meg, és jól határolják le a kategóriát. Fontos, hogy ne egyoldalúan, felülről határozzák meg, hanem vonják be az érintett szervezeteket és az érdekképviselői szervezeteiket. Ez nem könnyű, különösen a jogi formák, a tevékenységtípusok, a társadalmi hatókörök szerteágazóságából adódó különbségek tükrében. Itt is kérdés, hogy a társadalmi vállalkozások besorolása és a pályázatok előminősítésének kritériuma miként válik el. A minősítő rendszerrel kapcsolatban alapvető elvárás, hogy politika semleges legyen. Fontos lenne egy olyan minősítési rendszert kidolgozni, aminek a megszerzése aztán piaci értéket képvisel a szervezet számára, amit elismernek a befektetők, elismernek a döntéshozók, és elismeri a társadalom.

„Magyarországon is elindult egy ilyen folyamat, csak az a nagyon nehéz munka benne, hogy kellőképpen tágra kell meghatározni ezt a definíciórendszert ahhoz, hogy beleférhessen sok szervezet, viszont a szakmai részről meg kell egyfajta specifikáció is, hogy ne mindenki kerüljön be. De ezt a fajta lavírozást éljük meg az előminősítő rendszer folyamán is, hogy van egyfajta elvárás, hogy mekkora a keretösszeg, van egyfajta szakmai koncepció, hogy mi az, amitől az, és ugyanilyen lenne egy jogszabály kidolgozása is, hogy meg kell találni egy középutat.”

„A minősítő rendszer fontos, de a minősítő rendszernek szakmainak kell lennie és minden vonatkozásában ki kell tudni zárni a politikai szempontokat és én ebben nem látok garanciát a jelenlegi rendszerben, ami nagyon nagy probléma.”

Adminisztratív terhek csökkentése

Nagyon fontosnak tartják a résztvevő szervezetek, hogy a szabályozások során törekedjenek az adminisztratív terhek csökkentésére. A megnövekedett és szerteágazó adminisztrációs kötelezettség elveszi az időt a valódi társadalmi értékteremtéstől. Arra pedig nincs kapacitásuk és forrásuk, hogy az adminisztrációs feladatok ellátására további munkaerőt alkalmazzanak.

A társadalom érzékenyítése, szemléletformálás

A társadalom érzékenyítése nagyon fontos kérdés, és ebben mind a társadalmi vállalkozások, mind az állam szerepet kell hogy vállaljon, az eredmények megmutatásával, a megfelelő kommunikációval, és azzal, hogy ezt már az oktatásba is beviszik egészen kicsi kortól kezdve.

„Ahhoz, hogy egy társadalmi vállalkozási szektor jól működjön, és fenntartható legyen, ahhoz a teljes gazdaságon belül, egyáltalán az országon belül kellene egy jelentős szemléletfejlesztési folyamatnak lezajlani.”

A láthatóság növelése

A láthatóságát fejleszteni kellene a szektornak. Lényeges, hogy megismerjük ezt a szektort, hogy kik a szereplők, milyen gazdasági teljesítményük van, foglalkoztatási mutatóik, eredményük, befizetett adók mértéke. Úgy gondolják, hogy ebben az érdekképviselői szervezeteknek, és az olyan háttérintézményeknek, mint például az OFA, nagy szerepe lehetne. Fontosnak tartják, hogy meg tudják szólítani a döntéshozókat, erre pedig fórumot kell teremteni, a szektornak pedig össze kell fogni, hogy együtt hallattassák a hangjukat. A marketing szerepét emelték ki, és nagyon fontosnak tartják a marketing szemlélet és a marketing kompetenciák fejlesztését. Fontosnak és üdvözlendőnek tartották egy on-line piactér létrehozását, aminek kidolgozása már folyamatban van, illetve a különböző vásárok, rendezvények szervezését, ami növelné a szervezetek láthatóságát. Javaslat született egy „társadalmi vállalkozás címke” létrehozására, mely értéket képviselhetne a „viselője” számára.

„Láthatóvá kell tenni az eredményeket. Az OFA-nak ebben nagy szerepe lehetne. Ezeknek a szervezeteknek kellene egy fórum, felület, hogy a társadalom és a döntéshozók láthassák. Mekkora lehet az a szám, ami mellé érdemes mellé állni. 1500 fő nem volt elég számos. Meg kell szólítani a döntéshozókat.”

„Láthatóvá kell tenni, hogy egy szervezetnek milyen eredményei vannak. Ezt nem lehet másképp, kell egy marketinges szakember és forrás hozzá, valamint for-profit gondolkodás. A piacra ki kell jutni és forrást szerezni a működéshez. Át kell formálódni. Különbözni kell, egyenként létrehozni a facebook oldalt, eredmény kommunikációt kell véghezvinni.”

„Marketing vállalatirányítási technikák kellenek.”

„A kiírók elméleti síkon gondolkodnak, fentről határozzák meg. Össze kellene fogni, lobbizni, ott kell lenni a tervezésben, ne felülről mondják meg. Együtt hallatni a hangunkat. Jó gyakorlatok bemutatásával. Megbeszélni a tapasztalatokat, eljutni együtt a döntéshozókhoz. Fórumot találni, hogy képviselni a civileknek a hangját. A két oldal nem találkozik.”

„Ezt lehetne erősíteni azzal, hogy egy általános társadalmi vállalkozás címkét vagy valami kedvezményt kidolgozna az állam. A pecséthez más hozadék is járna, adott esetben adókedvezmény.”

A társadalmi beágyazódás, elfogadottság növelése – negatív sztereotípiák megváltoztatása

Nagyon fontos az eredmények és a hatások társadalom szintű kommunikálása, és a szektor sokszor tapasztalt negatív megítélésének a megváltoztatása.

Vállalkozói szemlélet fejlesztése – gazdálkodási, üzleti és menedzsment-kompetenciák fejlesztése

Nagyon fontos az üzleti gondolkodás, szemlélet erősítése. A gazdálkodási és vállalkozási ismeretek szerzése (például hogyan kell jól megírni egy üzleti tervet). Hasznos lenne erre irányuló képzések szervezése (mint például a tervben lévő szociális menedzser képzés). Fontosnak tartják, hogy a képzéseken megszerzett ismeretek gyakorlatorientáltak, naprakészek legyenek, és igazodjanak a szervezetek igényeihez és a megváltozott környezet elvárásaihoz.

„Bele kell merülni a piaci szervezetek működésébe, át kell venni a jó gyakorlatokat, nem fogja meggátolni, hogy a demokratikus döntéshozás működjön, nem fogja veszélyeztetni a társadalmi célok elérését, és hogy ezek előnyben legyenek a piaci célokkal szemben. Ekkor lehet plussz forrásokat szerezni, vagy a költségeket csökkenteni.”

„A mostani kiírásban... olyan üzleti tervet íratunk velük, ami hosszabb távon tart, és igyekszünk rendesen megírni velük, tehát figyelünk rá, hogy olyan szinten kidolgozottak legyenek, hogy gondolják át a hatást, hogy mit terveznek hosszú távon, és hátha ez akkor a működésükben is valamilyen pozitív változást ad. Ez nem egy olyan szakmai elő minősítő rendszer, hogy szeretnénk a jókat vagy jobbakat kiválasztani, hanem van egy üzleti terv mintánk, amit meg kell tanulniuk kitölteni, és ez egy fejlesztési folyamat is egyben, hogy képessé kell válniuk egyfajta gondolkodásra. Ha képessé váltak rá, akkor tudnak pályázni a forrásra. Aki a fejlesztésig eljut, mindenki megkapta eddig a minősítést, csak van, aki lassabban, van, aki gyorsabban.

Kiszámítható jogszabályi környezet megteremtése – jogi besorolások rendbetétele

Jogi területen számos fejlesztésre lenne szükség. Így például rendbe kellene tenni a szociális szervezetek besorolását, hogy ha szociális tevékenységet is ellát, akkor a for-profit szervezetekhez képest megillessék őket például adókedvezmények. Kiemelkedően fontos a stabil, kiszámítható jogszabályi háttér megteremtése. És fontos, hogy a társadalmi vállalkozások kategóriájának meghatározása során ne ütközzenek jogszabályi akadályokba, anomáliákba.

„Több országban van jogi definíció alapján kifejezett olyan, hogy társadalmi vállalkozás, de nem hiszem, hogy Magyarországon lesz ilyen, de nem tudom, hogy merre mozdul el. Vannak ilyen törekvések is. Csak akkor a kifejezett egyesületen, alapítványon kívül mi az, ami plusz, ami megkülönbözteti őket. Ez a fejlesztési lehetőség és kockázati tényező is egyben, hogy merre fogják ezt elvinni.”

„Ha nekem kellene meghatározni, csinálnék egy felmérést, leülnék az érintettekkel és a minisztériummal is, hogy a működésükből milyen következtetéseket lehet levonni. A társadalmi vállalkozások olyan irányba vinnék el, hogy normatív kedvezmény legyen mindenkinek, adómentesség. Én is valamilyen szintű adókedvezmény mentén fognám meg a dolgot, csak ezt a mostani szabályozásba elég nehéz beemelni, mert vannak olyan szervezetek, amelyeknél van valamilyen kedvezmény, máshol meg már máshogy. Akik a mostani pályázati forrásban fel vannak sorolva, mint célcsoport, ott eléggé nagy különbségek vannak. Van, amelyik gazdasági társaság, van, amelyik civil szervezetnek számít. És hogy mi lehet az az egy közös nevező, annak megtalálása egyáltalán nem kis munka, ami alapján meg tudnánk mondani, hogy mik a társadalmi vállalkozások, úgy hogy abba beleférjenek akár a for-profitok is.”

A kapcsolatrendszer kiterjesztése, együttműködések fejlesztése – a piachoz való hozzáférés segítése

Nagyon fontos a kapcsolatrendszer erősítése, a kapcsolati tőke kiterjesztése, az együttműködési lehetőségek keresése, az együttműködés hatékony formáinak (pl. hálózatosodás) megteremtése. A piachoz való hozzáférés segítségét kiemelkedően fontosnak tartják mind az állam, mind az állami háttérintézmények, mind az érdekképviselői szervezetek részéről. Egy komoly érdekvédelmi rendszer kiépítését elengedhetetlennek tartják. Fontosnak tartják a nonprofit és a forprofit szektor közötti együttműködési lehetőségek erősítését, a különböző mentor programok bevezetését.

„Inkább a piachoz való hozzáférésben kellene segíteni. Segíthetne a hálózatosodás, hogy az azonos területeken tevékenykedő szervezetek akár társulva, nagyobb cégek beszállítói lehetnének, hogy volumenben is tudjanak olyan mértékben termelni, ami a piacon versenyképes. Ezek lehetnek egymás versenytársai is, de a társadalmi vállalkozások nem nyereség maximalizálásra törekednek, így inkább lehet jellemző az együttműködés. Fejlesztendő lehet a for-profit és a nonprofit szféra együttműködése, akár a beszállítói kapcsolatok támogatásán keresztül, akár a CSR vonalán is.”

