

A társadalmi vállalkozás és a társadalmi innováció kapcsolata

A társadalmi vállalkozások egy jelentős része társadalmi innováció eredményeként jön létre. Mivel ezeknek a vállalkozásoknak a köre több szempontból is heterogén, a társadalmi innováció iránti igény típusa és súlya is differenciált. Esetenként többlépcsős, speciális struktúra szerint építkező társadalmi innovációt igényel a társadalmi vállalkozás létrehozása. A tanulmány rámutat arra az összefüggésre, hogy a társadalmi innováció iránti igény szempontjából jelentősen különböznek a célmegvalósító és a célfinanszírozó társadalmi vállalkozások. Ez utóbbi kör esetében ugyanis a vállalkozási rész független a társadalmi céltől, annak csupán a finanszírozási háttérét biztosítja valamilyen szinten. Létrehozásuk folyamata jórészt azonos a versenypiaci vállalatokéval. A célmegvalósító társadalmi vállalkozások esetén a működés folyamatába ágyazódva valósul meg a társadalmi cél. Ma ezek többsége az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozások típusához tartozik. Ez utóbbi típuson belül az egzisztenciahiány fő oka szerint is különbözik a társadalmi innováció iránti szükséglet.

Bevezető

Az 1980-as évek óta világszerte gyors ütemben növekszik a társadalmi vállalkozások száma és társadalmi-gazdasági jelentősége. A témának óriási irodalma van, jelentős tartalmi átfedésekkel, számottevő súlyú és mennyiségű ellentmondással, továbbá homályos, nehezen értelmezhető definíciókkal. Csupán a Cunha és szerzőtársai¹ által idézett 11 definíció is jó példát szolgáltat ez utóbbira.

A társadalmi vállalkozások témaköre több diszciplína kutatási palettáján szerepel, az interdiszciplináris feldolgozás az általánosan jellemző rendezetlenség közepette nem látszik megoldhatónak. Saebi és szerzőtársai² tanulmánya a vonatkozó irodalmat érdemi keretfeltételek nélkülinek és meglehetősen töredezettnek minősíti, ami többek között gátolja a vonatkozó tudás felhalmozódásának lehetőségét. A társadalmi vállalkozásokról szóló vita egyre növekszik – állapítja meg Defourny és Nyssens. Zollo és szerzőtársai³ szerint a társadalmi vállalkozás napjainkban az egyik legvitatottabb téma a menedzsmentirodalomban.

A tanulmány célja, hogy rövid áttekintést adjon a társadalmi vállalkozások és a társadalmi innováció gazdag kapcsolatrendszeréről. Az összefüggések feltárása a társadalmi vállalko-

¹ Jorge Cunha – Paul S. Benneworth – Pedro Oliveira: Social entrepreneurship and social innovation. A conceptual distinction. In Luis M. Carmo Farinha et al. (szerk.): *Handbook of research on global competitive advantage through innovation and entrepreneurship*. Hershey, Pennsylvania, IGI Global, 2015. 616–639.

² Tina Saebi – Nicolai J. Foss – Stefan Linder: Social entrepreneurship research. Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45. (2018), 1. 75–95.

³ Lamberto Zollo et al.: Bricolage and social entrepreneurship to address emergent social needs. A “deconstructionist” perspective. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14. (2018), 2. 19–47.

zások fő jellemzőinek bemutatására épül. A labilis fogalmi talapzatú társadalmi vállalkozások és a társadalmi innováció kapcsolatának vizsgálatához ugyanis abból lehet kiindulni, hogy a társadalmi vállalkozás időben változó tartalmú kategória. A tartalmi változás időbeli nyomon követése az irodalomban mutatkozó zavarok egy részére is magyarázatot adhat. A heterogén vállalkozási kört magában foglaló társadalmi vállalkozás vizsgálata strukturált megközelítést igényel. A társadalmi innovációval való összefüggés szempontjából a célmegvalósító és a célfinanszírozó típusok szerinti strukturálás látszik célravezetőnek.

A kutatás fő módszerei: a szakirodalom szelektív feldolgozása, valamint a társadalmi-gazdasági tények és összefüggések logikai elemzése. Az interdiszciplinaritáson belül dominál a gazdálkodástudományi megközelítés.

