

**EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM
PEDAGÓGIAI ÉS PSZICHOLÓGIAI KAR**

Doktori (PhD) disszertáció tézisei

Galambos Katalin

A „társadalmi vállalkozások” magyarországi evolúciója

DOI-azonosító: 10.15476/ELTE.2024.358

Neveléstudományi Doktori Iskola

A Doktori Iskola vezetője: Prof. Dr. Zsolnai Anikó, egyetemi tanár

Gyógypedagógiai Program

Programvezető: Dr. habil. Perlusz Andrea, habilitált főiskolai tanár

Témavezető:

Dr. Zászkaliczky Péter, főiskolai tanár

Budapest, 2024

Tartalomjegyzék

1	Bevezetés	3
2	A kutatás diszciplináris kerete	4
3	A kutatás bemutatása	7
3.1	Kutatási kérdések	7
3.2	A kutatás módszertana	7
3.3	A kutatási minta	9
4	Eredmények	11
4.1	A társadalmi vállalkozás fogalma	11
4.2	A társadalmi vállalkozás vezetője	11
4.3	A társadalmi vállalkozások szervezeti keretei	12
4.4	A társadalmi vállalkozások gazdasági fenntarthatósága	13
4.5	A társadalmi vállalkozások evolúciója	14
5	Következtetések, javaslatok	17
6	A kutatás limitációi	22
7	Irodalomjegyzék	23

1 Bevezetés

A kutatás a magyarországi társadalmi vállalkozások elmúlt harminc évben történt változásait vizsgálta azzal a céllal, hogy a különböző korszakokban alapított szervezetek összehasonlításával egyfajta evolúciós vonalat rajzoljon fel. Evolúció alatt fejlődési folyamatot, az évek múlásával alakuló változást értettünk a kutatás során. A szakirodalom feldolgozása mellett olyan szervezetek elérhető médiamegjelenéseit és *vezetőivel* készült interjúit elemeztük, amelyek a kutatás idején önmagukat társadalmi vállalkozásként definiálták. Ezeket egészítették ki a társadalmi vállalkozások területével kapcsolatba hozható *szakértőkkel* folytatott interjúk. Így a fő források, az interjúk és azok kvalitatív tartalomelemzése voltak.

Az evolúciós folyamat leírásán túl további cél volt a hazai társadalmi vállalkozásokat leíró jellemzők bemutatása: fogalomhasználat, szervezeti keret, működési mechanizmus, gazdasági fenntarthatóság. Emellett a kutatás választ keresett arra is, hogy a területet formáló vállalkozók számára mennyire kívánatos a konszenzuson alapuló és egyértelmű fogalomalkotás, valamint a jogi szabályozás (minthogy ez idő szerint Magyarországon nincs a társadalmi vállalkozásokat meghatározó jogszabályi keret). A fogalomalkotásról való gondolkodás a rendszerváltást követően indult meg, melyet a nemzetközi szervezetek (például NESsT és Ashoka) útmutatásai és a hazai kutatók megállapításai (G. Fekete et al., 2017; Kiss, 2018; Mihály, 2017; Tóth et al., 2011) is alakítottak.

A kutatás fő kérdései közé tartozott, hogy az evolúciós jellemzők bemutatása mentén milyen javaslatok fogalmazhatók meg a társadalmi vállalkozások magyarországi elterjedése érdekében, hogyan rajzolhatók meg a szociális szolgáltatás és a társadalmi vállalkozás közötti határvonalak, továbbá annak feltárása, hogy a nonprofit szolgáltató szektor napjainkig miért nem élt igazán a társadalmi vállalkozási forma, mint működési mechanizmus lehetőségével.

A kérdés megválaszolásához látni kellett az elmúlt harminc év változásait, a hazai definíciós dilemmákat és a gazdasági fenntarthatóság kihívásait. A kutatás olyan szervezeti keretet és gondolkodásmódot vizionált, amelyben a társadalmi egyenlőtlenségek és a környezeti kihívások kezelésében az altruista attitűdöt felváltja a vállalkozói magatartás, a társadalmi vállalkozási forma.

A doktori kutatás körbe járta a társadalmi vállalkozás definícióját. Irányadónak az Európai Bizottság háromdimenziós meghatározását tartotta: „(1) *Vállalkozói/gazdasági dimenzió: A*

társadalmi vállalkozások stabil és folyamatos gazdasági tevékenységet folytatnak, és ezért a vállalkozásokra jellemző tulajdonságokkal rendelkeznek. (2) Társadalmi dimenzió: A társadalmi dimenziót a cél és/vagy a szállított termékek határozzák meg. (3) Inkluzív kormányzás-tulajdonosi dimenzió: Az igények azonosításához és az érintett érdekelt felek bevonásához a megfelelő megoldások kialakításába a társadalmi vállalkozásnak sajátos tulajdonosi struktúrákra és irányítási modellekre van szükségük, amelyek célja, hogy különböző mértékben fokozzák a vállalkozás által érintett érdekelt felek részvételét. A társadalmi vállalkozások kifejezetten korlátozzák a nyereség felosztását, és vagyoni korlátozással rendelkeznek.” (European Commission, 2020, p. 158–160.)

2 A kutatás diszciplináris kerete

A kutatás multidiszciplináris volt, mivel több tudományterület tudásából merített; interdiszciplináris, mivel átlépte a tudományterületek határait, és transzdiszciplináris, mivel egyik fő célja a tudományterületeket átívelő új tudás létrehozása volt.

A kutatás *társadalomtudományi* és *természettudományi* területet is érintett, mivel nemcsak olyan társadalmi vállalkozásokat tanulmányozott, amelyek hatásukat humán területen fejtik ki, hanem olyanokat is, amelyek például a környezetvédelem, a biogazdálkodás területével foglalkoznak. Felvetett továbbá *gazdaságtudományi* kérdéseket is, hiszen a társadalmi vállalkozás olyan vállalkozás, amely profit, nyereség, pénzügyi tervezés, gazdasági fenntarthatóság nélkül nem értelmezhető. Mivel a hazai társadalmi vállalkozások történetéről és folyamatáról szóló narratívában fontos szerepük van maguknak a létrehozóknak (Gosztonyi, 2022), a kutatás alapját a társadalmi vállalkozások vezetőinek narratívái és tapasztalatai képezték.

A kutatás tervezése és megvalósítása során használt *Barkácsolás-koncepció/módszertan* (továbbiakban: bricolage) pókhálószerűen vonja be és hangolja össze a különböző diszciplináris kereteket. A bricolage-módszertan kritikai, több szempontú, több elméleti és módszertani megközelítés együttesének tekinthető, és komplexebb annál, mintha csupán eklektikus megközelítés lenne (Denzin & Lincoln, 2005). Ahogy a sokszínűség érték az oktatáspolitikai palettáján, és az egyik meghatározó elem az inkluzív szemlélet terén (Halász, 2013), úgy a jelen kutatás is értékként tekintett a sokoldalúságra, az egymásra hangolódni képes megközelítésekre. A kvalitatív kutatásokban a bricolage metafora kifejezetten az eklektikusság, az emergens tervezés, a rugalmasság és a pluralitás fogalmain alapuló

módszertani gyakorlatokat jelöli, mint ahogyan azt a szemléletet is, hogy a jelenségeket több, néha egymással versengő elméleti és módszertani nézőpontból kell vizsgálni (Rogers, 2012).

A bricolage a jelen kutatás diszciplináris kereteit – gyógypedagógia-tudományi, fogyatékoságtudományi, szociális és szolidáris gazdaság intézményelméleti és strukturalista megközelítését, valamint az erényetikai paradigmát – eszközként hangolta össze.

Mind a gyógypedagógia-tudományi, mind a fogyatékoságtudományi paradigma szorosan kapcsolódik a társadalmi vállalkozásokhoz, különösen azokhoz, amelyek célja a hátrányos helyzetű csoportokhoz tartozó személyek támogatása a társadalmi részvételben. Jelen kutatás a kettő metszetében helyezkedett el úgy, hogy a fogyatékoságot társadalmi, kulturális és politikai kérdésként határozta meg (Goodley, 2019). Zászkaliczky úgy fogalmaz, hogy a gyógypedagógia a fogyatékoság tudománya (Zászkaliczky, 2014).