„Nagyon fontos, hogy ezekben az új típusú generációs pályázatokban nagyon sok mentor segítsen a pályázóknak. Nyilvánvaló, hogy egy menedzser típusú vezetői szemlélet kell a szervezet élére akkor fog tudni csak labdába rúgni.”

„Abban nagyon tudna segíteni egy OFA vagy bármely szervezet, hogy kapcsolati tőkét generál, hogy olyan szervezetekhez üzletágakhoz, for-profit szervezetekhez beviszi a társadalmi vállalkozásként működő pl. futárszolgálatot, ahova én nem tudok bejutni. Bármilyen komoly ághoz, multihoz. Ez sokkal hasznosabb lenne, mint hogy ilyen-olyan pénzeket odaad az embernek. Természetesen a feladatot el kell végezni és ezt ellenőrizze le az a szervezet, aki ebben segít, aki a kapcsolati tőkéjét odaadja, odaviszi a mi alapítványunkat, ahhoz a céghez ahol igény van erre a szolgáltatásra. Ez nagyon nagy segítség lenne. Sokkal nagyobb hasznot hajtana az a szervezet, aki ebben segít. Mert tényleg vállalkozói alapon tud működni, lehet ezt ellenőrizni, minősíteni, az fogja, aki a szolgáltatást igénybe veszi.”

„Pontosan ezért találtuk ki a társadalmi vállalkozások minősítését, mert ez egy remek gondolat. El szeretnénk mondani, ha ezt meghirdetjük fű, fa, gyöngyvirág jelentkezik. Mi alapján vigyük be és kössük össze a partnereket, honnan tudjuk, hogy ő nem esetleg egy kalandor, pénzlenyúló kalandor csak, aki ide be akar jutni. Pont ezt célozza a társadalmi vállalkozás.”

„Egyébként adatbázis szintjén, piactér néven hamarosan elérhető az OFA honlapján az a felajánlás jelleg, amiről beszélünk. Tehát, ha futárszolgálat van és megkapta a minősítést egy társadalmi vállalkozás, akkor ez megjelenik a honlapon. ...Rendezvényeink vannak. Szeretném jelezni, hogy lesz egy olyan nagy rendezvényünk, ahol megjelennek nemcsak a társadalmi vállalkozások, a minősített társadalmi vállalkozások és összehozzuk azokkal a befektetésre alkalmas és kész szervezetekkel, vállalatokkal, vállalkozókkal, akik nyitottak arra, hogy a társadalmi vállalkozásokkal együttműködjenek. Ezt tervezzük, egy két napos, nagyszabású rendezvénysorozat lesz. Itt be is tudják mutatni magukat a társadalmi vállalkozások.”

„Meg kell csinálni a piacot. Segíteni kell kormányzat szintjén. Hiába termel, ha nincs piac. Tudatos vásárló. Kormányzati program kell, ami nem arról szól, hogy ad x forintot, hogy legyenek társadalmi vállalkozások, foglalkoztassanak, de nem ad pénzt arra, hogy legyen piaca. Nem építi ki a piacot. Hogy tudatos vásárlás legyen. Ha lejár a projekt, el kell küldeni a dolgozót.”

„Nagyon jó lenne, ha lenne egy fórum, vagy on-line felület. Most úgy látom, hogy a piacon is elindult egy ilyen folyamat és lesz egy ilyen lehetőség, egy web áruház, ahol a szociális szövetkezetek termékeit fogják elsősorban nemcsak egymás közt, hanem magánszemélyeknek is értékesíteni. Ez a fejlesztésnek egy speciális formája lenne.”

Rendszerszemléletbeli kritika

Rendszerszemléleti kritikaként hangzott el, hogy nincs egy komplex, több szakterületet átfogó kormányzati stratégia. A társadalmi vállalkozások ügye több tárcához, minisztériumhoz, szakterülethez is kapcsolódik. Kíváncos lenne egy komplex programot kidolgozni.

„Nincs komplex, több szakterületet átfogó kormányzati stratégia. Több szakterület használja a saját területén. A társadalmi vállalkozás fogalmat is egységesíteni lehetne. A civil szervezetek a Miniszterelnökség felelősségi területe, az NGM a munkaerőpiaci területen tudja segíteni ezeket a szervezeteket, az Emberi Erőforrás Minisztérium a társadalmi célokhoz tud bizonyos normatívákat biztosítani. A megváltozott munkaképességűek területe megint külön áll. Ezeket egységbe lehetne foglalni.”

7. Következtetések, javaslatok

A kutatás alapján társadalmi vállalkozás bármilyen típusú szervezet lehet, ha van társadalmi célja és kimutatható társadalmi hatása, valamint a piacról, értékesítésből vagy szolgáltatásnyújtásból származó bevétele. Az innováció és a demokratikus döntéshozatal lehetőség, de nem kritériuma a társadalmi vállalkozásnak.

A társadalmi vállalkozás a nonprofit szektor és a hagyományos for-profit szektor között foglal helyet. A civil szervezeteknél szemléletváltás fog bekövetkezni, sokszor kényszerből piacosítva tevékenységüket, egy részük társadalmi vállalkozássá válik. A különböző szektorok (nonprofit és forprofit) egyre inkább közelednek egymáshoz, tanulnak egymás szemléletéből és módszereiből.

A társadalmi vállalkozások által megfogalmazott küldetés három leggyakrabban előforduló eleme a munkaerőpiaci helyzet javítása, elhelyezkedés segítése, munkalehetőség biztosítása (21%), a településhez, helyi közösséghez kötődő célok (12%), valamint a megváltozott munkaképességűek, fogyatékkal élők helyzetének javítása (11%). További lényeges elemek a korcsoportjukból adódóan hátrányos helyzetűek (fiatalok, idősök) segítése (7%), a környezet védelme (7%), megjelent az érdekvédelem (2%) és a romák helyzetének javítása (2%).

A társadalmi vállalkozások társadalmi tevékenysége alapján a legtöbb szervezet oktatással (36%) foglalkozik, jelentős arányt képvisel a szociális ellátás (34%), a kultúra (34%), a szabadidő, hobbi (27%), és a településfejlesztés (27%). Vállalkozási tevékenységükben dominál az egyéb szolgáltatás (28%), az oktatás (13%), majd a humán egészségügyi szociális ellátás, valamint a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat, mindkettő 8 százalékkal.

A társadalmi vállalkozások alapításának indítéka leginkább (94%) valamilyen társadalmi vagy közösségi cél megvalósítása, együttműködés / érintettek bevonása (85%), társadalmi problémák megoldása (83%), a közjó támogatása (81%) és a fenntartható fejlődés elősegítése (80%).

A legtöbb megkérdezett vállalkozás jelenleg is működik (94%). A társadalmi vállalkozások 12 százaléka az életgörbe indulási szakaszában van, legnagyobb része (47%) növekedési fázisban, 36% az érettség fázisában, és 5% hanyatlik.

Az átlagos magyarországi társadalmi vállalkozás 13 éve alakult, 17 főt foglalkoztat, az éves árbevétele 45 millió forint, az adózás előtti eredménye 1,4 millió forint volt 2015-ben. A tipikus társadalmi vállalkozás 4 éve alakult, 2 főt foglalkoztat, az éves árbevétele és adózás előtti eredménye 0 forint közelében volt 2015-ben.

A 2015-ös átlagos bevétel megoszlása: az alap-illetve közhasznú tevékenységből származó (36%), központi állami támogatás (22%), pályázati támogatás (19%), vállalkozási típusú tevékenységből származó bevétel (10%), önkormányzati támogatás (8%), tagdíjbevétel (3%), belföldi magán támogatás (3%). A társadalmi vállalkozások több mint fele a nyereségét teljes egészében visszaforgatja a társadalmi tevékenységébe.

A hazai társadalmi vállalkozások 63%-a foglalkoztat nőket, 20%-a részmunkaidősöket, 10%-a közfoglalkoztatottakat, 13%-a megváltozott munkaképességűeket, 46%-a hátrányos munkaerőpiaci helyzetűeket.

A társadalmi vállalkozások működési ideje, foglalkoztatotti létszáma, bevétele és adózás előtti eredménye alapján Közép-Magyarország, Közép-Dunántúl és Nyugat-Dunántúl fejlettnak tekinthető, míg Észak-Magyarország és Dél-Alföld teljesítménye országos átlag alatti. Vegyes képet mutat Észak-Alföld és Dél-Dunántúl. Az alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttes bevétele Dél-Alföld (21%) és Észak-Magyarország (43%) kivételével minden régióban meghaladta az 50%-ot.

A szervezetek működési ideje, foglalkoztatotti létszáma, bevétele és adózás előtti eredménye alapján az alapítványok minden szempontból átlag feletti, a szociális szövetkezetek átlag alatti teljesítményt mutatnak. A nonprofit kft-k és az egyéb kategória egy szempont kivételével átlag feletti, míg az egyesületek régen működnek, de a többi szempont alapján átlag alatti a teljesítményük.

A társadalmi vállalkozások minden jogi-szervezeti formájára jellemző, hogy a bevételből a legnagyobb arányt az alap- illetve a közhasznú tevékenység bevétele adja, ez az egyesületek és az alapítványok esetén 24%, az egyéb kategóriában 41%, a nonprofit kft-knél 43%, a szociális szövetkezeteknél eléri a 45 százalékot. A központi állami támogatás 12% és 21% között van, kivéve a szociális szövetkezeteket, ahol, mindössze 1%. A pályázati támogatás mindenütt 1-3%, kivéve a nonprofit kft-eket, ahol 13%. Alig van vállalkozási bevétel a társadalmi vállalkozásoknál, aránya 0% és 4% között van. Önkormányzati támogatás a szociális szövetkezetek esetén jelentős arányt képvisel (20%), a többi formánál elhanyagolható (0%-2%). Tagdíj bevétel a szociális szövetkezeteknél jelentős arányú (22%), a nonprofit kft-knél 16%, alapítványoknál 12%, az egyesületeknél 13%. A belföldi magán támogatás jelentős az egyesületek (34%) és az alapítványok és az egyéb kategória esetén (31%), a nonprofit kft-knél 14%, a szociális szövetkezeteknél 8%. Az alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttes sehol nem éri el a 40 százalékot, viszont eléri, illetve meghaladja a 35 százalékot.

A társadalmi vállalkozás hosszú távú társadalmi hatásaként leginkább a munkanélküliség csökkentését (52%), a képességfejlesztést (46%), a jobb életkörülményeket (45%) az esélyegyenlőség növekedését (45%), valamint a társadalmi összetartozás erősödését jelölték meg.

A társadalmi vállalkozások szerint a legfontosabb sikertényező a szakértelem, ez a társadalmi vállalkozások 53%-a szerint fontos. Második helyen a jó minőségű termék/szolgáltatás (45%) szerepel, ezt követi a létező társadalmi szükséglet beazonosítása (42%), a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés (35%), a stratégiai gondolkodás, hosszú távú tervezés (33%). Lényeges tényezők a működési tapasztalat (32%), a jó kapcsolatok (30%) a vezetés személyes érzékenysége és elkötelezettsége (29%), valamint a helyi viszonyok ismerete (29%).