A társadalmi vállalkozások fő kérdései

Keletkezés

A társadalmi vállalkozás eredetileg a szegénységben és a mélyszegénységben élő rétegek számára megélhetést nyújtó gazdasági formaként jött létre. Valamiféle működő gazdasági szervezetként lényegesen korábban keletkezett, mint a hozzá kapcsolódó fogalom kialakulása. A kevésbé beazonosítható szervezeti-előd-változatok már több ezer éve megjelentek.⁴ Karakteres megjelenésük az ipari forradalom kiteljesedésének időszakára tehető.⁵ A társadalmi vállalkozás (*social enterprise*) kifejezést az 1970-es években az amerikai nonprofit közösség alakította ki. A közösség ekkor kezdte meg a saját vállalkozásait létrehozni és működtetni a hajléktalanok és más hátrányos helyzetű emberek munkalehetőségének megteremtése céljából.⁶

A kategória tartalmi szélesítése

Az 1970-es években a társadalmi vállalkozások létrehozásában még az az eszme dominált, hogy a szegénységben élők számára megélhetési lehetőséget teremtsenek. Ez a konstrukció – a tapasztalatok által bizonyítottan – tompította a modern kapitalizmusnak a társadalomra gyakorolt hátrányos hatásait azáltal, hogy a szegénységben élő rétegek számára megélhetési lehetőséget biztosított. Az 1970-es évek végétől leghíresebb példaként gyakran szerepel Muhammad Yunus – mint „a szegények bankára”. A bankár 1974-ben tette meg azt a lépést, amely rávilágított, hogy sok szegény embernek minimális összegű hitel is nagy segítséget adhat a szegénységből való kilábalásra. Yunus ugyanis ebben az évben látogatott el hazájába, Bangladesbe. Tudomására jutott, hogy 42

⁴ Péter Zsolt: A társadalmi vállalkozások és tevékenységeik ismertsége, illetve az előttük álló feladatok egy kérdőíves felmérés alapján. *Közép-európai Közlemények*, 11. (2018), 2. 124–132.

⁵ Andor László: Szociális vállalkozások az Európai Unióban. *XXI. Század – Tudományos Közlemények*, (2012), 28. 9–14.; Péter (2018) i. m.

⁶ Sutia Kim Alter: *Case studies in social enterprise*. Washington, D. C., Counterpart International Inc., 2002; Janelle A. Kerlin: Social enterprise in the United States and Europe. Understanding and learning from the differences. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17. (2006), 3. 247–263.

bambuszszámoly-készítőnek mindösszesen 27 dollárra lett volna szüksége ahhoz, hogy folytathassák a termelést, de számukra a bankok nem nyújtottak kölcsönt. Yunus saját zsebből biztosította a 27 dolláros kölcsönt, amelyet – üzletileg megerősödve – a bambuszfonók viszonylag rövid idő alatt visszafizettek. Felismervén a szegényeknek nyújtandó kis összegű hitelekben rejlő nagy lehetőségeket, Yunus bankot alapított az ilyen típusú mikrohitel nyújtására (Grameen Bank), amely igen nagy sikerrel működött. Munkásságának elismeréséül 2006-ban Nobel-békedíjat kapott.⁷

A társadalmi vállalkozások kirobbanó növekedésének kezdete az 1980-as évek elejére tehető.⁸ Ez a kezdet két fő okcsoportra vezethető vissza. Egyrészt a szociális szolgáltatások terén több országban csökkent az állami szerepvállalás, másrészt a foglalkoztatás terén is felerősödtek a globalizáció káros hatásai.⁹

A kedvező társadalmi fogadtatásából kiindulva a társadalmi vállalkozás politikai okokból is jelentős kormányzati támogatást kapott a gazdaságilag fejlett világban. További térnyerése érdekében számos intézkedés történt. Többek között folyamatosan szélesítették azoknak a társadalmi céloknak a körét, amelyek a társadalmi vállalkozás kritériumaként szerepelhettek. Már nem csupán a szegénységben élő rétegek megélhetési lehetőségének biztosítása tartozott ebbe a körbe, hanem további, egyre tágabb értelemben vett társadalmi problémák enyhítése is. Martin és Osberg¹⁰ tanulmánya szerint a társadalmi vállalkozói szellem annyira befogadóvá vált, hogy a társadalmi szempontból kedvező tevékenységek bármelyike beletartozhat ebbe a vállalkozási kategóriába. Hubai¹¹ úgy látja, hogy a fogalom ilyen intenzitású kiszélesítése és a hozzá kapcsolódó gyakorlat miatt a társadalmi vállalkozások eredeti jelentése kiüresedett.