A társadalmi vállalkozások fontos szereplők lehetnek abban, hogy a fogyatékosággal élő személyek ne csak passzív kedvezményezettek legyenek, hanem a társadalom aktív résztvevői és formálói is, akik kontrollra tesznek szert a saját életük, tevékenységeik felett (empowerment). A gyógypedagógia különösen hasznos eszközöket kínálhat e vállalkozások számára a munkahelyi környezet inkluzív kialakításához, valamint a munkavállalók egyéni igényeinek és képességeinek megfelelő fejlesztési programok kidolgozásához és végrehajtásához. A fogyatékoságtudományi megközelítés meghatározó tézise a participáció, az érintett csoportok képviselőinek bevonása a folyamatok minden szakaszába. A gazdálkodás területén Pataki és Radácsi az alternatív vállalkozások közös vonásaként tünteti fel az érintett-alapú gazdálkodást, mint vállalatvezetési gyakorlatot. A szerzők a stakeholder-kapitalizmus fogalmát alkalmazzák, ezzel jelezve, hogy a vállalkozás bevonja működése szférájába a természeti környezetet, a fogyasztókat, a befektetőket és a tulajdonosokat, az alkalmazottakat, a szállítókat, az üzleti partnereket és a közösségeket egyaránt (Pataki & Radácsi, 2000).

A fogyatékoságtudomány egyik alapvető kérdése az elnyomás, a függőség a kormányzati politikáktól, ami a fogyatékosággal élő embereket kirekeszti a társadalmi folyamatokból, megakadályozva abban való részvételüket. Számos területen alulreprezentáltak lehetnek, nem kapnak egyenlő esélyt az emberi, gazdasági és társadalmi tőkéhez való hozzáféréshez (Goodley, 2019). A társadalmi vállalkozások területe láthatóvá teszi a társadalmi kihívásokat és a kirekesztett, hátrányos helyzetű csoportok tagjait, továbbá lehetőséget biztosítanak a társadalmi részvételre. Egyúttal kitekint a kritikai fogyatékoságtudomány területére, mivel nem csupán a fogyatékosággal élő személyek csoportjára koncentrál, hanem figyelemmel van egyéb társadalmi hátrányok, kihívások kezelésére, illetve látja azok interszekcionális hatásait

– ahol a különböző társadalmi hátrányok összeadódnak – (Goodley, 2019; Könczei & Hernádi, 2015). A fogyatékoságtudomány és a társadalmi vállalkozások területe egyaránt rálát a nemzeti és nemzetközi gazdasági ökoszisztémákra és azok hatásaira (Goodley, 2019).

Jelen kutatás a szociális és szolidáris gazdaságot (SSE – Social and Solidarity Economy) is diszciplináris keretének tekintette, ahol a közjóra és a jó életre való törekvés céljának középpontjában az ember áll. A strukturalista megközelítés a gazdasági folyamatokban a szerep- és felelősségvállaló meghatározására fókuszál. A kormányzatok a gazdasági folyamatok döntő szereplői, azonban ez a szerep az egyes országokban nagyon eltérő (Stiglitz & Rosengard, 2015). A piac és a gazdasági folyamatok alakítói az intézmények, intézményrendszerek, szervezetek, társaságok is. Az intézményekre, mint elemzési egységekre tekintve a legtöbbet alkalmazott elmélet az intézményelméleti megközelítés, amely a szervezetek sokszínű és differenciált világát tételezi fel. DiMaggio és Powell utal arra, hogy egyes szerzők fontosnak tartják az intézmények közötti hasonlóságok és eltérések vizsgálatát, a szervezeti változások megértését, a folyamatok időbeli egymásra épülésének feltárását, valamint a szervezeti jellemzőknek a társadalmi struktúra egészére gyakorolt hatásainak elemzését (DiMaggio & Powell, 1983).

A társadalmi vállalkozások rendszere és kerete emberközpontúbb gazdaságot és társadalmat, az állami és piaci működés alternatíváját megjelenítő, társadalmi és gazdasági célokat egyaránt felmutató kezdeményezéseket (Kiss & Mihály, 2020) láttat. A profitszerzésre koncentráló neoliberais közgazdasági iskolától eltérő, emberközpontú paradigmára épülő közgazdaságtan kiépítésére hívja fel a figyelmet Baritz. Azt állítja, hogy *„lehet gazdálkodni erényetikai paradigmában”* (Baritz, 2016, p. 17.). Szerinte olyan gazdasági rendszert kell teremteni, amelyben a válságok hatásai optimalizálhatók, s amelyben a profit maximalizálása nem cél, csupán rész cél. A profit, mint eszköz természetesen megjelenik, hiszen vállalkozásról beszélünk, és szükség van haszonra a gazdasági fenntarthatósághoz (ami a kutatás egyik további kérdése volt), valamint a meghatározott célok eléréséhez. A szerző az általa *„háromdimenziós gazdaság”* fogalommal jelzett alapelvhez igazítja a társadalmi vállalkozásokat, a *„másért vállalkozókat”*, vagyis azokat, akik egy társadalmilag hasznos, antropocentrikus cél érdekében működnek. A paradigma elméletéhez hozzátartozik, hogy a fenntarthatóságról gondolkodva alapkövetelménynek tekinti az etikai kódex meglétét, a korrupcióellenességet, az üzleti etikát, az átláthatóságot és a környezetvédelmet, amelyek a profitzemléletben kiemelt szerepet kapnak (Baritz, 2016).

3 A kutatás bemutatása

3.1 Kutatási kérdések

A kutatás által vizsgált főbb kérdések az alábbiak voltak:

- Milyen evolúciós jellemzők érzékelhetők Magyarországon az elmúlt néhány évtizedben a társadalmi vállalkozások területén?
- Megoldást jelenthet-e a társadalmi vállalkozási forma a szociális intézmények (elsősorban nonprofit szervezetek) számára fenntarthatóságuk biztosításához Magyarországon, illetve, hogy miért nem éltek a szervezetek a szociális szolgáltatások gazdasági fenntarthatóságát lehetővé tevő társadalmi vállalkozási formával?

További kiegészítő kérdések:

- Milyen definíció jelenik meg elméleti és gyakorlati szinteken a társadalmi vállalkozásokra Magyarországon?
- Milyen szervezeti keretben és struktúrában működnek a vizsgált szervezetek?
- Hogyan gondolkodnak a társadalmi vállalkozások a gazdasági fenntarthatóságról?
- Milyen fejlesztési, innovációs javaslatok lehetnek a társadalmi vállalkozások területén, a vizsgálat idején, Magyarországon?

3.2 A kutatás módszertana

A kutatás céljának megfelelő helyzetfüggő és részletgazdag adatok által, kvalitatív módszerrel lehetett megérteni a társadalmi vállalkozások hazai helyzetét, szerepét, kihívásait. A folyamat során a szervezetekkel és a területen dolgozó szakértőkkel közösen kialakult egy tér, ami lehetőséget adott az igazi megfigyelésekre és a téma mélységeinek megismerésére. A folyamat jellegéből adódóan nem kellett szisztematikusan haladnunk a „megszokott” kutatói úton, sokkal inkább fokozatosan lehetett megismernünk a terep irodalmát, az azt alakító emberek, csoportok és szervezetek szemléletét, célját, működési módját. A kutatás során állandó interakcióban voltunk a területtel, vagyis két éven keresztül folyamatosan lehetett beszélgetni, figyelni, aktívan hallgatni és olvasni (Horváth & Mitev, 2015).

A kutatás a megalapozott elmélet (grounded theory) talaján állt, mivel az interjúkon alapuló adatokban gyökerezik, és az adatok szisztematikus elemzése során körvonalazódott az eredmény. Ebben a módszertanban a „*kutató nyíltan vállalja, hogy már témaválasztásával is beleviszi saját személyiségét a kutatás menetébe*” (Gelencsér, 2003, p. 143–144.), a kutatás középpontjában az interjúalanyok által elmondottak álltak, és nem volt célja a reprezentativitás.