A fókuszcsoporthoz tartozók interjúk során egyértelműen kiderült, hogy fontos a sikerhez a vállalkozási szemlélet, valamint az ilyen jellegű ismeretek és képességek. Lényeges továbbá az egyensúly megteremtése a társadalmi és az üzleti cél között. A sikeres társadalmi vállalkozási tevékenységet segíti az innováció. Ennek ellenére a kérdőíves felmérés során megkérdezett szervezetek kevesebb mint negyede (24%) szerint fontos a vállalkozási ismeret és képesség, vagy az innovativitás (22%), és alig több mint tizedük (13%) szerint lényeges a vállalkozási bevétel.

A megkérdezett társadalmi vállalkozások mintegy fele erősségként jelölte meg a társadalmi elkötelezettségét (52%), a kompetens menedzsmentjét (50%), a működési tapasztalatát (49%), valamint a terméke és szolgáltatása minőségét (48%). Több mint harmaduk szerint társadalmi vállalkozásuk erőssége az elkötelezett munkatársak (45%), a helyi közösség bizalma (43%), és a kapcsolati háló (36%). A tíz legjellemzőbb erősség közé került még a társadalmi reputáció és az innovativitás is.

Egyértelműen gyengeségnek tartja a válaszadók jelentős része a rendszeres finanszírozás/támogatás (50%), a stabil tőkeellátottság (42%), a jelentős mértékű üzleti tevékenység (29%) és a megfelelő marketing tevékenység (22%) területeit. A társadalmi vállalkozások több mint 10 százalékánál gyengeség az üzleti szemlélet (16%), a működési tapasztalat (13%), a vállalkozási tapasztalat (13%), a kidolgozott üzleti terv (12%) és a vállalkozási ismeretek (11%) hiánya.

Lehetőségnek tartják a megkérdezettek a termék, szolgáltatás iránti szükséglet változását (52%), az önkéntes munka mértékének (28%), és a termék/szolgáltatás iránti fizetőképesség változását (27%), valamint a nonprofit szféra társadalmi megítélését (25%). Ezt alátámasztja, hogy a megkérdezett magánszemélyek jelentős része támogatná a társadalmi vállalkozásokat adója 1 százalékával (66%), tudatos vásárlással (59%), önkéntes munkával (33%). A magánszemélyek 82%-a hajlandó lenne kissé magasabb ár megfizetésére a társadalmi vállalkozások terméke vagy szolgáltatása esetén.

Az Európai Unió támogatásokat a társadalmi vállalkozások 30%-a jelölte lehetőségként és veszélyként is. A vállalati támogatások mértékének változását kicsivel többen érzik veszélynek (11%), mint esélynek (10%). Egyértelműen többen élik meg veszélyként a működési feltételek változását (37%), a költségvetési támogatások mértékének változását (35%), a nonprofit szféra politika megítélését (32%) és az ország/régió/település gazdasági helyzetének változását (24%). Jelentős kockázatnak látják továbbá a válaszadók a támogatások bizonytalanságát (61%), a „jogi szabályozás változását” (40%), illetve a „vállalkozási/gazdálkodási/üzleti bevétel hiányát” (34%).

A kutatási eredmények alapján az alábbi javaslatokat fogalmaztuk meg:

➤ ***Komplex társadalmi vállalkozásfejlesztési stratégia kidolgozása***

A társadalmi vállalkozás fogalmának tisztázása és jogszabályban rögzítése, amelynek eredményeként egyértelműen elkülönülhetnének a társadalmi célt megvalósító, de nem vállalkozási alapon működő civil, illetve nonprofit szektortól. A társadalmi vállalkozások esetén a támogatások működhetnek inkubációs jelleggel, de meghatározott időn belül szükség van a piaci fenntarthatóságra. Lényeges a vállalkozásbarát környezet fejlesztése, ami magába foglalja az adminisztrációs és járulékkerhek csökkentését is. Kiemelkedően fontos a stabil, kiszámítható jogszabályi háttér megteremtése.

➤ ***A társadalmi vállalkozás fogalmának lehatárolása és jogszabályban rögzítése***

Világossá kell tenni, hogy a társadalmi vállalkozásnál egyszerre kell érvényesülnie a társadalmi cél megvalósításának és a vállalkozási tevékenységnek. Üzleti tevékenység alatt a jelenlegi alap- illetve közhasznú tevékenység, valamint a vállalkozási tevékenység együttesét értjük, ami a minta alapján jelenleg minden társadalmi vállalkozás jellegű szervezeti típusnál 35-40% között van. Szakmai véleményünk alapján, hosszú távon - ha a feltételek változása ezt kellően elősegíti - kívánatos volna az átlagos 50%-os részarány elérése (vagy túlteljesítése), de a korábban írtaknak megfelelően egy ilyen feltétel társadalmi vállalkozás definícióba, vagy pályázati kritériumba építése egyelőre nem javasolható. A fejlődésre megfelelő időintervallumot kell adni.

Az egyes társadalmi vállalkozás megközelítésekben az innováció és a demokratikus döntéshozatal része lehet a társadalmi vállalkozások működésének, de lehetőségként és ne követelményként jelenjen meg. Mindenképpen meg kell szüntetni az önkormányzatokra vonatkozó tulajdonosi előírást, ami veszélyezteti a társadalmi vállalkozások autonómiáját. Az egyértelmű és valós társadalmi hatás elérése legyen a társadalmi vállalkozás egyik kritériuma és ne a profit visszaforgatása. Ezzel a hagyományos vállalkozásokat is ösztönözni lehetne a társadalmi problémák megoldásában való részvételre.

➤ **Társadalmi vállalkozás cím és címke létrehozása**

A társadalmi vállalkozás kritériumainak megfelelő szervezetek használhatnák, egyértelmű üzenet közvetítve a vevők és a partnerek számára, hogy valódi társadalmi hatást kiváltó, és mindezt hatékony üzleti szemlélettel megvalósító szervezetről van szó. Elnyerése előfeltétele lehetne támogató lehetőségekhez jutásnak, ami nem hagyományos támogatás, hanem pl. oktatás, piacfejlesztés, kedvezményes hitel, vagy járulékteher csökkentés, közbeszerzési pályázatokban való részvétel.

➤ **A társadalmi cél, társadalmi probléma széleskörű meghatározása**

A jelenlegi társadalmi vállalkozások elsősorban a foglalkoztatásra, a munkaerőpiaci esélyek javítására koncentrálnak. A társadalmi vállalkozások és a potenciális társadalmi vállalkozások számára nem mindig egyértelmű, hogy melyek a megoldásra váró társadalmi problémák. A társadalmi vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szervezetek egyik célkitűzése lehetne ezek felmérése és kommunikálása, ami elősegítené a piacképes társadalmi vállalkozási ötletek generálását.

➤ **Társadalmi hatás mérése**

Általában is, de különösen a for-profit szférából jövő társadalmi vállalkozások szempontjából is fontos a társadalmi hatás mérése. A társadalmi vállalkozások jelenleg erre nincsenek felkészülve, sem ismereteik, sem erőforrásaik nincsenek erre, sőt a kutatás azt mutatja, hogy jelentős ellenérzéseik vannak a társadalmi hatás mérésével kapcsolatban, nem tartják általánosíthatónak. Ugyanakkor a szektor fejlődése szempontjából a társadalmi hatásmérést segítő egyszerű, jól alkalmazható hatásmérési modell kidolgozása és annak kommunikálása, oktatása jelentős előrelépés lenne. A hatásmérés később feltétele lehetne kedvezményes hitelek igénybevételének.

➤ **Vállalkozási szemlélet, vállalkozási ismeretek fejlesztése**

A nonprofit, civil szférából kifejlődő társadalmi vállalkozások esetén egyértelmű gyengeség a nem kellő vállalkozói szemlélet és a vállalkozói ismeretek hiánya. A támogatások helyett, vagy azok igénybevételének feltételeként oktatni kellene a meglévő vagy a potenciális társadalmi vállalkozásokat. A vállalkozási ismereteken belül kiemelt igény van a marketing ismeretek fejlesztésére. A társadalmi vállalkozási ismeretek növelése érdekében különböző szintű és mélységű társadalmi vállalkozás képzés indítása javasolt.

➤ **A fizetőképes fogyasztói célcsoport növelése**

A magánemberek többsége nem is hallott társadalmi vállalkozásokról. Az elfogadás és támogatás érdekében növelni kell a láthatóságot, kommunikálni kell a társadalmi vállalkozások fogalmát és a gyakorlatban megvalósuló jó példákat.

A társadalmi vállalkozások fizetőképes vevőinek biztosításához elengedhetetlen a fogyasztók társadalmi problémák iránti érzékenységének növelése, a társadalmi vállalkozások és azok termékei, szolgáltatásai iránti bizalom növelése. Az érzékenyítés nemcsak a társadalmilag felelős fogyasztók számát növelné, hanem a társadalmi, önkéntes munkát végzők számát és a társadalmi vállalkozásokat különböző formában támogató magánszemélyek és szervezetek számát is.

➤ **Partnerkapcsolatok kiterjesztése**

Partnerkapcsolatok támogatásával egymást kiegészítő és a különböző, nem kizárólag pénzügyi erőforrások összeadásával, egymás hatását fokozó kezdeményezések találhatnának egymásra. Tipikus példa lehet a vállalati társadalmi felelősség kezdeményezések és a társadalmi vállalkozások összekapcsolása vagy a társadalmi vállalkozások és a hagyományos vállalkozások beszállítói, üzleti partneri kapcsolatainak elősegítése. A társadalmi vállalkozások által érzékelt finanszírozási problémákat enyhíthetik a bankok CSR tevékenységének keretében nyújtott kedvezményes hitelek, a folyamatot elősegítheti az erről szóló kommunikáció és a partnerek összehozása. A közszféra társadalmi felelősségi kezdeményezései is alapot jelenthetnek a szélesebb partnerkapcsolatra. Ugyancsak érdemes a különböző fejlesztő szervezetek kezdeményezéseinek összekapcsolása, oktatási, mentorprogramok tapasztalatainak megosztása. A partnerkapcsolat a társadalmi vállalkozások közötti hálózatosodást is jelentheti.