A társadalmi vállalkozások súlyának növelését és fogalmi körének kiszélesítését az Európai Unió és az OECD is támogatja, sőt kezdeményezőként ösztönzi: „Kritikus jelentőségű egy olyan környezet megteremtése a társadalmi vállalkozások részére, ahol azok képessé válnak arra, hogy ne csak munkahelyteremtéshez járuljanak hozzá, hanem a szélesebb körű szociális és gazdasági szükségletek kielégítéséhez, valamint a társadalmi kohézió és befogadóképesség javításához is.”¹²

A fenti idézet arra is utal, hogy a társadalmi vállalkozások fogalmát és működési rendszerét további funkcióterületek beolvasztásával egy még szélesebb körű társadalmi célrendszernek kívánják alárendelni. Mindaddig, amíg nem látszanak a társadalmi vállalkozás tartalmi bővítésének a határai, a definiálás kérdése sem oldható meg.

⁷ Roger L. Martin – Sally Osberg: Social entrepreneurship. The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, (2007), Spring, 29–39.; Oksan Bayulgen: Muhammad Yunus, Grameen Bank and the Nobel Peace Prize. What political science can contribute to and learn from the study of microcredit. *International Studies Review*, 10. (2008), 3. 525–547.; Toh Han Chong: Interview with Professor Muhammad Yunus, founder of Grameen Bank. *SMA News*, 40. (2008), 12. 2–7.

⁸ Kerlin (2006) i. m.

⁹ Heiko Spitzbeck – Frank Janssen: Social entrepreneurship – Implications for management practice. *International Review of Entrepreneurship*, 8. (2010), 2. 63–70.

¹⁰ Martin–Osberg (2007) i. m.

¹¹ Hubai László: Demokratikus szolidaritás. A társadalmi vállalkozások fogalmának és politikai dimenziójának vizsgálata. *Esély*, 27. (2016), 3. 62–91.

¹² OECD – European Union: *Policy brief on social entrepreneurship. Entrepreneurial activities in Europe*. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2013. 3.

Eltérő fogalomhasználat

A definíciós probléma megoldását jelentős mértékben akadályozza a vállalkozási és gazdálkodási fogalmak részben eltérő használata is. Bizonyos vállalati-vállalkozási kategóriákat egyes országok eltérő felfogásban használnak, amelyeket esetleg időnként át is alakítanak. A társadalmi vállalkozások értelmezése szempontjából jelentős fogalmi zavart okozott a nonprofit vállalkozás elvének eltérő felfogása az Egyesült Államokban és az ezredforduló előtti Európában.¹³ Emellett az Egyesült Államokban a társadalmi vállalkozások számára tiltva van az osztalék és az osztalékjellegű kifizetés. Ez utóbbi miatt itt a szövetkezetek semmilyen formája, így a szociális szövetkezetek sem minősülhetnek társadalmi vállalkozásnak. Noha számos olyan munkaközösségük is működik, amely az európai szociális szövetkezetekhez hasonló, ezek sem szerepelhetnek az amerikai társadalmi vállalkozások körében.¹⁴ Ez utóbbi sajátosság szintén olyan súlyú, hogy a társadalmi vállalkozások körének egységes felfogását eleve megakadályozza. Európában ugyanis a szövetkezeteket jellemzően a társadalmi vállalkozásokhoz sorolják, beleértve a korlátozott felelősségű szociális szövetkezeteket, valamint az úgynevezett közös érdekű szövetkezeteket is.¹⁵