A kutatás adatelemzése induktív, alulról felfelé építkező volt. Először a szövegek és a hanganyagok egy tágabb képet jelenítettek meg, majd a tartalomelemzés során a kódokhoz rendelt szövegek révén láthattuk az adatokban rejlő mintázatokat. Mindeközben újabb és újabb szakirodalmi munkák kerültek elő, amelyek segítségével újra formálódhatott, vagy megerősödhetett az eredmény. A kutatás egészét nyitott és befogadó szemlélet jellemezte azok iránt, akik a társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos terepen dolgoznak vagy formálnak véleményt. Egy-egy kérdésben sokszor igen eltérő vélemények jelentek meg, ami arra utal, hogy a téma bizonytalan, hiányoznak bizonyos sarokpontok, a sokszínűség, a tervezések, a megvalósítások gazdag tárháza azonban erősítheti a területet. Jelen kutatásban elméleti lencsénk – amelyen keresztül az egész vizsgálatra tekintettünk – gyógypedagógia-tudományi, fogyatékoságtudományi és emberi jogi megközelítés volt. A disszertáció elemzése során a fókuszban egy komplex kép megfogalmazása állt a magyarországi társadalmi vállalkozásokról, mindamelllett, hogy a kutatás csupán pillanatfelvételnak tekinthető (Horváth & Mitev, 2015).

A 30 társadalmi vállalkozás vezetőivel és 11 társadalmi vállalkozásokat támogató személlyel készült szakértői interjúk 2021. áprilisa és 2022. májusa között online és személyes formában készültek. A félig strukturált interjúk oldottabb beszélgetésekre adtak lehetőséget, aminek további előnye volt, hogy ezáltal sokkal tágabb kontextusba tudtuk helyezni a vizsgált területet (Babbie, 2008).

A kutatásban a vizsgált társadalmi vállalkozásokról szekunder forrásokból gyűjtöttünk adatokat (hírek, publikációk, cikkek, interjúk, a szervezetek weboldala); minden szervezet esetében az online formában elérhető, utóbbi tíz évben megjelent közleményeket vizsgáltuk. Értékes része volt a kutatásnak a közzétett írások elemzése, hiszen a társadalmi vállalkozásokról a köztudatban nincs sok információ, s a személyes tapasztalat is azt mutatta, hogy nagyon kevesen tudják Magyarországon, hogy mit jelent a társadalmi vállalkozás fogalma.

A vizsgált társadalmi vállalkozásokról a médiában megjelent szövegeket és a vezetőkkel készült interjúkat tartalomelemzés módszerével, a MAXQDA szoftvert (Rädiker, 2023) használva dolgoztuk fel. A társadalmi vállalkozások területén szakértőnek számító személyekkel készült interjúk válaszait Excel táblázatban összesítettük. A programban az egyik leghosszabb interjú nyílt kódolását követően alakítottuk ki az első kódokat. További két

interjú kódolása adott lehetőséget a meglévő kódok kiegészítésére. Majd kis idő elteltével mindhárom interjú újrakódolásra került– minimális (10% alatti) eltérés mutatkozott –, rögzítettük a végleges kódrendszert, amely alapot adott valamennyi további interjúszöveg kódolására (Frieze, 2019). A kódolás „*az a központi folyamat, amellyel felépíti a kutató az elméleteket az adatokból*” (Corbin & Strauss, 1990, p. 57.) és ez történt ebben az elemzésben is. Az értékelés fázisában az alábbi kódcsoportokat alakítottuk ki: (1) gazdasági fenntarthatóság, (2) társadalmi vállalkozó, (3) működési jellemzők, (4) társadalmi vállalkozás definíciója, (5) ökoszisztéma, (6) evolúció, (7) szervezeti keret, (8) társadalmi vállalkozás társadalmi kihívás oldala, (9) társadalmi vállalkozás vállalkozási oldala. Az interjúalanyok legtöbbet a társadalmi vállalkozás működésének jellemzőiről, és legkevesebbet a társadalmi vállalkozás vállalkozási oldaláról beszéltek.

3.3 A kutatási minta

A minta két csoportját a társadalmi vállalkozások vezetői, illetve a társadalmi vállalkozásokat támogató személyek, szervezetek képviselői alkották. A társadalmi vállalkozásoknak szintén két csoportját különböztettük meg:

- amelyek társadalmi hatásukat humán területen fogalmazzák meg, és
- amelyek a társadalom egészének javára, azaz egyéb területen kívánnak hatni.

A kutatási minta kialakítása már a kutatás tervezésekor, a kutatásetikai engedély benyújtásakor, és később, a kutatás folyamatában is komoly kihívást jelentett, mivel a társadalmi vállalkozások nem képeznek jól körülhatárolt, egyértelműen látható csoportot. Azt is tudtuk, hogy a vizsgálandó csoporthoz számosságában nem tartozik sok szervezet, azaz *ritka populáció* (rare population) (Kapitány, 2010), és közvetlen mintavételi keret nem állt rendelkezésre. Az is egyértelmű volt, hogy a kutatás nem a számosságra és a kvantitatív jellemzőkre kíváncsi, hanem a kvalitatív mutatókat vizsgálja.

A kutatási mintába azok a szervezetek kerültek be, amelyek valamilyen formában vagy platformon társadalmi vállalkozásként jelentek meg, önmeghatározás, publikáció, vagy szakértői ajánlás formájában. A megkérdezett szervezetek minden egyéb szempontból – szervezeti keret, társadalmi hatás területe, a szervezet mérete, a vállalkozás színtere, regionalitás – heterogén csoportot alkottak, ennek oka az volt, hogy a kutatás nem azokra a kérdésekre keresett válaszokat, amelyek egy adott vállalkozási területen, vagy egy adott

célcsoport tekintetében fogalmazzák meg társadalmi hatásukat. A kutatás során készítettünk interjúkat olyan személyekkel is, akik szakértőként a magyarországi társadalmi vállalkozások kialakulásának, fejlődésének meghatározó szereplői. Összesen 41 interjúból (1) 24 szervezet társadalmi vállalkozásként hátrányos helyzetben lévő személyekkel kapcsolatban fogalmazta meg társadalmi hatását; (2) 5 szervezet társadalmi vállalkozásként a társadalom egészének javára, azaz egyéb területeken kívánt hatni; (3) 1 szervezet társadalmi vállalkozásként társadalmi hatását humán és nem humán területeken egyaránt megfogalmazta; (4) 6 interjúalany társadalmi vállalkozásokat támogató, tanácsadó személy és/vagy szakértő volt; (5) 5 interjúalany társadalmi vállalkozásokat tömörítő ernyőszervezet képviselője volt.

A vizsgálati minta megoszlása a szervezetek alapításának éve szerint három korcsoport kialakítására adott lehetőséget. Az egyes csoportok nem csupán élettartamukban, de jellemzőikben is hasonlóak voltak. Azt láthattuk a kutatásból, hogy ma Magyarországon generációs különbség van az *idős* és a *fiatal* társadalmi vállalkozások között. Általánosságban elmondhatjuk, hogy a *fiatal* (1–5 éve alapított) szervezetek tudatosan hoztak létre társadalmi vállalkozásokat; a *felnőtt* (6–15 éve alapított) szervezetek hozzávetőlegesen fele volt tudatában annak, hogy társadalmi vállalkozást működtet; míg a több évtizedes, *idős* (16–30 éve alapított) szervezetek egyharmada mondta, hogy alapításkor ismerte a társadalmi vállalkozás fogalmát.

A mintában minden régióból voltak interjúalanyok, illetve 10 olyan szervezet volt, amely Magyarország több régiójában van jelen és/vagy hatását több régióban fejt ki. A 30 szervezet között 3 olyan társulás volt, amelynek nincs szervezeti kerete, 1 szociális intézmény (társadalmi vállalkozásként), 3 – az első társadalmi vállalkozásokra jellemző – szövetkezeti formában működik. A társadalmi vállalkozásoknak a társadalmi kihívásra reagáló nonprofit jellegét 16 szervezeti keret mutatta (alapítvány, egyesület és nonprofit kft.), a vállalkozás-jellegét (korlátolt felelősségű társaság, betéti társaság, részvénytársaság) 7 szervezeti keret.