Irodalom

- Amin, A. - Cameron A. - Hudson R. (2002): *Placing the social economy*. London: Routledge.
- Ashoka (2016): Ashoka Magyarország. <http://hungary.ashoka.org/r%C3%B3lunk-0>.
Letöltés: 2016. 01. 08.
- Bakó, T.- Cseres-Gergely Zs. - Kálmán J. - Molnár Gy. -Szabó T. (2014): *A munkaerőpiac peremén lévők és a költségvetés*. Budapest: MTA Közgazdaság és Regionális Tudományi Kutatóközpont.
- Bartal A. M. (2005): *Nonprofit elméletek, modellek, trendek*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Bežovan, G. (2016) *Role and impact of the third sector in transformative process: A comparison of post-socialist countries - Slovenia, Czech Republic and Croatia*. TSI Working Paper Series No. 13. Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), European Union. Brüsszel: Third Sector Impact.
- Bocz J. (2009): *A nonprofit szektor strukturális átalakulása Magyarországon. A magyar nonprofit szektor az 1990-es évek elejétől a 2000-es évek közepéig*. PhD-értekezés. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológiai Doktori Iskola.
- Borzaga C - Tortia E. (2007): A szociális gazdasági szervezetek a vállalatelméletben. In: *Szociális gazdaság nemzetközi megközelítésben, az OECD tapasztalatai tükrében*. Budapest: Országos Foglalkoztatási Közalapítvány, 6-45.
- Borzaga C. - Defourny J. (2001) Conclusions: social enterprises in Europe, a diversity of Initiatives and Prospects. In: *The Emergence of Social Enterprise*. (szerk. Borzaga, C. - Defourny J.), London: Routledge, 350-370.
- Borzaga, C. - Santuari A. (2003): New Trends in the Nonprofit Sector in Europe: The Emergence of Social Entrepreneurship. In: *The Nonprofit Sector in a Changing Economy*. (OECD LEED), Paris: OECD Publications, 31-60.
- Borzaga, C.- Galera, G. - Nogales, R. (2008): *Social Enterprise: A New Model for Poverty Reduction and Employment Generation*. Bratislava:United Nations Development Programme.
- Brandsen, T. (2008): *The third sector and public services: an evaluation of different theoretical perspectives*.
- CIRIEC (2007): *A szociális gazdaság az Európai Unióban - CIRIEC (A Köztulajdonú, Szociális és Szövetkezeti Gazdaság Nemzetközi Kutató- és Tájékoztatóközpontja) által az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság részére készített jelentés összefoglalása*. Brüsszel: European Economic and Social Committee (EESC).
http://www.gyerekesely.hu/index.php?option=com_phocadownload&view=category&download=179:a-szocialis-gazdasag-az-europai-unioban&id=32:egyeb
(Letöltés: 2017.06.10.)

- CIRIEC (2012): *A szociális gazdaság az Európai Unióban - CIRIEC (A Köztulajdonú, Szociális és Szövetkezeti Gazdaság Nemzetközi Kutató- és Tájékoztatóközpontja) által az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság részére készített jelentés összefoglalása*. Brüsszel: European Economic and Social Committee (EESC). http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/a_ces11042-2012_00_00_tra_etu_hu.pdf (Letöltés: 2017.05.15.)
- Corry, O. (2010): Defining and Theorizing the Third Sector. In: *Third Sector Research*. (szerk: Taylor R.) New York: Springer, 11-20.
- Csoba J. - Frey M. - G. Fekete É. - Lévai M. - Soltész A. (2007): *Szociális gazdaság kézikönyv*. Budapest: OFA.
- Deák, D. (2015): *Szociális szövetkezetek*. Corvinus Egyetem, Budapest. <http://szoszov.hu/sites/default/files/letoltheto/deakdaniaelszocszov.pdf> (Letöltés: 2017. 04. 22.)
- Defourny, J. (2001): From Third Sector to Social Enterprise In: Borzaga, C. & J. Defourny, eds. *The Emergence of Social Enterprise*, London and New York, Routledge, 1-18.
- Defourny J. - Nyssens M. (2010): Social enterprise in Europe: At the crossroads of market, public policies and third sector, *Policy and Society* (2010).
- Defourny J. - Nyssens M. (2006) Defining social enterprise. In: *Social Enterprise - At the crossroads of market, public policies and civil society* (szerk: Nyssens M.), London: Routledge, 3-26.
- Defourny J. (2014): From third sector to social enterprise. In: *Social Enterprise and the Third Sector - Changing European landscapes in a comparative perspective* (szerk: Defourny J., Hulgard L., Pestoff, V.), London: Routledge, 17-41.
- Defourny, J. - Nyssens, M. (2008): *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*. EMES Working Paper, no 08-01.
- Defourny, J. - Nyssens, M. (2009): Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship* 2009 (1), 32-53.
- Defourny, J. - Nyssens, M. (2012): *The EMES Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective*. EMES Working Paper, no 12-03.
- Defourny, J. - Nyssens, M. (2013): *The „International Comparative Social Enterprise Models” (ICSEM) Project*. Elérhető: http://www.iap-socent.be/sites/default/files/ICSEM%20final%20130326-LO_3.pdf.
- Defourny, J. - Pestoff, V. - Hulgard L. (2014): Introduction to the "SE field". In: *Social Enterprise and the Third Sector - Changing European landscapes in a comparative perspective* (szerk: Defourny J., Hulgard L., Pestoff, V.), London: Routledge, 1-16.

- Enjolras, B. (2015): *Measuring the Impact of the Third Sector: From Concept to Metrics*, TSI Working Paper No. 5, Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), European Union. Brüsszel: Third Sector Impact.
- Esse B. - Lukács Á. - Molnár K. - Varga J. (2013): *Társadalmiféle vállalkozók?* Budapest: Helyi Mérték Alapítvány.
- Eurostat (2015): Employment rate, age group 15–64, 2004–14 (%). [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Employment_rate_age_group_15%E2%80%9364_2004%E2%80%9314_\(%25\)_YB16.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Employment_rate_age_group_15%E2%80%9364_2004%E2%80%9314_(%25)_YB16.png) (Letöltés: 2017. 06.22.)
- Európai Bizottság (2011): COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Social Business Initiative Creating a favourable climate for social enterprises, key stakeholders in the social economy and innovation {SEC(2011) 1278 final} http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/COM2011_682_en.pdf (Letöltés: 2017.04.30.)
- Európai Bizottság (2013): *Social economy and social entrepreneurship. Social Europe guide | Volume 4*. Luxemburg: Publications Office of the European Union.
- Európai Bizottság (2014): *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe - Synthesis report*. Brüsszel: European Commission.
- Evers, A. - Laville J.-L. (2004): Defining the third sector in Europe (in collaboration with Carlo Borzaga, Jacques Defourny, Jane Lewis, Marthe Nyssens and Victor Pestoff) in *The Third Sector in Europe* (szerk: Adalbert Evers, Jean-Louis Laville), Cheltenham: Edward Elgar.
- G. Fekete, É., Hubai, L., Kiss, J. and Mihály, M. (2017) “Social Enterprise in Hungary”, ICSEM Working Papers , No. 47, Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project.
- G. Fekete É. - Hubai L. - Mihály M. - Kiss J. (2017): Social enterprise in Hungary ICSEM Working Paper (megjelenés alatt).
- G. Fekete É. (2014): A szociális és szolidáris gazdaság csirái a magyarországi vidéki térségekben. DETUROPE – The Central European Journal Of Regional Development And Tourism Vol.6 Issue 3 2014 ISSN 1821-2506
- G. Fekete É. – Hámori G. – Vincze M. (2014): A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Hungary. European Commission.
- G. Fekete Éva – Solymár Gábor (2005): A szociális gazdaság kiépítésének esélye és feltételei az Észak-Magyarországi Régióban. Köz-jó-lét, 2005. 2. sz. p. 83–110., 2005. 3. sz. p. 66–93.
- Galera, G. (2009): The “Re-Emergence” of Social Enterprises in CEE and the CIS. In: *Paid and Unpaid Labour in the Social Economy - An International Perspective*. (szerk: Destefanis S, Musella M.), Heidelberg: Physica-Verlag 245-262.

- Gál, J. (2014): Az új Ptk.-val összefüggő cégjogi változások. *Gazdaság és Jog* 2014/11. (3-9.)
- Geszti J. (2003): *Civil társadalom, civil szervezetek és az Európai Unió*. EU Working Papers 3/2003.
- Gibson-Graham, J-K - Cameron J. - Healy S. (2013): *Take Back the Economy an ethical Guide for Transforming our communities*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Haugh, H. (2012): The importance of theory in social enterprise research. *Social Enterprise Journal* Vol. 8 No. 1, 2012, 7-15.
- Horváth, O. (2010): *Social Economy in Hungary - National report*, ISEDE-NET, Savaria Rehab-Team Nonprofit Ltd.
- Hulgard (2014): *Social Enterprise and the Third Sector - Innovative Sevice Delivery or a Non-capitalist Economy?* In: *Social enterprise and the third sector - Changing European landscapes in a comparative perspective*. (szerk: Defourny, J., Hulgard L., Pestoff V.) New York: Routledge, 66-84.
- Hulgard L. (2010): *Discourses of Social Entrepreneurship - Variations of the Same Theme?* EMES WP no. 10/01.
- Jenei Gy. - Kuti É. (2008): *The third sector and civil society*. In: *The Third Sector in Europe: Prospects and challenges*. (szerk: Osborne S. P.) London: Routledge, 9-25.
- Jenei Gy. - Kuti É. (2007): *A civil szféra szerepe a magán és a közszféra működésének összehangolásában- tanulságok és javaslatok*. In: *A közszféra és a gazdaság versenyképessége- empirikus eredmények és tanulságok*. (szerk: Báger G., Czakó E.) Budapest: Állami Számvevőszék Fejlesztési és Módszertani Intézet, 100-154.
- Kabai, G. - Keller, J. -Németh, N. (2012): *A foglalkoztatás növelésének célja a kormányzati célok rendszerében. Kistérségi fejlesztések*. In Károly Fazekas, Ágota Scharle (Eds.): *Nyugdíj, segély, közmunka. A magyar foglalkoztatáspolitikai két évtizede, 1990-2010*. Budapest: Budapest Szakpolitikai Elemző Intézet és MTA KRTK Közgazdaság-tudományi Intézet, p. 47–62.
- Kákai L. (2009): *Kik is vagyunk mi? Civil szervezetek Magyarországon*. Pécs: IDResearch Kft./Publikon Kiadó.
- Kerlin, J. A. (2006): *Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences*. *Voluntas* (2006) 17:247–263.
- Kiss J. (2017): PhD disszertáció, ELTE. Várható befejezés: 2017. szeptember
- Kiss J. (2015): *Társadalmi célok, gazdasági tevékenységek – A társadalmi vállalkozások definíciói*. In: *Civil Szemle*. 2015/1, 5-22.