Meg kell jegyezni azonban, hogy Európa-szerte igen sokféle szövetkezeti konstrukció működik. Közülük egyesekre nem jellemző a társadalmi célkövetés. (Idesorolhatók például a lakásszövetkezetek, amelyek versenypiaci kínálatot nem hoznak létre, vagy azok a szövetkezetek is, amelyek a szövetkező gazdálkodók tevékenységének csupán egyes részeit bonyolítják le szövetkezeti formában.) Emiatt felvethető, hogy indokolt a szövetkezeteknek a társadalmi vállalkozások szempontjából differenciált besorolása. Továbbá vizsgálat tárgyát képezheti, hogy a hagyományosnak látszó szövetkezetek minden szempontból megfelelnek-e egy viszonylag korrekt módon definiált társadalmi vállalkozás kritériumainak. Például napjaink Magyarországnak tipikus szövetkezete nem sorolható a társadalmi vállalkozások körébe. A rendszerváltást követően ugyanis a korábbi hagyományos szövetkezetek jellege gyökeresen megváltozott. Olyan jogi háttérük alakult ki, amelynek révén egyre inkább a tőketársasági formákhoz hasonlítanak.¹⁶ Ezzel szemben a szociális szövetkezeti forma jó eséllyel alkalmazható a munkaerőpiacról kiszoruló, leszakadóban lévő rétegek életkörülményeinek jobbra fordítására, kulturális fejlődésük elősegítésére.

A szakirodalom szerint egyéni vállalkozások is minősülhetnek társadalmi vállalkozásnak.¹⁷ A lehetőség annak tükrében kevésbé meglepő, hogy a magyar gazdasági jog szerint az egyéni vállalkozás nem azonos az egyszemélyes egyéni vállalkozással.

A tisztázódási folyamatnak már mutatkoznak bizonyos jelei. 2005 után egyre elterjedtebbé vált az a – ma már uralkodó – felfogás, hogy *a társadalmi vállalkozás a gazdasági vállalkozások körébe tartozik, de kettős célkövetés jellemzi. A társadalmi cél*

¹³ Antonio Thomas: The rise of social cooperatives in Italy. *International Journal of Voluntary and Non-profit Organization*, 15. (2004), 3. 243–263.; Kerlin (2006) i. m.

¹⁴ Kerlin (2006) i. m.

¹⁵ CIRIEC: *The social economy in the European Union*. 2007. 16–17.; OECD – European Union (2013) i. m. 3.

¹⁶ Zsohár András: A szövetkezeti törvénytervezet magyarázata a Ptk. jogi személyekre vonatkozó részében. *Gazdaság és Jog*, 19. (2011), 9. 3–6.

¹⁷ Tóth Laura – Varga Éva – Varga Péter: *A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon 2011*. Budapest, NESSt EUROPE Nonprofit Kft., 2011.; G. Fekete Éva et al.: *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, Miskolci Egyetem, 2017.

és a profitcél közti egyensúly megteremtésére törekszik, szem előtt tartva mind a pénzügyi fenntarthatóságot, mind a társadalmi hatás teljesülését. Kínálatával a verseny piacon kell megjelennie és (jellemzően) a bevételeiből kell fedeznie a kiadásait. A kettős célból kiindulva a társadalmi vállalkozásokat hibrid természetűnek is nevezik.¹⁸ A hibriditás több szempont szerint is értelmezhető.¹⁹

Az Európai Bizottság definíciója

Elsősorban a folyamatosan szélesedő tartalomra, másodsorban az egyes országok eltérő (és időben változó) fogalomhasználatára visszavezethetően mindmáig nem oldódott (nem is oldódhatott) meg a társadalmi vállalkozások megfelelő definiálása.

Az Európai Bizottság 2011-ben azzal a céllal dolgozott ki egy meghatározást, hogy következetes és koherens módon meg lehessen különböztetni a társadalmi vállalkozásokat a hagyományos verseny piacon működő vállalkozásoktól, továbbá, hogy egy egyféleképpen értelmezhető, iránymutató meghatározást adjon az EU tagországai számára, amelyek a különböző társadalmi-gazdasági jellemzőik mellett eltérő hagyományokkal és eltérő társadalmi vállalkozás-felfogással rendelkeznek.

A definíció:

„A társadalmi vállalkozás a szociális gazdaság szereplője. Fő célja, hogy társadalmi jobbtétot hozzon ki, szemben azzal, hogy profitot termeljen a tulajdonosok vagy a részvényesek számára. Működése során vállalkozóként, innovatív módon nyújt árukat és szolgáltatásokat a piac számára, és a megtermelt profitot elsősorban szociális célok teljesítésére használja. Irányítása felelősségteljes és nyitott, be vannak vonva az alkalmazottak, a fogyasztók és azok a stakeholderok, akik a kereskedelmi tevékenység révén érintettek.