A vállalt társadalmi cél tekintetében nagyon heterogén volt a minta, a 30 vizsgált szervezet összesen 35 területen határozta meg beavatkozási szándékát, mint például: mélyszegénység, oktatás, foglalkoztatás, közösségfejlesztés, környezeti fenntarthatóság, szociális szolgáltatás nyújtása, mentális egészség, biogazdálkodás, attitűdformálás, kisgyermeket nevelő nők támogatása.

4 Eredmények

A társadalmi vállalkozások vezetőivel és a társadalmi vállalkozásokat támogató szakértőkkel készült interjúkat öt tématerület – *A társadalmi vállalkozások evolúciója; A társadalmi vállalkozás fogalma; A társadalmi vállalkozás vezetője; A társadalmi vállalkozások szervezeti keretei; A társadalmi vállalkozások gazdasági fenntarthatósága* – mentén elemeztük. Az öt tématerület közötti összefüggésben a fogalommal, a vezető személyével, a gazdasági fenntarthatósággal és a szervezeti kerettel kapcsolatos eredmények mutatnak rá végül a társadalmi vállalkozások evolúciójára és a következtetésekre.

4.1 A társadalmi vállalkozás fogalma

A társadalmi vállalkozás definíciós meghatározását az interjúalanyok négy irányból közelítették meg: (1) misszió, aminek társadalmi hatása van; (2) mérleg, aminek a két serpenyője egyensúlyban van; (3) hátrányos helyzetben lévő személyek foglalkoztatása és (4) vállalkozás, profitelosztás nélkül. Voltak olyan válaszok, amelyek azt mondták el, hogy mi nem társadalmi vállalkozás: nem CSR (vállalati társadalmi felelősségvállalás), nem civil szervezet, nem szociális szolgáltatás. A társadalmi vállalkozások vezetői mellett a szakértők úgy látták, hogy ma Magyarországon kevés az *érett fázisban lévő* társadalmi vállalkozás. A szakértők a definíciót két irányból közelítették meg. Az egyik irány a küldetés, a misszió, a markáns cél, ami ezeket a szervezeteket jellemzi. A másik az „igazi” vállalkozás, mivel a szakértők határozottan (határozottabban, mint a vállalkozások vezetői) állították, hogy ezeknek a szervezeteknek vállalkozásként kell működniük, bevételt kell felmutatniuk, mert különben nem tudják finanszírozni a kitűzött célt.

4.2 A társadalmi vállalkozás vezetője

Nem volt jellemző, hogy a *társadalmi vállalkozások vezetői* önmagukat társadalmi vállalkozóként határozták meg. Az interjúalanyok egy részét az Ashoka vagy a NESsT ébresztette rá, hogy amit csinálnak, az társadalmi vállalkozás és ők akár társadalmi vállalkozók. Azt megelőzően arra, hogy ők társadalmi vállalkozók lennének, egyáltalán nem gondoltak. Az

evolúcióban *idősebb* szervezetek alapítói elfáradtak, szeretnék átadni vállalkozásaikat, keresik a megfelelő utódokat, és úgy látják, hogy egy jó modell egy elkötelezett vállalkozóval tovább vihető, tovább adható. A társadalmi vállalkozó a szakértői interjúk alapján egyértelműen olyan személy, akinek innovatív ötlete van valamely társadalmi kihívás megoldására. A szakértők elmondták, hogy a társadalmi vállalkozó nem minden esetben indít vállalkozást, megesik, hogy ő az ötletet adja, és annak megvalósítója egy szervezet lesz. Számos esetben azonban maga indít vállalkozást, megvalósítja ötletét. Jellemzően hosszútávon tervez, a választott területen rendszerszintű változást szeretne elérni. *Elkötelezettség, kreativitás, karizma* – ezekkel a szavakkal jellemezték a szakértők a társadalmi vállalkozót.

4.3 A társadalmi vállalkozások szervezeti keretei

A vizsgált szervezetek nagy része keresett valamilyen *szervezeti, jogi keretet* tevékenységének, és voltak olyan szervezetek, amelyek megváltoztatták az eredetileg választott szervezeti keretet. Az interjúk elemzésekor az is egyértelműen kirajzolódott, hogy a civil szervezeti forma és a társadalmi vállalkozás közötti hasonlóságok és különbségek nem egyértelműek, határozott értelmezési és jogi keret nem állt (és nem áll) rendelkezésre. A vizsgált szervezetek közül összesen 16 szervezet működik alapítványként, egyesületként vagy nonprofit kft.-ként. Ezek olyan szervezeti formák, amelyek lehetővé tesznek valamennyi vállalkozói tevékenységet, de, mint azt a definíciók is mutatták, nem gazdasági, vállalkozói céllal jöttek létre. Ezek azok a szervezetek, amelyek a civil szektor szereplői, és számos esetben valamilyen szociális szolgáltatást nyújtanak. A szervezeti keretek másik nagy csoportja inkább a vállalkozásjellegűt mutatja: korlátolt felelősségű társaság, betéti társaság vagy részvénytársaság. Ezek már az alapításkor arra készültek, hogy vállalkozást működtessenek. Hasonlóan a társadalmi vállalkozások vezetőivel készült interjúkhoz, a szakértők is megerősítették, hogy társadalmi vállalkozás jogilag sokféle lehet, hiszen nincs kötelező jogi formája. Az egyik szakértő úgy fogalmazott, hogy ebből a szempontból a társadalmi vállalkozás egy kicsit megfoghatatlan.

4.4 A társadalmi vállalkozások gazdasági fenntarthatósága

Elfogadva és követve azt, hogy a társadalmi vállalkozások *igazi vállalkozások*, és bevételeik nagyobb részét piaci forrásokból szerzik, fontos volt vizsgálnunk ezeknek a szervezeteknek a *gazdasági fenntarthatóságát* is. A gazdasági fenntarthatósággal kapcsolatban az interjúalanyok megállapították, hogy nagyon bizonytalan a környezet, amelyben működniük kell: az állami támogatások változnak, a költségek növekednek, az adományozói hajlandóság alacsony és kevés a pályázati forrás. Összesen 16 interjúalany tartotta vállalkozását fenntarthatónak, ami a szervezetek alapításának évét tekintve megoszlott a mintában. A tendencia azt mutatja, hogy a *fiatalabb*, vállalkozásként alapított szervezetek stabilabbnak bizonyulnak, esetükben a stabilitást az alapításkori tudatosság, a hosszú távú gondolkodás jelenti. Az *idősebb* szervezetek esetében hiányzik a gazdasági fenntarthatóság tervezéséhez szükséges tudás, illetve kevés az ígéretes gyakorlat arra, hogy a társadalmi vállalkozások Magyarországon hogyan működhetnek fenntartható módon. A vizsgált szervezetek szükségszerűnek tartották az adóterhek csökkentését és állították, hogy a társadalmi vállalkozás gazdasági fenntarthatósága összefügg más faktorokkal is, mint például az önkéntesség és a partnerség. Azok a szervezetek, amelyek megalakulásukkor meghatározott társadalmi kihívásra kívántak reagálni, és az azzal kapcsolatos tudást és szakembereket vontak be, kevésbé fókuszáltak a gazdasági fenntarthatóságot biztosító tevékenységre, annak tervezésére. A szervezetek egy része nem is rendelkezik olyan ismeretekkel, nincs a hálózatában olyan szakértő, aki gazdasági kérdésekben kompetens lenne. A kutatás azt igazolta, hogy még a tudatos szervezetek számára is fontos lenne a hasonló szervezetektől való tanulás és a társadalmi vállalkozásoknak kedvező ökoszisztéma, ami egyfajta biztonságot nyújtana.

Az interjúkban elmondottak alapján a gazdasági fenntarthatóságot az alábbi tényezők garantálhatják: (1) hibrid finanszírozási modell; (2) a kezdeti tervezésnél tudatos szempont a gazdasági fenntarthatóság; (3) piaci bevétel tervezése; (4) belépés a piacgazdaságba; (5) folyamatos megújulás; tudás, hogyan kell üzleti tervet készíteni; (6) stabil vállalkozási tevékenység; (7) versenyképes termék vagy szolgáltatás.