- Követ (2015): CSR Piac adatbázis. http://www.csрпиac.hu/csr_adatbazis.html (Letöltés: 2015. 08. 15.)
- Kozfoglalkoztataskormany.hu weboldal
<http://kozfoglalkoztataskormany.hu/sui-generis-tagi-munkavegzes-jogviszonyra-vonatkozotudnivalok> (Letöltés: 2017.04.28.)
- KPMG (2017): Felelős Társadalomért Program.
<https://home.kpmg.com/hu/hu/home/rolunk/vallalati-felelossegvallalas/kozossegek/felelos-tarsadalomert-program.html> Letöltés: 2017.05.05.
- KSH (2017): A 15–64 éves népesség részmunkaidős foglalkoztatási aránya.
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_int014.html (Letöltés: 2017. 06. 23.)
- Kuti, É. (1998): *Hívjuk talán nonprofitnak ... A jótékonyság, a civil kezdeményezések és az állami keretből kiszoruló jóléti szolgáltatások szektorra szerveződése*. Budapest: Nonprofit Kutatócsoport.
- Les, E. - Kolin M. (2009): East-Central Europe. In: *Social Enterprise. A global comparison* (szerk: Kerlin J. A.), Lebanon: Tufts University Press, 35-63.
- Les, E. - Jeliaskova M. (2007): A szociális gazdaság Középkelet- és Délkelet-Európában. In: *Szociális gazdaság nemzetközi megközelítésben, az OECD tapasztalatai tükrében*. Budapest: Országos Foglalkoztatási Közalapítvány, 111-134.
- Lewis, D. (2009): Nongovernmental Organizations, Definition and History. In: *International Encyclopedia of Civil Society*. (szerk: Anheier H. K., Toepler. New York: Springer.
- Manfelsdova, Z. - Nalecz S. - Priller E. - Zimmer A. (2004): Civil Society in Transition: Civic Engagement and Nonprofit Organizations. In: *Future of Civil Society: Making Central European Nonprofit-Organizations Work*. (szerk: Zimmer A., Priller E.) New York: Springer, 99-119.
- Matolay R. - Petheő A. I. - Pataki Gy. (2007): *Vállalatok társadalmi felelőssége és a kis- és középvállalatok*. Budapest: Nemzeti ILO Tanács.
- Miller E. (2010): Solidarity Economy: Key Concepts and Issues. In: *Solidarity Economy I: Building Alternatives for People and Planet*. (szerk: Kawano, E., Masterson T., Teller-Ellsberg J.) Amherst, MA: Center for Popular Economics, 1-12.
- Nagy Á. - Nizák P. - Vercseg I. (2014): *Civil társadalom - nonprofit világ*. Budapest: Új Ifjúsági Szemle Kiadó.
- NESsT (2016): NESsT Magyarország. <http://www.nesst.org/magyarorszag>. Letöltés: 2016. 01. 08.
- Németh, L. (2013): Mi a szociális szövetkezet?
<http://szoszov.hu/nemeth-laszlo-mi-a-szocialis-szovetkezet>
(Letöltés: 2017.05.03.)

- NGM (2016a): FELHÍVÁS Társadalmi vállalkozások ösztönzése – kiemelt projekt GINOP-5.1.2 <https://www.palyazat.gov.hu/ginop-512-trsadalmi-cl-vllalkozsok-sztnzse> (Letöltés: 2017.04.30.)
- NGM (2016b): FELHÍVÁS Társadalmi célú vállalkozások ösztönzése GINOP-5.1.3.-16. <https://www.palyazat.gov.hu/ginop-513-16-trsadalmi-cl-vllalkozsok-sztnzse> (Letöltés: 2017.04.30.)
- NGM (2017): FELHÍVÁS Társadalmi célú vállalkozások ösztönzése GINOP-5.1.7.-17. <https://www.palyazat.gov.hu/ginop-517-17> (Letöltés: 2017.05.05.)
- Nonprofit.hu weboldal <https://www.nonprofit.hu> (Letöltés: 2017. 04. 25.)
- OECD (2003): Synthesis. In: *The Nonprofit Sector in a Changing Economy*. (OECD LEED), Paris: OECD Publications, 9-30.
- Osborne S. P. (2008): Key issues for the third sector in Europe. In: *The Third Sector in Europe: Prospects and challenges*. (szerk: Osborne S. P.) London: Routledge, 3-6.
- Pataki Gy. – Radácsi L. (2000): Alternatív Kapitalisták. Új Paradigma Kiadó.
- Petheő, A. I. (2009): A vállalati társadalmi felelősségvállaláson túl: a szociális vállalkozás. Phd értekezés. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Petheő, A. I. - Szabó (2009): GEM 2009 Magyarország - Jelentés a szociális vállalkozások magyarországi helyzetéről.
- Petheő, A. I., Győri Zs., Németh B. - Feké N. (2010). A szociális szövetkezetek működési modelljének kidolgozása a foglalkoztatás elősegítése érdekében. Budapest: Budapesti Vállalkozásfejlesztési Kutató Intézet Nonprofit Kft.
- Ruszkai, Zs. (2012): A foglalkoztatáspolitikai koordináció 15 éve az Európai Unióban. In: *Az Európai Unió szociális politikái - E-jegyzet*. (szerk: Sziklai I.), Budapest: ELTE TÁTK, 145-164.
- Sárközy, T. (2013): Az új Ptk. egyesületekre és alapítványokra vonatkozó rendelkezéseiről. *Gazdaság és Jog* 2013/2. (12-15.)
- Salamon L. M. (2010): Putting the Civil Society Sector on the Economic Map of the World. *Annals of Public and Cooperative Economics* 81:2 2010.
- Salamon, L. M. - Sokolowski, W. (2014): *The third sector in Europe: Towards a consensus conceptualization*, TSI Working Paper Series No. 2. Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), European Union. Brussels: Third Sector Impact.
- Salamon, L. M. - Sokolowski, W. (2016): *The Size and Scope of the European Third Sector*, TSI Working Paper No. 12, Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), European Union. Brüsszel: Third Sector Impact.
- Salamon, L. M. - Anheier H. K. (1999): *Szektor Születik II. - Összefoglaló egy nemzetközi nonprofit kutatás második szakaszáról*. The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, Acta Civitalis, Civitalis Egyesület, Budapest.

- Schreier, Ch. (2015): Civil Society in the Visegrád Four. In: *25 Years After Mapping Civil Society in the Visegrád Countries*. (szerk: Schreier, Ch.), Berlin: Maecenata Institute, 195-216.
- SELUSI (2010): Personalized Feedback Report. Elérhető: www.selusi.eu
- Social Innovation Europe (2016): Social Innovation in Hungary. <https://webgate.ec.europa.eu/socialinnovationeurope/en/social-innovation-hungary>. Letöltés: 2016.01.08.
- Soltész A. (2015): Hozzáadott Helyi Érték Díj Kézikönyv. Budapest: Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft.
- Spear R. - Cornforth CH. - Aiken M. (2014): Major Perspectives on Governance of Social Enterprises. In: *Social enterprise and the third sector - Changing European landscapes in a comparative perspective*. (szerk: Defourny, J., Hulgard L., Pestoff V.) New York: Routledge, 133-156.
- Szabó M. (2004): Civic engagement in East-Central Europe. In: *Future of Civil Society: Making Central European Nonprofit-Organizations Work*. (szerk: Zimmer A., Priller E.) New York: Springer, 78-97.
- Szegedi K. – Fülöp Gy. – Bereczk Á. (2016): Social innovation in the Hungarian business sphere
- Teasdale S. - Lyon F. - Baldock R. (2013): Playing with Numbers: A Methodological Critique of the Social Enterprise Growth Myth. *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 4, Iss. 2, 113-131.
- Thornley B. (2012): *The Facts on U.S. Social Enterprise*. Elérhető: http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.htm
- Tóth L. - Varga É. - Varga P. (2011): A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon 2011. NESsT EUROPE Nonprofit Kft. Budapest.
- Wolters Kluwer jogtár. <https://net.jogtar.hu/> (Letöltés: 2017. 04. 20.)
- Young D. R. (2003): New Trends in the US Nonprofit Sector: Towards Market Integration? In: *The Nonprofit Sector in a Changing Economy*. (OECD LEED), Paris: OECD Publications, 61-78.
- Zimmer, A. - Pahl B. (2016): *Learning from Europe: Report on third sector enabling and disabling factors*. TSI Working Paper No. 12, Seventh Framework Programme (grant agreement 613034), European Union. Brüsszel: Third sector Impact.
- KSH „3.2.14. A nonprofit szervezetek száma, megoszlása és összes bevétele tevékenységcsoportok szerint (2005–)” című adattábla
https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg004.html
- KSH „3.2.15. A nonprofit szervezetek száma és bevétele szervezeti forma szerint (2005–)” című adattábla
https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg005a.html

KSH 3.2.16. A nonprofit szervezetek száma és bevételei bevételnagyság szerint (2005–)
című adattáblája

https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpg006.html

KSH „OSAP 1156 Statisztikai jelentés a civil és egyéb nonprofit szervezetek
tevékenységéről” szóló dokumentum

Mellékletek

SZÉCHENYI 

1. sz. melléklet: Kérdőív a társadalmi célú szervezetek/vállalkozások számára

A kutatás célja a társadalmi problémák megoldásában résztvevő szervezetek/vállalkozások helyzetének, sajátosságainak felmérése. Kitöltésével hozzájárul a szektor jövőbeli fejlesztéséhez. Amennyiben a kérdőív végén kéri, elküldjük a kutatás eredményét Önnek a projekt lezárását követően.

A kutatásra az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében kerül sor, a program és a hazai szociális gazdaság fejlesztése érdekében. A felmérést a Miskolci Egyetem végzi. A válaszadás önkéntes. Az adatokat bizalmasan kezeljük, az eredményeket kizárólag anonim módon, összesítve dolgozzuk fel. A kérdőív kitöltése 30-40 percet vesz igénybe.

Köszönjük, hogy a szervezetére vonatkozó információk megadásával segíti munkánkat!

1. A szervezet általános adatai

1.1. Mi a szervezete/vállalkozása neve? (Kérjük, írja be!)

1.2. Mi a beosztása a szervezetben/vállalkozáson belül? (Kérjük, írja be!)

1.3. Mikor alakult szervezete/vállalkozása? (Kérjük, írja be!)

1.4. Kik szervezete/vállalkozása tulajdonosai? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt, több válasz is adható!)

- Belföldi magánszemély
- Külföldi magánszemély
- Belföldi jogi személyiségű társaság
- Külföldi jogi személyiségű társaság
- Magyar Állam
- Önkormányzat
- Egyéb

1.5. Melyik településen található a szervezet/vállalkozás székhelye? (Kérjük, írja be!)

1.6. Mely település(ek)en található(k) a szervezet/vállalkozás telephelye(i)? (Kérjük, írja be!)

1.7.1. Melyik régióban található a szervezet/vállalkozás székhelye?

- Észak-Magyarország
- Észak-Alföld
- Dél-Alföld
- Közép-Magyarország
- Közép-Dunántúl
- Dél-Dunántúl
- Nyugat-Dunántúl

1.7.2. Mely régiókban találhatóak szervezetének/vállalkozásának telephelyei? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőket!)