A kutatás idején a szakértők általánosságban azt gondolták, hogy még akkor is nehezen fenntartható Magyarországon egy társadalmi vállalkozás, ha gazdasági fenntarthatósága tervezett. Ezzel kapcsolatban lényeges kérdés a bevételek alakulása, ahol piaci és nem piaci bevételeket különböztetünk meg. A megkérdezett szervezetek az alábbi forrásokról számoltak be – a szakirodalom által megjelölt lehetőségekkel megegyezően: (1) piaci bevétel: értékesítés;

szolgáltatás nyújtás, tudás, know-how értékesítés; (2) nem piaci bevétel: állami támogatás; pályázati forrás; egyéni és céges támogatás; társadalmi vállalkozás indítására, fejlesztésére irányuló célzott támogatás. A piaci bevételekről sokkal kevesebb szó esett az interjúkban. Ez abból adódik, hogy a piaci bevételek bevételi forrásként kevésbé jellemzők. A nem piaci bevételeket ugyanakkor sokat említették az interjúalanyok. Az állami támogatás – amit 30 szervezetből 9 vesz igénybe – azoknál a szervezeteknél releváns, amelyek valamilyen szociális vagy oktatási szolgáltatást nyújtanak. Ők állami feladatot vállalnak át, és ezért állami támogatásban (is) részesülnek. A vizsgált szervezetek által nyújtott szolgáltatások az alábbiak voltak: lakhatás fogyatékos személyek és/vagy pszichiátriai beteg emberek részére, nappali ellátás, fejlesztő foglalkoztatás, akkreditált foglalkoztatás, támogató szolgálat, hátrányos helyzetű tanulók oktatása. Az állami támogatást a szervezetek függő viszonyinak élik meg, aminek nem örülnek, de mivel rövid távon stabil bevételt jelent, azok a szervezetek, amelyek alapvetően nem társadalmi vállalkozásként, hanem szociális szolgáltatóként alakultak, nem tudnak eltekinteni attól, hogy igénybe vegyék. A társadalmi vállalkozások vezetőivel készült interjúkban a nem-piaci bevételek közül a legtöbb szó a pályázati forrásokról esett. Általános, hogy a szervezetek képviselői azokat *bizonytalannak* tartják és tudják, hogy hosszú távon nem alapozhatnak rájuk. Volt a mintában olyan szervezet, amely a fenntarthatóságát nem pályázati forrásból kívánja garantálni, ugyanakkor fejlesztésekre, eszközbeszerzésre használja ezeket a forrásokat. A vizsgált társadalmi vállalkozások között 3 olyan szervezet volt, amely egyértelműen céges támogatásra támaszkodik, és jelentős az egy százalékokból származó bevétele, továbbá egyéni donorok hálózatát igyekszik kialakítani. A szervezetek egy része az induláskor számukra kínált, nagyon kedvező feltételeket és azokat kiegészítő nem pénzbeli támogatást nyújtó hitelt vettek fel.

4.5 A társadalmi vállalkozások evolúciója

A társadalmi vállalkozások *szervezeti evolúcióját* jelentette a kezdetek, a változások, a jövőbeli tervek alakulása. A szervezetek létrehozási éve szerinti megoszlása egyenletes volt, 30 évet ölelt át. A szervezeti fejlődéssel kapcsolatos elemzés két irányra hívja fel a figyelmet, a szervezeti evolúció külső *húzóerőnek* – elsősorban a versenykörnyezet által meghatározottnak – vagy belső *tolóerőnek* – elsősorban maguk a szervezetek által alakítottottnak – tekinthető (Abatecola, 2014). A jelen vizsgálat mindkét irányt igazolva látja. Egyfelől a társadalmi vállalkozások fejlődése történhet valamiféle külső kényszer hatására, hiszen az erősödő és

szaporodó társadalmi kihívások generálhatják a társadalmi vállalkozások létrejöttét, fejlődését és/vagy elterjedését. Másfelől a társadalmi vállalkozó személye katalizátorként működve belülről sarkalhatja folyamatos fejlődésre a szervezetet és/vagy a területet, amelyen működik.

A kutatás azt mutatta, hogy a szervezetek alapításánál – az alapítás idejétől függetlenül – az indítókulcsok az alábbiak voltak: szakmai érdeklődés, egyéni élettörténet, egyéni és/vagy közösségi igény egy kihívás megoldására, működő vállalkozás „erényetika alapú” átgondolása (bár ezt a fogalmat nem ebben a formában használták az interjúalanyok). A fiatalabb, tudatosan társadalmi vállalkozásként alapított szervezetekre jellemző volt a mintában, hogy a tervezés és az alapítás fázisában a szervezet mindkét lényegi elemét párhuzamosan fejlesztették, illetve tanulmányaik során megismerték a társadalmi vállalkozás működési mechanizmusát. Minden szervezet esetében szilárd alap volt az alapító személyes bevonódása, elkötelezettsége, motivációja, és azt is általánosságként elmondhatjuk, hogy bizonytalanságot elsősorban a gazdasági fenntarthatóság és a szervezeti keret meghatározása jelentett.

Az interjúalanyok sokat és szívesen beszéltek a szervezeti változásokról, amelyek az alábbi területeken történtek az évek során: szervezeti keret, gazdasági fenntarthatóság érdekében történt változtatások és a szervezeti működés ciklusának változásához köthető átalakulások. Azok a szervezetek, amelyek az induláskor még nem tudták, milyen jogi keretben működjenek, egy idő után eljutottak oda, hogy szervezeti keretet kellett választaniuk, amivel például pályázni, támogatásokat fogadni tudtak. Vagy oda, hogy a növekedés okozta feladatokat már nem lehetett szervezeti keret nélkül megvalósítani.

A társadalmi vállalkozások a vállalkozásokhoz hasonlóan bejárják azt az utat, ami a kezdeti bizonytalanság után elvezethet a stabilitáshoz, a gazdasági fenntarthatóság megalapozásához. Általában öt évet mondtak az interjúalanyok – és ezt a szakértők is megerősítették –, hogy ennyi idő szükséges a vállalkozás felépítéséhez, ahhoz, hogy legyen egy üzleti modell a profit termeléséhez, ami a választott kihívás megvalósítását szolgálja.

A vizsgált szervezetek jövőbeli tervei öt területre koncentráálódtak: (1) növekedés, forrásbevonás; (2) nem-növekedés, stabilizálás; (3) nemzetközi vagy hazai szintén terjeszkedés, kapcsolatépítés; (4) vezetés továbbadása; (5) a társadalmi vállalkozások területének támogatása. A szervezetek egyharmada a növekedést, a forrásbevonást tűzte ki célul. A jövőbeli tervek átgondolásakor azoknál a szervezeteknél, amelyek hatásukat elsősorban azzal fejtik ki, hogy egyre több szervezettel, személlyel állnak kapcsolatban, vagy egyre több embert érnek el szolgáltatásukkal, megjelent a növekedés igénye. A növekedést tervező szervezetek másik csoportja azokból a kezdő társadalmi vállalkozásokból állt, amelyek a tervezés vagy a korai megvalósítás időszakában vannak. Ezeknél a vállalkozásoknál a

tudatosság, az építkezés jelent meg célként: egyszerre bevonni forrásokat és támogatókat, felépíteni a társadalmi kihívásra reagáló tevékenységet. Ezek a szervezetek még a *one-man-show* fázisában vannak, amelyben a társadalmi vállalkozó a kulcsa és motorja minden lépésnek, még nincsenek aktív társaik. A vizsgált szervezetek közel egyharmada úgy látta, hogy abban a fázisban van, amikor nem növekedni, nem fejlődni kell, sokkal inkább stabilizálni a szervezeti működést és a javítani a minőséget. A stabilizálás alatt a szervezetek a forrásteremtés stabilizálását, a biztos gazdasági fenntarthatóság elérését értették, ami az interjúkban említett nehézségek sorában vezető helyen volt.

A jövőbeli tervekről nagyon kevés olyan választ adtak az interjúalanyok, ami a társadalmi vállalkozás magyarországi helyzetének előmozdítására vonatkozott volna. A válaszok jelentős része a saját vállalkozás terjesztése, stabilizálása köré szerveződött. Néhány olyan szervezet volt, amelyik a társadalmi vállalkozások egészének evolúciójával kapcsolatban fogalmazott meg célokat.

Arra, hogy napjainkban „hol tartanak” a társadalmi vállalkozások, vagyis, miként alakult a társadalmi vállalkozások magyarországi evolúciója, a szervezetek aktuális kihívásai mutatnak rá. A megkérdezett hazai társadalmi vállalkozások kihívásai az alábbi területeket érintették:

- *gazdasági fenntarthatóság, finanszírozás* (pályázati lehetőségek hiánya, nincs kedvezményes adó és járulékfizetés, folyamatosan növekvő bevételre lenne szükség, nem áll rendelkezésre az indításhoz szükséges kezdőtőke);
- *ökoszisztéma* (állami szereplő bevonódása alacsony, jelentős társadalmi kihívások vannak Magyarországon, közös stratégia hiányzik, kevés az ígéretes gyakorlat, hátrányos helyzetben lévő személyek foglalkoztatásakor a célcsoportnak jelentős kihívásai vannak);
- *definíció, törvényi háttér* (nincsen meg a terület jogszabályi háttere, a társadalmi vállalkozások láthatatlanok);
- *szervezeti működés* (bizonytalan a szervezetek önmeghatározása, nincs a profitszerzéshez szükséges eladható termék és/vagy szolgáltatás, kiemelt feladat az alapító utódlása, az üzleti gondolkodás hiánya, nem elégedő a vállalkozáshoz szükséges szakemberek bevonása).

A legtöbbet említett nehézség a társadalmi vállalkozások definíciós hiánya, valamint a jogszabályi háttér biztosításának elégtelensége volt. Megjelent az interjúkban annak igénye,

hogy jogszabály tegyen lehetővé bizonyos kedvezményeket, támogatásokat, pályázati forrásokat a társadalmi feladatot átvállaló szervezetek számára.

A megfogalmazott kihívások arra mutattak rá, hogy a társadalmi vállalkozások magyarországi evolúciójában nem alakultak ki az elmúlt 30 év alatt a gazdasági fenntarthatóság stabil forrásai; nincsen a társadalmi vállalkozások fejlesztését célzó stratégia; nincs jogszabályban lefektetett definíció, ami segítené a források biztosítását és a terület láthatóságát. A hazai ökoszisztémával kapcsolatban markánsan megjelent az állami szereplő szerep- és felelősségvállalásának hiánya és a magyarországi társadalmi egyenlőtlenségek jelentős mértéke. A szervezetek vezetői elmondták, hogy mára nagyon sok feladat van, amelyekre a társadalmi vállalkozások készek reagálni amennyiben képesek tevékenységüket finanszírozni.

A vizsgált társadalmi vállalkozások médiamegjelenéseinek elemzését összefoglalva megállapítottuk, hogy kevés célzott tartalom vagy akár tudatos szemléletformáló információ jelenik meg a társadalmi vállalkozásokról: ezen szervezetek a médiában nem a gazdaság szereplőiként vagy a társadalmi fenntarthatóság egyik lehetséges megoldásaként jelennek meg, sokkal inkább, mint a nonprofit szektor szereplői, akik egy *kicsit mások*, akik *társadalmilag hasznosnak*, amiben *vonzóbb a társadalmi haszonról beszélni, mint a profitról*.

5 Következtetések, javaslatok

*„Tehát egy sima vállalkozó,
ugyanúgy kell működnie, mint egy akármilyen más vállalkozásnak.”*

(20. sz. interjú, társadalmi vállalkozás)

*„Ez nem egy rendes vállalkozás,
hanem egy társadalmi vállalkozás.”*

(11. sz. interjú, társadalmi vállalkozás)

A terület és a vélemények sokszínűségét is mutatja a kutatásba bevont társadalmi vállalkozások vezetőitől idézett két megállapítás. A kutatás következtetése – a megkérdezett vezetők és szakértők szemüvegén keresztül értékelve a 30 éves folyamatot – két nagy területet érintett: egyrészt a *magyarországi definíciós kihívásra ad javaslatot*, indokolva annak szükségességét, másrészt a *szociális szolgáltatások társadalmi vállalkozássá való átalakulását* taglalja, a társadalmi vállalkozások evolúciójának egyik lehetséges lépéseként.

A kutatás egyértelmű eredménye volt a társadalmi vállalkozással kapcsolatos definíciós lépések megtételének igénye, melynek a kutatás két lehetséges megoldását mutatta meg. Az egyik: az EMES '90-es évek óta zajló törekvésének megfelelően kialakítani Magyarországon azt a kritériumrendszert, amellyel vitathatatlanul beazonosíthatók társadalmi vállalkozásnak nevezhető szervezetek. A kritériumrendszer elemeinek ebben az esetben egyértelműnek kell lenniük, és határozott mutatókat kell tartalmazniuk. A definíciós feladat megoldásának másik lehetséges módja, hogy nem alkot Magyarország új vállalkozási, szervezeti vagy működési kategóriát, sokkal inkább működési mechanizmusnak, módszernek tekinti a társadalmi vállalkozásokat a vállalkozások színes palettáján. Olyan vállalkozásnak, amelyek kulcsszavai a társadalmi érték, a társadalmi hatás, a stakeholderek bevonása, a kollektív dinamika, a co-creation és a scale-up.

Amennyiben Magyarország a definícióalkotás mellett dönt – felidézve a disszertációban hivatkozott Defourny és Nyssens szerzőpáros elméletét, miszerint a társadalmi vállalkozás mélyen gyökerezik a társadalmi, gazdasági, politikai és kulturális kontextusban (Defourney & Nyssens, 2014) –, az látszik, hogy sem az amerikai, sem az európai megközelítések lemásolása nem lenne célravezető. Járhatóbb út lehet a hazai jogszabályi keretek és lehetőségek áttekintése annak érdekében, hogy a fogalmat megfelelő módon lehessen meghatározni és beépíteni.

A definícióval elérhetővé válik az a törekvés, hogy a társadalmi vállalkozások területén hasznos, előremutató kutatások legyenek, pontosan beazonosítva azokat a szervezeteket, amelyekkel közösen alakíthatja azt a kutatói közösség. Amíg nem áll rendelkezésre határozott definíció, következtetésünk közelít Gosztonyi álláspontjához, miszerint a társadalmi vállalkozás egyrészt *gyakorlati eszköz*, amelynek megfelelő használatával társadalmi kihívásokra lehet megoldásokat találni, másrészt olyan *fejlesztési eszköz*, ami által a bevont társadalmi csoportokhoz tartozó személyek aktív részesei lehetnek a folyamatoknak, és számos olyan tevékenységet végezhetnek, amely más körülmények között nem történne meg. Ilyenek például a gyógypedagógia-tudományi, és a fogyatékosságtudományi megközelítés alapvető értékei: a döntés, tulajdonlás, igazgatás és az önrendelkezés (Gosztonyi, 2022).

Az evolúciós vonalban elemezve a szervezetek generációs különbségeit azt tapasztaltuk, hogy a kutatásba bevont *idős* szervezetek mindegyike szociális szolgáltatásként indult, és tevékenységén az idők során nem tudott jelentős mértékben változtatni. Jelenleg is elsősorban szociális szolgáltatóként működik, és ez a keret nagyon nehezen képes biztosítani gazdasági fenntarthatóságukat. Elmondhatjuk, hogy ezeknek a szervezeteknek a jövedelme nagy százalékban állami normatívákból és a szolgáltatásokat igénybe vevő személyek befizetéseiből

származik. Tevékenységük szolgáltatás-nyújtásnak tekinthető, bevételük így akár piaci bevétel is lehetne, amennyiben szolgáltatásuk piaci alapon szerveződne.

A *felnőtt* szervezetek egy része is hasonlóképpen működik, de ott már találtunk olyanokat, amelyeknek piaci bevételei is vannak, és ez a gazdasági fenntarthatóság biztosítása felé mutat.