- Észak-Magyarország
- Észak-Alföld
- Dél-Alföld
- Közép-Magyarország
- Közép-Dunántúl
- Dél-Dunántúl
- Nyugat-Dunántúl

1.8. Mekkora szervezete/vállalkozása hatóköre a szolgáltatást igénybe vevők illetve a termékeket vásárlók alapján? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Egyetlen intézmény/szervezet
- Kisebb lakó-, munkahelyi környezet
- Egy település
- Több település, kistérség
- Megyei
- Több megye, régió
- Országos
- Nemzetközi
- Nem határozható meg

1.9. Mi szervezete/vállalkozása jogi/szervezeti formája? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Szociális szövetkezet
- Egyesület, vagy egyéb Egyesület
- Elsődlegesen közfeladatot ellátó belső egyházi jogi személy
- Alapítvány, vagy egyéb Egyesület
- Nonprofit korlátolt felelősségű társaság
- Nonprofit részvénytársaság
- Nonprofit közkereseti társaság
- Nonprofit betéti társaság
- Szövetkezet (a szociális kivétellel)
- Egyéb Jogi személyiségű nonprofit szervezet
- Jogi személyiség nélküli nonprofit szervezet

1.10. Mi jellemzi szervezete/vállalkozása működését? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Jelenleg is működik
- Működött, de jelenleg nem működik
- Újonnan alakult szervezet és/vagy tevékenységét még nem kezdte meg

1.11.a. Milyen mértékben támaszkodott pályázati forrásokra tevékenysége beindításakor? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

1.11.b. Milyen mértékben támaszkodik pályázati forrásokra a működés folyamatos fenntartása érdekében? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

1.12. Mik voltak szervezete/vállalkozása alapításának indítékai? (Kérjük, minden sorban jelölje meg a megfelelőt!)

	egyáltalán nem	inkább nem	inkább igen	teljes mértékben	nem tudok/nem szeretnék válaszolni
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása					
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése					
Üzleti alapú tevékenység végzése					
Támogatási lehetőségek megragadása					
Adókedvezmény igénybevétele					
Önfenntartás/önsegélyezés					
A függetlenség biztosítása					
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás biztosítása					
Együttműködés, az érintettek bevonása					
Transzparens működés					
A közjó támogatása					
Társadalmi innováció					
A fenntartható fejlődés elősegítése (gazdasági, környezeti és társadalmi szempontból is fenntartható)					

1.13. Amennyiben más volt szervezete alapításának fő indítéka, kérjük, írja le!

Kérjük, az 1.14.- 1.21 kérdésekre a válaszokat a 2015-ös évre adja meg! Ha nincs lezárt üzleti éve, kérjük az alakulás óta eltelt időszakra vonatkozóan adja meg! A százalékos arányt kérjük, becsülje meg!

1.14. Mekkora volt 2015-ben a foglalkoztatottak átlagos létszáma (fő)?

1.15. Milyen volt a foglalkoztatottak nemek szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt! A %-ban megadott válaszok értékeinek összege 100%-ot kell adjon

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Férfi							
Nő							

1.16. Milyen volt a foglalkoztatottak kor szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt! A %-ban megadott válaszok értékeinek összege 100%-ot kell adjon

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
16-24 éves							
25-49 éves							
50-64 éves							
65 év felett							

1.17. Milyen volt a foglalkoztatottak foglalkoztatási forma szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt! A %-ban megadott válaszok értékeinek összege 100%-ot kell adjon

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Teljes munkaidőben foglalkoztatott							
Részmunkaidőben foglalkoztatott							
Egyéb							

1.18. Milyen volt a foglalkoztatottak foglalkoztatási jogviszony szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt!

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Munkaviszonyban							
Megbízási szerződéssel							
Közfoglalkoztatott							
Önkéntes munkát végző							
Egyszerűsített foglalkoztatás keretében foglalkoztatott							
Sui generis (tagi munkavégzésre irányuló jogviszony)							

1.19. Milyen volt a foglalkoztatottak munkakör jellege szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt!

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Szellemi irányító							
Szellemi beosztott							
Fizikai							

1.20. Milyen volt a foglalkoztatottak munkaképesség szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt!

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Teljes munkaképességű							
1-30%-ban megváltozott munkaképességű							
31-50%-ban megváltozott munkaképességű							
51-60%-ban megváltozott munkaképességű							
60% feletti megváltozott munkaképességű							

1.21. Milyen volt a foglalkoztatottak hátrányos helyzet szerinti megoszlása? Kérjük, jelölje meg a valósághoz legközelebb álló arányt!

	0%	10%	25%	50%	75%	90%	100%
Hátrányos helyzetű a munkaerőpiacon							
Nem hátrányos helyzetű a munkaerőpiacon							

1.22. Van-e a szervezeténél/vállalkozásánál vállalkozói/számlás formában történő (tagi) munkavégzés?

- Igen
- Nem

1.23. Rendelkezik-e képzési programmal munkavállalói számára?

- Igen
- Nem

2. Bevételek, ráfordítások

Kérjük, az 2.1.- 2.13. kérdésekre a válaszokat a 2015-ös évre adja meg ezer forintban! Ha nincs lezárt üzleti éve, kérjük az alakulás óta eltelt időszakra vonatkozóan adja meg!

2.1. Mennyi volt szervezete/vállalkozása összes bevétele 2014-ben ezer forintban?

*2.2. Mennyi volt szervezete/vállalkozása **összes bevétele** 2015-ben ezer forintban?*

2.3. Mennyi központi állami támogatást (normatív, nem normatív, központi alapok, TB alapok, NEA, 1%) kapott 2014-ben ezer forintban?

2.4. Mennyi központi állami támogatást (normatív, nem normatív, központi alapok, TB alapok, NEA, 1%) kapott 2015-ben ezer forintban?

2.5. Mennyi önkormányzati támogatást kapott 2014-ben ezer forintban?

2.6. Mennyi önkormányzati támogatást kapott 2015-ben ezer forintban?

2.7. Mennyi belföldi magántámogatást kapott 2014-ben ezer forintban (TAO, bankok, biztosítók, vállalkozások egyéb szervezetek)?

2.8. Mennyi belföldi magántámogatást kapott 2015-ben ezer forintban (TAO, bankok, biztosítók, vállalkozások egyéb szervezetek)?

2.9. Mennyi tagdíj bevétele volt 2014-ben ezer forintban?

2.10. Mennyi tagdíj bevétele volt 2015-ben ezer forintban?

2.11. Mennyi pályázati támogatást kapott 2014-ben ezer forintban?

2.12. Mennyi pályázati támogatást kapott 2015-ben ezer forintban?

2.13. Mekkora volt az alap-, illetve közhasznú tevékenység / nem vállalkozási tevékenység bevétele 2014-ben ezer forintban? (állami, önkormányzati szervektől vagy egyéb jogi és magánszemélyektől kapott szolgáltatási, megbízási ár-, díj és értékesítési bevétel)

2.14. Mekkora volt az alap-, illetve közhasznú tevékenység / nem vállalkozási tevékenység bevétele 2015-ben ezer forintban? (állami, önkormányzati szervektől vagy egyéb jogi és magánszemélyektől kapott szolgáltatási, megbízási ár-, díj és értékesítési bevétel)

2.15. Mennyi volt az üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétele 2014-ben ezer forintban? (vállalkozási tevékenységből, bérleti díjakkól, tárgyi eszköz értékesítésből származó bevétel)

2.16. Mennyi volt az üzleti, vállalkozási típusú tevékenységekből származó bevétele 2015-ben ezer forintban? (vállalkozási tevékenységből, bérleti díjakkól, tárgyi eszköz értékesítésből származó bevétel)

2.17. Kérjük, írja be, mennyi volt az összes költség (ráfordítás) 2015-ben ezer forintban!

2.18. Kérjük, írja be, mennyi volt az összes anyag jellegű (ráfordítás) 2015-ben ezer forintban!

2.19. Kérjük, írja be, mennyi volt az összes személyi jellegű (ráfordítás) 2015-ben ezer forintban!

2.20. Mennyi volt az értékcsökkenési leírás 2015-ben?

2.21. Kérjük, írja be, mennyi volt az adózás előtti eredménye 2015-ben ezer forintban? (Ha nulla volt, kérjük, írjon 0-t, ha nem értelmezhető, kérjük, írjon „nem”-et.)

2.22. Kérjük, jelölje meg, mekkora részét forgatta vissza nyereségének társadalmi tevékenységébe / fordították társadalmi célra 2015-ben?

- 0-50%
- 51-75%
- 76-99%
- 100%

2.23 Kérjük, jelölje meg szervezete gazdálkodási /vállalkozási / üzleti tevékenységből származó bevételeinek jellemző tevékenységi köreit (amiből a nem támogatási bevételeket szerzi)! (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt, több válasz is adható!)

- Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat
- Bányászat, kőfejtés
- Feldolgozóipar
- Villamosenergia-, gáz-, gőzellátás, légkondicionálás
- Vízellátás; szennyvíz gyűjtése, kezelése, hulladékgazdálkodás, szennyeződésmentesítés
- Építőipar
- Kereskedelem, gépjárműjavítás
- Szállítás, raktározás
- Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás
- Információ, kommunikáció
- Pénzügyi, biztosítási tevékenység
- Ingatlanügyletek
- Szakmai, tudományos, műszaki tevékenység
- Adminisztratív és szolgáltatást támogató tevékenység
- Közigazgatás, védelem; kötelező társadalombiztosítás
- Oktatás
- Humán-egészségügyi, szociális ellátás
- Művészet, szórakoztatás
- Egyéb szolgáltatás
- Háztartás munkaadói tevékenysége; termék előállítása, szolgáltatás végzése saját fogyasztásra
- Egyéb

3. A társadalmi hozzáadott érték meghatározása

3.1. Kérjük, adja meg szervezete társadalmi küldetését egy mondatban! (pl. milyen társadalmi, szociális, kulturális, közösségi, környezeti célt kíván elérni, milyen problémát szeretne megoldani, minek a fejlesztésére, megőrzésére irányul a működése?)

3.2. Jelölje meg szervezete fő társadalmi tevékenységi köreit! (Amivel hozzájárul a társadalom fejlődéséhez. Több válasz is megjelölhető.)

- Kultúra
- Vallás
- Sport
- Szabadidő, hobbi
- Oktatás
- Kutatás
- Egészségügy
- Szociális ellátás
- Polgárvédelem, tűzoltás
- Környezetvédelem
- Településfejlesztés
- Gazdaságfejlesztés
- Jogvédelem
- Közbiztonság védelme
- Többcélú adományoztatás, nonprofit szövetségek
- Nemzetközi kapcsolatok
- Szakmai, gazdasági érdekképviselő
- Politika
- Egyéb

3.3 Kérjük, jelölje meg, mely tényezők szükségesek a sikeres működéshez szervezete/vállalkozása tevékenységi területén? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt, több válasz is adható!)

- Létező társadalmi szükséglet beazonosítása
- Vállalkozási ismeretek/képesség
- Jó minőségű termék/szolgáltatás
- Megfelelő termék/szolgáltatás ár
- Magas színvonalú vevő kiszolgálás
- Alacsony költségek
- Humán erőforráshoz való hozzáférés / önkéntesek
- Működési tapasztalat
- Szakértelem
- Stratégiai gondolkodás, hosszú távú tervezés
- Innovativitás
- A vezetés személyes érzékenysége, elkötelezettsége
- A vezetés rátermettsége
- Pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés
- Vállalkozási bevétel

- Helyi viszonyok ismerete
- Jó kapcsolatok
- Autonómia, független működés
- Koncentrált tevékenységi kör
- Különböző tevékenységek / termékek
- Egymásra épülő tevékenységek
- Egyéb

3.4 Kérjük, jelölje meg, melyek a releváns kockázatok szervezete/vállalkozása tevékenységi területén? (Több válasz is megjelölhető.)

- A támogatások bizonytalansága
- A termék, szolgáltatás iránti kereslet hiánya
- A vállalkozási/gazdálkodási /üzleti bevétel hiánya
- Vállalkozási ismeretek/tapasztalatok hiánya
- A foglalkoztatottak magas fluktuációja
- A személyes hitelesség elvesztése a kapcsolati hálóban
- A releváns információk hiánya
- Jogi szabályozás változása
- Társadalmi elfogadottság romlása
- Politikai tényezők
- Egyéb

3.5 Adja meg társadalmi tevékenysége fő célcsoportját! (Több válasz is adható)

- beteg gyerekek
- egészséges gyermekek
- beteg, egészségkárosult felnőttek
- szegények, hátrányos helyzetűek
- természeti katasztrófák áldozatai
- munkanélküliek
- hajléktalanok
- szenvedélybetegségek áldozatai
- határon túli magyarok
- nemzeti kisebbségek
- idősek, özvegyek
- települési, lakóhelyi, munkahelyi vagy kisebb helyi közösség
- nem határozható meg
- Egyéb:

3.6. A tevékenysége megkezdése előtt mennyiben mérte fel társadalmi tevékenysége fő célcsoportját?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.7 Milyen társadalmi/gazdasági szereplőkkel működik együtt szervezete/vállalkozása a társadalmi (szociális, kulturális, közösségi, környezeti) tevékenysége érdekében? Kérjük, jelölje meg őket!

- Vállalatok, vállalkozások
- Önkormányzatok
- Civil szervezetek
- Állami intézmények, szervezetek
- Magánszemélyek
- Vállalkozásfejlesztéssel foglalkozó szervezetek
- Oktató/kutató intézmények, szervezetek
- Pénzügyintézetek / bankok
- Szakmai szervezetek / érdekképviselői szervezetek
- Egyéb

3.8 Miben mérhető társadalmi (szociális, kulturális, közösségi, környezeti) tevékenységük kimenete? Kérjük, jelölje be a relevánsakat!

- A szolgáltatást igénybe vevők, illetve a terméket vásárlók száma
- A létrehozott / megtartott munkahelyek száma
- Kifizetett munkabér összege
- A hátrányos helyzetű foglalkoztatottak száma
- A munkaviszonyon kívül jövedelmet szerzők száma
- A képzésben, képességfejlesztésben résztvevők száma
- Egészségügyi / szociális szolgáltatásban résztvevők száma
- Előállított termék mennyisége
- Fenntartott vagy fejlesztett létesítmények száma
- A karbantartott terület mérete
- Víz- és szennyvíz szolgáltatásban részesülők száma
- A sport, művészeti, kulturális és műemléki tevékenység hasznélvezőinek száma
- Jobb lakáskörülmények között élők száma
- Közösségfejlesztési programok száma
- Közösségfejlesztési programok hasznélvezőinek száma
- Energiahatékonysági fejlesztések száma
- Energiahatékonysági fejlesztések hasznélvezőinek száma
- Környezetvédelmi programok száma
- Környezetvédelmi programok hasznélvezőinek száma
- Hulladékcsökkenés mennyisége

- Fejlesztett/létrehozott vállalkozások/üzleti egységek száma
- Támogatott vállalkozások száma
- Segélyben részesülők száma
- Önellátásban részesülők száma
- A szolgáltatást igénybe vevők, illetve a terméket vásárlók által megtakarított pénzösszeg
- Felajánlott/bérbeadott/kihelyezett/visszavásárolt élőállat/eszköz/termék száma
- A tagok között elosztott termékek/szolgáltatások mennyisége
- Létrehozott együttműködések száma
- Egyéb

3.9 Kifejezhető-e pénzértékben társadalmi (szociális, kulturális közösségi, környezeti) tevékenységük kimenete?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.10 Milyen hosszú távú társadalmi (szociális, kulturális, közösségi, környezeti) hatása van szervezete/vállalkozása tevékenységének? Kérjük, jelölje meg a relevánsakat!

- Jobb életkörülmények
- Munkaerőpiaci részvétel javulása / munkanélküliség csökkenése
- Lakhatási körülmények javulása
- Kulturális értékek megőrzése
- Sokszínűség megőrzése
- Esélyegyenlőség fejlődése
- Egyéni képességek fejlődése
- Élelmiszerellátáshoz (jobb minőségű élelmiszerhez) való könnyebb hozzáférés
- Jobb szociális kapcsolatok
- Befogadóbb/elfogadóbb/nyitottabb társadalom
- Társadalmi összetartozás erősödése
- Jobb egészségügyi állapot
- Műveltebb közösségek
- Egészségesebb környezet
- Egészségesebb párkapcsolatok / erősebb családok
- Szociális kompetenciák fejlődése
- Emberi méltóság biztosítása
- A nonprofit szektor fejlődése
- A gazdaság fejlődése
- Önállóssá válni képes egyének / közösségek
- Beilleszkedni képes egyének / közösségek
- Szegénység csökkentése
- Alapvető képességek hiányának csökkentése

- Állatjólét
- Társadalmi innovációk terjedése
- Egyéb

3.11 *Kifejezhető-e pénzértékben tevékenységük hosszú távú társadalmi hatása?*

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.12 *Véleménye szerint, vannak tevékenységüknek nem szándékolt, esetleges negatív hatásai?*

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.13 *Elegendő információval rendelkeznek tevékenységük hosszú távú társadalmi hatásairól?*

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.14 *Gyűjtenek-e adatokat a tevékenységük hosszú távú, társadalmi hatásaira vonatkozóan? (Amennyiben igen, a következő kérdéssel folytassa. Amennyiben nem, ugorjon a 3.23 kérdésre.)*

- Igen
- Nem

3.15 *Miért gyűjtenek információkat a tevékenységük hosszú távú, társadalmi hatásaira vonatkozóan:*

- Külső megfelelés miatt teszik (pl. jelentést/beszámolót készítenek róla, a forrásokhoz, befektetésekhez való hozzájárulás érdekében)
- Belső indíttatásból teszik
- Mindkettő

3.16 *Ki végzi az információgyűjtést a tevékenységük hosszú távú, társadalmi hatásaira vonatkozóan?*

- Szervezetten belül végzik
- Külső szervezet végzi
- Mindkettő

3.17 Bevonják-e az érintetteket a tevékenységük hosszú távú, társadalmi hatásainak felmérésébe?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.18 Amennyiben gyűjtenek ilyen információkat, megosztják-e az érintettekkel az eredményeket?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.19. Alkalmaznak-e valamilyen konkrét hatásmérő módszertant, ha igen, kérjük, nevezze meg!

3.21. A társadalmi hatásaikról szerzett információikat felhasználják-e szervezetük/működésük fejlesztése során?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.22. A társadalmi hatásaikról szerzett információik alapján változtat(ná)nak-e alapvető elképzeléseiken, céljaikon?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

3.23. Amennyiben nem gyűjtenek információkat a tevékenységük hosszú távú, társadalmi hatásaira vonatkozóan, mi ennek az oka?

- Motiváció hiánya
- Idő hiánya
- Pénzügyi erőforrások hiánya
- Emberi erőforrás hiánya
- Megfelelő módszertan hiánya
- Ismeretek hiánya
- Felelős hiánya
- Feleslegesnek tartjuk
- Egyéb

3.24. 3.24. Ön szerint mennyiben lenne hasznos egy konkrét mérési módszertan alkalmazása az alábbi területeken?

	egyáltalán nem	inkább nem	inkább igen	teljes mértékben	nem tudok/nem szeretnék válaszolni
Tevékenységük hatásainak pontos mérésére (mérés)					
A kitűzött célok elérésének bizonyítására (visszacsatolás)					
A menedzsment munkájának támogatására (menedzsment támogatás)					
Külső elismerés érdekében (tanúsítás)					
Az érintetteknek történő beszámolásra (jelentés/beszámolás)					
Forrásszerzés céljából					
A szervezet erősségeinek és gyengeségeinek feltérképezésére (szervezetfejlesztés)					

4. A működés értékelése

4.1. Az életgörbe mely szakaszában van szervezete/vállalkozása? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Indulás
- Növekedés
- Érettség
- Hanyatlás

4.2. Mennyire értékeli sikeresnek szervezetét / vállalkozását?

- Egyáltalán nem
- Inkább nem
- Inkább igen
- Teljes mértékben
- Nem tudok/nem szeretnék válaszolni

4.3. Melyek jelenleg szervezete/vállalkozása fő erősségei? (Kérjük, jelölje a relevánsakat!)

- Magas szintű társadalmi elkötelezettség
- Nagy társadalmi hozzáadott érték
- A termék / szolgáltatás minősége
- A termék / szolgáltatás egyedisége
- Alacsony termék/szolgáltatás árak
- Működési tapasztalat
- Üzleti szemlélet
- Vállalkozási ismeretek
- Vállalkozási tapasztalat
- Kidolgozott üzleti terv megléte
- Jogi ismeretek
- Jelentős bevételű üzleti alapú tevékenység
- Rendszeres finanszírozás / forrásokhoz jutás
- Stabil tőkeellátottság
- Innovativitás
- Elkötelezett/kompetens menedzsment
- Elkötelezett/kompetens munkatársak
- Stabil munkahely biztosítása
- Munkatársak fejlődési lehetőségei
- Kapcsolati háló
- A helyi közösség bizalma
- Aktív marketing tevékenység
- Jó társadalmi reputáció/hírnév
- Egyéb

4.4. Melyek jelenleg szervezete/vállalkozása fő gyengeségei? (Kérjük, jelölje meg a relevánsakat!)

- Alacsony szintű társadalmi elkötelezettség
- Alacsony társadalmi hozzáadott érték
- A termék / szolgáltatás nem megfelelő minősége
- A termék / szolgáltatás nem kellő egyedisége
- Magas termék/szolgáltatás árak
- Működési tapasztalat hiánya
- Üzleti szemlélet hiánya
- Vállalkozási ismeretek hiánya
- Vállalkozási tapasztalat hiánya
- Kidolgozott üzleti terv hiánya
- Jogi ismeretek hiánya
- Alacsony bevételű üzleti alapú tevékenység
- Finanszírozás / forrásokhoz jutás hiánya
- Gyenge tőkeellátottság
- Innovativitás hiánya
- Nem eléggé elkötelezett/kompetens menedzsment
- Nem eléggé elkötelezett/kompetens munkatársak
- Stabil munkahelyek biztosításával kapcsolatos nehézségek
- Nincs a munkatársak számára fejlődési lehetőség
- Nem megfelelő kapcsolati háló
- A helyi közösség bizalmatlansága
- Aktív marketing tevékenység hiánya
- Nem megfelelő társadalmi reputáció/hírnév
- Egyéb