A *fiatal* szervezetek nem szociális szolgáltatás céljával jöttek létre, társadalmi vállalkozásoknak tekinthetők, amelyekben a társadalmi kihívásra való reagálás igényével párhuzamosan a vállalkozás oldal is fejlődött. Ezek a szervezetek az evolúciós folyamatban azon a szinten vannak, hogy bátran vállalhatják a társadalmi vállalkozás nemzetközi kritériumai szerinti „megmérettetést”. Bornstein állítását igazolta a kutatás, hogy ezek a vállalkozók az üzleti vállalkozókkal szemben innovátorok, ötletgazdák, olyan emberek, akinek képessége, motivációja, ereje rendelkezésre áll ahhoz, hogy akár egyedül végig vigyenek egy ötletet (Bornstein, 2004).

A kutatás a vizsgált szervezeti körben azt mutatta meg, hogy a tudatosan társadalmi vállalkozásként alakult szervezetek – nem könnyen ugyan, de – a második-harmadik év végére képesek a gazdasági fenntarthatóság elérésére. Az évtizedek óta szociális szolgáltatóként működő szervezetek mintába került vezetői – akik szervezetüket társadalmi vállalkozásként definiálják – értik a megközelítést, tesznek lépéseket a független gazdasági működés irányába, de elmozdulásukat nagyon csekélynek láttuk. Fontos, hogy általában nagy szolgáltatókról van szó, amelyeknek jelentős forrásra van szükségük tevékenységükhöz, amelynek előteremtése kizárólagosan piaci bevételekből nehéz lenne.

Mint azt Tóth és munkatársainak kutatása is megállapította, a nonprofit szervezetek már egy ideje tudják, hogy nyitni kell az önfinanszírozás és a társadalmi vállalkozás irányába – hiszen az állami finanszírozási rendszerben kiszolgáltatott és bizonytalan helyzetben voltak és vannak – azonban szkeptikusak voltak, mivel az őket támogató infrastruktúra nem állt rendelkezésre, a szektort tökehiány és a vállalkozási, gazdasági készségek hiánya jellemezte (Tóth et al., 2011). Ezen megállapításhoz hasonló eredményekről számol be jelen kutatás is.

Amennyiben az evolúciós folyamatban keressük azokat a pontokat, amelyek a *fiatal* szervezeteket elvezették a tudatosan társadalmi vállalkozás alapításához és a gazdasági fenntarthatóság tervezéséhez, az alábbiakat találtuk:

- vezetőik tanulmányaik során többet találkoztak gazdasági ismeretekkel, vagy akár a társadalmi vállalkozás fogalmával;
- vezetőik a vállalkozás alapításának folyamatában ismerték és alkalmazták a pénzügyi tervezés eszközeit;

- tagjai több továbbképzésen, probono programon vettek részt tudásuk gyarapítása érdekében.

Mindemellett elmondták, hogy kihívást jelent számukra, hogy nincs a területen elegendő ígéretes gyakorlat, amelyekből tanulhatnának, így önképzéssel fejlesztik tudásukat.

Az evolúciós folyamatban továbbá az is kirajzolódott, hogy kevésbé a már meglévő szervezetek alakították át működési mechanizmusait és váltak társadalmi vállalkozásokká, inkább az újonnan alapított szervezetek különböznek a korábbi társulásoktól. Az evolúciót abban tetten értük, hogy az *idősebb* szervezetek látják a változtatás szükségességét, de struktúrájukból, tudásukból, hozzáállásukból adódóan kevésbé képesek ahhoz rugalmasan alkalmazkodni:

- vezetőik még mindig érzik a gazdasági társaság vezetéséhez szükséges tudások hiányát;
- gazdasági fennmaradásukhoz még mindig jelentős állami támogatásokat vesznek igénybe, kevésbé támaszkodnak a piaci bevételekre, illetve nagyon nehézkesen fejlesztik piaci bevételt hozó tevékenységüket.

A kérdésre, hogy – milyen javaslatok fogalmazhatók meg a társadalmi vállalkozások magyarországi elterjedése érdekében az evolúciós jellemzők bemutatása mentén – az interjúk elemzését követően azt a választ adtuk, hogy a társadalmi vállalkozások sikerének kulcsa a tudatos vállalkozás alapítása, és mindazon tudás megszerzése, ami egy üzleti tevékenység indításához és működtetéséhez szükséges.

A kutatás arra is választ keresett, hogy hazai színtéren kik azok stakeholderek, aktorok, akik változást generálhatnak ezen a területen. Úgy találtuk, hogy elsősorban azon *fiatal* szervezetek, amelyek sikeresen működtetik vállalkozásaikat, tudásátadással támogathatják a társadalmi vállalkozások elterjedését, megerősödését. Azok a szerveződések (például a Szociális farm szövetség, a Társadalmi vállalkozások koalíciója), amelyek a társadalmi vállalkozásokat összefogják képesek együttműködések által utat mutatni olyan paradigmaváltásnak, aminek a végén hosszútávú működésre alkalmas, társadalmi kihívásokra reagáló szervezetek jöhetnek létre, vagy akár a már meglévő vállalkozások komolyabb szervezetfejlesztési folyamatba kezdenek.

A terület működését támogathatják az ökoszisztémában jelenlévő további szereplők, mint az akadémia és a kormányzat. A tudományos élet kutatásokkal, kutatási eredmények bemutatásával, fejlesztési javaslatokkal járulhat hozzá a terület fejlesztéséhez. A kutatási eredmények szakpolitikai ajánlásokban (policy recommendation) történő megfogalmazása átvezet a következő szereplő, a kormányzat feladatához. Az interjúkban elhangzottak alapján

a kormányzat – a definíciós hiátus megoldását követően – a társadalmi vállalkozások számára kedvezményeket határozhat meg annak érdekében, hogy azok a vállalt társadalmi kihívásra gazdaságilag fenntartható módon tudjanak reagálni. Ezek a kedvezmények nem azt jelentik, hogy mindeközben a szervezetnek nem a piaci bevételek arányának növelésére kell törekednie.

A kutatás a társadalmi vállalkozások egyéni szervezeti evolúciójában arra is választ adott, milyen érvek szólnak amellett, hogy a nonprofit szektor szociális szolgáltatói társadalmi vállalkozási formában működjenek a jövőben. Tudjuk, hogy a harminc éve alapított szervezetektől generációs sajátosságaik okán nehezen várható el, hogy társadalmi vállalkozássá váljanak, a kutatás mégis kereste annak okait, hogy ez az átalakulás miért nem valósult meg jelentős mértékben napjainkra. Az eredményeink erre vonatkozóan az alábbiak voltak:

- Megalakulásakor a szociális szolgáltató eltérő alapokra épített, ezért a szervezet átalakítása nehéz folyamat. A struktúrából adódóan *minden a szociális szolgáltatás működési mechanizmusa szerint szerveződik*, ahol az elsődleges cél a szolgáltatás nyújtása. Ehhez a támogatást a szervezetek nagyrészt állami normatívák igénybevételével tervezték és tervezik napjainkban is.
- *A vezetők képzettsége, tudása* sokszor nem elegendő a vállalkozás – tipikusan kis vezetési volumennel működő szervezetek – gazdasági vezetéséhez és gazdasági fenntarthatóságának megalapozásához.
- A több évtizede alapított szervezetek közül csak néhány tudott olyan lábat kialakítani, amely piaci bevétellel vagy jelentős egyéni és/vagy szervezeti adományok bevonásával *a gazdasági fenntarthatóságot biztosítaná*.
- Olyan *szervezetfejlesztést* kellene végrehajtani, amihez a szociális szolgáltatói szektor szereplőinek szemléletváltása is szükséges. Olyan amely a szociális szolgáltatásokat igénybe vevő személyek számára többek között a méltányos foglalkoztatási lehetőséget biztosíthatná, míg a megélhetéshez szükséges fizetések a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésének alapját képezhetnék. A szervezetfejlesztési folyamatok gyakorlatában kevésbé van jelen a participativitás, azon érintett szereplők bevonása, akik kevésbé képesek érvényesíteni akaratukat.