4.5. Milyen környezeti sajátosságot érzékel szervezete/vállalkozása lehetőségként? (Kérjük, jelölje meg a relevánsakat!)

- Növekvő társadalmi szükséglet a termék/szolgáltatás iránt
- Növekvő fizetőképes piaci kereslet a termék/szolgáltatás iránt
- A szabályozás kedvező változása
- Kedvező működési feltételek
- Áttekinthető jogszabályok
- EU támogatások növekedése
- A hazai költségvetési támogatások növekedése
- A pénzügyi szektorból érkező támogatás növekedése
- A vállalati szektorból érkező támogatás növekedése
- A magánszemélyektől érkező támogatás növekedése
- Önkéntes munka mértékének növekedése
- A nonprofit szféra kedvezőbb politikai megítélése
- A nonprofit szféra kedvezőbb társadalmi megítélése
- Az ország/régió/helyi település jobb gazdasági helyzete

- A technológiai környezet kedvező változásai
- Egyéb

4.6. Milyen környezeti sajátosságot érzékel szervezete/vállalkozása veszélyként? (Kérjük, jelölje meg a relevánsakat!)

- Csökkenő társadalmi szükséglet a termék/szolgáltatás iránt
- Csökkenő fizetőképes piaci kereslet a termék/szolgáltatás iránt
- A szabályozás kedvezőtlen változása
- Kedvezőtlen működési feltételek
- Áttekinthetetlen jogszabályok
- EU támogatások csökkenése
- A hazai költségvetési támogatások csökkenése
- A pénzügyi szektorból érkező támogatás csökkenése
- A vállalati szektorból érkező támogatás csökkenése
- A magánszemélyektől érkező támogatás csökkenése
- Önkéntes munka mértékének csökkenése
- A nonprofit szféra kedvezőtlen politikai megítélése
- A nonprofit szféra kedvezőtlen társadalmi megítélése
- Az ország/régió/helyi település rosszabb gazdasági helyzete
- A technológiai környezet kedvezőtlen változásai
- Egyéb

4.7. Kérjük, írja le, milyen területeken lenne szükség a szabályozó, gazdasági stb. környezet fejlesztésére ahhoz, hogy sikeresen tudjanak működni a jövőben!

4.8. Kérjük, írja le, milyen területeken lenne szükség szervezete/vállalkozása fejlesztésére ahhoz, hogy sikeresen tudjanak működni a jövőben!

2. sz. melléklet: Magánszemélyek a társadalmi vállalkozásokról

A kutatás célja a társadalmi problémák megoldásában résztvevő szervezetek/vállalkozások helyzetének, sajátosságainak felmérése. Kitöltésével hozzájárul a szektor jövőbeli fejlesztéséhez. Amennyiben a kérdőív végén kéri, elküldjük a kutatás eredményét Önnek a projekt lezárását követően.

A kutatásra az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében kerül sor, a program és a hazai szociális gazdaság fejlesztése érdekében. A felmérést a Miskolci Egyetem végzi. A válaszadás önkéntes. Az adatokat bizalmasan kezeljük, az eredményeket kizárólag anonim módon, összesítve dolgozzuk fel. A kérdőív kitöltése 30-40 percet vesz igénybe.

Köszönjük, hogy a szervezetére vonatkozó információk megadásával segíti munkánkat!

1. Hallotta már korábban a társadalmi vállalkozás kifejezést? (Kérjük, jelölje a megfelelő választ!)

- Igen
- Nem

2. Véleménye szerint, kik a magyarországi társadalmi vállalkozások legfontosabb célcsoportjai? (Kérjük, jelölje meg! Több válasz is adható)

- Beteg gyerekek
- Egészséges gyermekek
- Beteg, egészségkárosult felnőttek
- Szegények
- Természeti katasztrófák áldozatai
- Munkanélküliek
- Hajléktalanok
- Szenvedélybetegségek áldozatai
- Határon túli magyarok
- Nemzeti kisebbségek
- Idősek, özvegyek
- Települési, lakóhelyi, munkahelyi vagy kisebb helyi közösség
- Nem határozható meg
- Egyéb:

3. Mennyire tartja fontosnak, hogy az állam mellett társadalmi vállalkozások/nonprofit szervezetek is szerepet vállaljanak az alábbi célcsoportok segítésében/ellátásában? (5 fokozatú likert skála, 1: egyáltalán nem, 5: teljes mértékben)

- Beteg gyerekek
- Egészséges gyermekek
- Beteg, egészségkárosult felnőttek
- Szegények
- Természeti katasztrófák áldozatai
- Munkanélküliek
- Hajléktalanok
- Szenvedélybetegségek áldozatai

- Határon túli magyarok
- Nemzeti kisebbségek
- Idősek, özvegyek
- Települési, lakóhelyi, munkahelyi vagy kisebb helyi közösség

4. Ön szerint melyek lehetnek a magyarországi társadalmi vállalkozások alapításának indítékai? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

	egyáltalán nem	inkább nem	inkább igen	teljes mértékben	nem tudok/nem szeretnék válaszolni
Valamely társadalmi/közösségi cél megvalósítása					
Egy vagy több társadalmi probléma enyhítése					
Üzleti alapú tevékenység végzése					
Támogatási lehetőségek megragadása					
Adókedvezmény igénybevétele					
Önfenntartás/önsegélyezés					
A függetlenség biztosítása					
Demokratikus döntéshozatal, szolidaritás, biztosítása					
Együttműködés, az érintettek bevonása					
Transzparens működés					
A közjó támogatása					
Társadalmi innováció					
A fenntartható fejlődés elősegítése (gazdasági, környezeti és társadalmi szempontból is fenntartható)					

5. Ön személyesen érintett valamilyen társadalmi vállalkozásban?(Több válasz is adható.)

- Igen, társadalmi vállalkozást működtetek
- Igen, foglalkoztatottként vagyok érintett ilyen szervezetben
- Igen, engem vagy valamely családtagomat/rokonomat igénybevevőként/ támogatottként érinti
- Igen, egyéb módon érint
- Nem vagyok érintett

6. Szívesen vásárolná-e meg társadalmi vállalkozások termékét vagy venné igénybe a szolgáltatását? (Pl. egy hátrányos helyzetű személy által készített terméket) (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt!)

- Igen
- Nem

7. Hajlandó lenne többet fizetni egy társadalmi vállalkozás termékéért vagy szolgáltatásáért a szokásos piaci árhoz képest, ha ezzel a vásárlással hozzájárulhatna a társadalmi cél eléréséhez?

- Igen, ha az csak egy kicsit drágább, mint a szokásos piaci ár
- Igen, még akkor is, ha az jóval drágább, mint más hasonló termék
- Nem

8. Hajlandó lenne támogatni egy társadalmi vállalkozás működését? (Kérjük, jelölje meg a megfelelőt! Több válasz is adható)

- Nem
- Igen, adóm 1 százalékaival
- Igen, pénzbeli adománnyal
- Igen, természetbeni adománnyal
- Igen, önkéntes munkával
- Igen, tudatos vásárlással
- Egyéb

9. Neme? (Kérjük, jelölje meg!)

- Férfi
- Nő

10. Hány éves Ön?

11. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége? (Kérjük, jelölje meg!)

- Egyetem, főiskola, felsőfokú szakképzés
- Érettségi (szakközépiskola, gimnázium)
- Szakmunkásképző
- Általános iskola
- Egyéb

12. Milyen településen lakik? (Kérjük, jelölje meg!)

- Főváros
- Megyeszékhely
- Megyei jogú város
- Város
- Község, nagyközség
- Egyéb

13. Melyik régióban lakik? (Kérjük, jelölje meg!)

- Észak-Magyarország
- Észak-Alföld
- Dél-Alföld
- Közép-Magyarország
- Közép-Dunántúl
- Dél-Dunántúl
- Nyugat-Dunántúl

14. *Mi a családi állapota? (Kérjük, jelölje meg!)*

- Nőtlen, hajadon
- Házas
- Özvegy
- Elvált
- Egyéb

15. *Mi a foglalkozása? (Kérjük, jelölje meg!)*

- Szellemi foglalkozású
- Fizikai foglalkozású
- Vállalkozó
- Tanuló
- GYES/GYED
- Nyugdíjas
- Munkanélküli
- Egyéb

16. *Mennyi az Ön háztartásában élők egy főre jutó átlagos havi nettó jövedelme? (kérjük jelölje meg!)*

- Kevesebb mint 50 000 Ft
- 50 000 - 100 000 Ft
- 100 000 - 150 000 Ft
- 150 000 - 250 000 Ft
- Több mint 250 000 Ft

Köszönjük, hogy a kérdőív kitöltésével segítette munkánkat!

3. sz. melléklet: A fókuszcsoporthoz tartozó kérdések

6. *A társadalmi vállalkozás fogalma (max. 25 perc)*
 - 1.a Milyen típusú szervezetek lehetnek társadalmi vállalkozások?
 - 1.b. Lehet-e for-profit szervezet társadalmi vállalkozás?
 - 1.c. Milyen motivációi vannak a társadalmi vállalkozások létrehozásának?
 - 1.d Szükséges-e, hogy egy társadalmi vállalkozás egyben társadalmi innovációt valósítson meg?
 - 1.e. Mennyire fontos/jellemző, hogy a társadalmi vállalkozások döntéshozatali folyamatait demokratikus eljárások határozzák meg?
7. *A társadalmi vállalkozások társadalmi hatása (max. 25 perc)*
 - 2.a. Milyen jellegű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 2.b.Milyen mértékű társadalmi érték (hatás) várható el a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 2.c. Hogyan mutatható ki a társadalmi vállalkozások által létrehozott társadalmi érték, hatás?
 - 2.d. Milyen szerepe lehet a társadalmi vállalkozások által létrehozott érték, hatás kimutatásának, mérésének?
8. *A társadalmi vállalkozások forrásszerzési és nyereség-elosztási gyakorlata (max. 25 perc)*
 - 3.a. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások forrásszerzési gyakorlatát?
 - 3.b Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások által megtermelt nyereség/többlet/profit elosztására vonatkozó gyakorlatokat?
 - 3.c. Mi jellemzi a társadalmi vállalkozások kapcsolatrendszerét? Kik jelennek meg benne?
 - 3.d. A pályázati finanszírozáson túl milyen finanszírozási lehetőségeik vannak (lesznek a társadalmi vállalkozásoknak)?
9. *A társadalmi vállalkozások eredményei, sikertényezői (max. 25 perc)*
 - 4.a. Milyen fő eredményeket érnek el a társadalmi vállalkozások? Milyen arányú üzleti típusú bevétel várható el minimálisan a társadalmi vállalkozásoktól?
 - 4.b. Melyek a társadalmi vállalkozások fő sikertényezői? (Mi az, amitől sikeresek lesznek?)
 - 4.c. Hogyan mutathatók ki a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?
 - 4.d. Mennyire láthatóak a társadalmi vállalkozások eredményei, sikerei?
10. *Jövőbeni fejlesztési lehetőségek (max. 25 perc)*
 - 5.a. Milyen nehézségekkel szembesülnek a társadalmi vállalkozások?
 - 5.b. Milyen fő kockázati tényezők merülnek fel a társadalmi vállalkozások működése során?
 - 5.c. Milyen területen kellene fejleszteni a társadalmi vállalkozásokat?