A kutatás eredményeinek bemutatásán túlmutat annak átgondolása, hogy vajon a közösségekben, a társadalmakban – a társadalmi vállalkozás-jellegű szervezetek mellett – milyen megoldások lehetnek a társadalmi kihívások kezelésére vagy megoldására. Hogyan képesek a közösségeket alkotó emberek, csoportok a jelenkor változásait követni, fejlődni

annak érdekében, hogy mindenki számára elérhető környezetet alakítsunk ki. A rendszerszintű változás eléréséhez az egyéneknek és a vállalkozásoknak valószínűleg együtt, együttműködve kell fellépniük. Szükség van a mozgalmakra, közösségfejlesztésre, együttműködésre, szolidaritásra.

Csepeli állítása szerint: *„Az ember evolúciós előnyét biológiailag garantáltan az individuális autonómia adja, melynek univerzális kibontakozása nélkül az értékek ártértékelésének kísérlete kudarcba fullad.”* (Csepeli, 2023, p. 21.) Mindez a társadalmi vállalkozások területére vetítve emlékeztet a vállalkozások autonómiájának elvárására, miszerint a kormányzattól való függetlenség és a szervezetek önmeghatározása a fejlődés mikro szintje. Ezt követheti a mezo szint, ahol a kibontakozás hazai környezetben valósulhat meg. A fenntartható fejlődéshez ezen a szinten az szükséges, hogy elegendő társadalmi vállalkozás legyen, csak így garantálható a láthatóság és a változás beindítása.

„A fenntartható gazdaság egyben egy igazságosabb társadalmat is feltételez.” (Pogátsa, 2023, p. 138.) Ennek minden részletére a társadalmi vállalkozások természetesen nem nyújthatnak megoldásokat, sokkal globálisabb változtatásokra van szükség, amelyekben ezen szerveződések támogatása kulcskérdés lehet. A társadalmi vállalkozás nemzeti szintjén kedvezőbb adózási rendszer, méltányosabb elosztási rendszer, a közösségi szerveződések elterjedése, a regionális, kisvárosi megoldások támogatása és a munkahelyek újjászervezése állhat.

6 A kutatás limitációi

Minden kutatásnak vannak limitációi, amelyek jelen esetben a mintavételben, a terület lehetséges változásaiban, a kutatómódszertanban és a diszciplináris kereteknek való megfelelésben mutatkozott meg.

A társadalmi vállalkozások területén történő kutatások – és egyben ezen kutatás – elsődleges korlátja a társadalmi vállalkozások meghatározásának hiánya volt. Mint azt a kutatási minta leírásánál is jeleztük, nem adható meg a társadalmi vállalkozások jól körülhatárolt sokasága, amiből egy vizsgálat vagy kutatás meríthet, így most a szervezetek öndefinícióját vettük alapul.

A kutatás, annak elemzése és a disszertáció megírása több mint három évet vett igénybe. Ez alatt az idő alatt bizonyos változások már érzékelhetők voltak, amelyeket beépítettünk a disszertációba, ugyanakkor lehetnek olyan megállapításai, amelyeket az elkövetkező években felül lehet vagy kell vizsgálni.

Módszertanilag a félig strukturált interjúk elemzése olyan kvalitatív jellegű kutatás, amelyben az alacsony elemszám (a társadalmi vállalkozások meginterjúvott vezetői) miatt általános megállapításokat a hazai társadalmi vállalkozások csoportjára nem tudtunk tenni. Ennek megfelelően olyan csoportot kellett találnunk, amelyben harminc évet átfogóan jelentek meg a szervezetek, eltérő jogi keretek között, különböző tevékenységi körökkel és földrajzi elhelyezkedéssel. A folyamat, amelyben a társadalmi vállalkozások vezetőivel és a szakértőkkel interjúk készültek, interaktív, participatív, folyamatos tanuláson alapult. Így a vélemények becsatornázásával, a megismert szervezetekre vonatkozó következtetéseket vontunk le.

7 Irodalomjegyzék

- Abatecola, G. (2014). Research in organizational evolution. What comes next? *European Management Journal*, Volume 32, Issue 3, 434–443.
<https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.07.008>
- Babbie, E. (2008). *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó Kft.
- Baritz S. L. (2016). *Háromdimenziós gazdaság. Lehet gazdálkodni érénytikai paradigmában*. Kairosz Kiadó.
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford University Press.
- Corbin, J. M., & Strauss, A. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications Inc.
- Csepeli Gy. (2023). *Értékek ébresztése*. Kocsis Kiadó.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2014). The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective. In Defourny, J., Hulgard, L., & Pestoff, V. A. (eds.), (2014). *Social Enterprise and the Third Sector. Changing European Landscapes in a Comparative Perspective*. (pp. 42–65.) Routledge.
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative research*. Third Edition. SAGE Publications Inc.

- DiMaggio, P.J., & Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 2 (Apr., 1983), 147–160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- European Commission (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe – Comparative synthesis report*. ISBN: 9789279977343. DOI: 10.2767/567551.
- Friese, S. (2019). *Qualitative Data Analysis with Atlas.ti*. SAGE Publication Inc.
- Gelencsér K. (2003). Grounded theory. *Szociológiai Szemle*, 1, 143–154.
- G. Fekete É., Bereczk Á., Kádárné H. Á., Kiss J., Péter Zs., Siposné N. E., & Szegedi K. (2017). *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.
- Goodley, D. (2019). *Fogyatékoságtudomány. Interdiszciplináris bevezető*. 2. Kiadás. ELTE Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Kar.
- Gosztonyi M. (2022). Társadalmi vállalkozások (?) és fejlesztési történetek egy Borsod megyei faluból. *Szabad Piac*, 2022/1 *Fenntartható fejlődés? Gazdaság-, társadalom- és bölcsészettudományi folyóirat*. 95–112.
- Halász G. (2013). Az oktatáskutatás globális trendjei. *Neveléstudomány* 2013/1, 64–90.
- Horváth D., & Mitev A. (2015). *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Alinea Kiadó.
- Kapitány B. (2010). Mintavételi módszerek ritka populációk esetén. *Statisztikai Szemle*, 88. évfolyam 7-8. szám. 739–754.
- Kiss J. (2018). *A társadalmi vállalkozások megjelenése, intézményesülése és kapcsolódása a nonprofit szektorhoz Magyarországon*. (Doktori (PhD) értekezés). Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar.
- Kiss J., & Mihály M. (2020). A szociális és szolidáris gazdaság intézményi fejlődése és jelenlegi helyzete Magyarországon. *Fordulat. Társadalomelméleti folyóirat*. 27. szám, 2020/1. 300–324.
- Könczei Gy., & Hernádi I. (2015). A fogyatékoságtudomány „térképei”. In Hernádi I., & Könczei Gy. (szerk.), *A felelet kérdései között. Fogyatékoságtudomány Magyarországon*. (pp. 6–31.) ELTE Bárczi Gusztáv Gyógypedagógiai Kar.

- Mihály M. (2017). Mit értünk a társadalmi vállalkozás alatt és miért kutatjuk? – Narratívák a nemzetközi irodalomból. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek XIV. évf.* 101–115.
- Pataki Gy., & Radácsi L. (2000). Alternatív üzleti vállalkozások. In Pataki Gy., & Radácsi L. (szerk.), *Alternatív kapitalisták.* (pp. 9–44.) Új Paradigma Kiadó.
- Pogátsa Z. (2023). *Fenntartható gazdaság vagy társadalmi összeomlás.* Kossuth Kiadó.
- Rädiker, S. (2023). *Doing grounded theory with MAXQDA. Guidance und tips for your practice.* MAXQDA Press. DOI: 10.36192/978-3-948768164.
- Rogers, M. (2012). Contextualizing Theories and Practices of Bricolage Research. *The Qualitative Report, 2012 Volume 17, T&L Art. 7,* 1–17. DOI:10.46743/2160-3715/2012.1704
- Stiglitz, J.E., & Rosengard, J.K. (2015). *Economics of the Public Sector.* W.W. Norton Company Inc.
- Tóth L., Varga É., & Varga P. (Etchart, N. szerk.) (2011). *A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon.* NESST EUROPE Nonprofit Kft.
<https://tarsadalmivallalkozasoknapja.files.wordpress.com/2011/05/2011-nesst-country-assessment-hungary-hu.pdf>
- Zászkaliczky P. (2014). A gyógypedagógia: a fogyatékoság tudománya. *Fogyatékoság és társadalom,* 2, 5–6.