A Bizottság a »társadalmi vállalkozás« kifejezés használhatóságához szükségesnek tekinti az alábbi kritériumok egyidejű teljesülését:

- közérdekű szociális vagy társadalmi célt szolgálnak, tevékenységük gyakran magas szintű társadalmi innováció formájában jön létre;
- a nyereséget főként újra befektetik a társadalmi cél elérése érdekében; és
- szervezeti felépítésük, illetőleg tulajdonosi rendszerük a küldetésüket tükröző demokratikus elveken nyugszik, vagy a társadalmi igazságosságra összpontosít.”²⁰

Noha az Európai Bizottság definíciója nem jogi és nem tudományos diktátum, és talán nem is tekinthető véglegesnek, a tisztánlátás szempontjából nagy előnye, hogy határozottan megkülönbözteti a társadalmi vállalkozást a verseny piacon működő vállalkozástól és a nem termelő szektortól. Ellentmondásosnak látszik viszont a profit felhasználhatóságáról szóló rész. A leírtakban ugyanis oly módon szerepel a profitfelhasználás kétféle

¹⁸ Tóth–Varga–Varga (2011) i. m.; Marzena Starnawska: Social entrepreneurship and its hybridity in determining resource challenges and chances. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4. (2016), 5. 38–53.

¹⁹ Jacques Defourny – Marthe Nyssens: Social innovation, social economy and social enterprise: What can the European debate tell us? In Frank Moulaert et al. (szerk.): *The international handbook. On social innovation collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2013. 40–52.

²⁰ European Commission: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Brussels, 2015. 9.

lehetősége, mintha az egyféle volna. Egyrészt megfogalmazódik, hogy a profitot elsősorban szociális célok teljesítésére kell használni, másrészt a nyereséget főként újra be kell fektetni a társadalmi cél elérése érdekében. A profit szociális (társadalmi) célokra történő felhasználása úgy is értelmezhető, hogy a vállalkozás egy tőle független társadalmi célt finanszíroz (például hajléktalanok étkeztetése vagy környezetvédelem). Ekkor a profit újrabefektetésével egyidejűleg a cél nem finanszírozható. Az újrabefektetés olyan társadalmi vállalkozások működéséhez illeszkedik, amelyeknél a működés folyamatába ágyazódva valósul meg a társadalmi cél (mint például az állástalanok számára munkaalkalmat biztosító vállalkozás esetében). A probléma gyökere: a kibővített tartalmú társadalmi vállalkozások esetében a társadalmi cél elérhetőségének útjai különböznek, ami miatt a profitfelhasználás módja nem egységesíthető. (Kivéve azt a megoldást, ha a külső társadalmi cél követésére fordított összeg költségként számolható el.)

A társadalmi innovációval való kapcsolat

A kapcsolat jellege

A társadalmi vállalkozásokkal és a társadalmi innovációval foglalkozó irodalom részben átfedésben van egymással. A szakirodalmi átfedés természetesnek tekinthető. Abból ered, hogy a társadalmi vállalkozások jelentős részének létrejötte társadalmi innováción alapul. A fogalmi háttér egyik kategória kérdésében sem tekinthető letisztultnak, azonban a társadalmi innováció definiálásának kérdésében fellelhető ellentmondások messze elmaradnak a társadalmi vállalkozások témájában zajló vitáktól.²¹

Mivel egyik kategória sem egyértelműen definiált, az összefüggéseikről szóló irodalomban sem várható egyetértés. Nincs is. Cunha²² és szerzőtársai megállapítják, hogy a társadalmi vállalkozás és a társadalmi innováció összefüggéseit vizsgáló irodalom is ellentmondásos. Az ellentmondások több szempontból is jelentkeznek. A társadalmi vállalkozás egy korábbi felfogásán alapul például az a Defourny és Nyssens²³ által hivatkozott nézet, miszerint a társadalmi vállalkozás fogalma mindig magában foglal egy olyan innovációt, amely lehetővé teszi a szegény népesség alapvető szükségleteinek kielégítését. Ez nyilvánvalóan a társadalmi vállalkozások működésének egy korábbi időszakára vonatkozott, amikor főként a szegénységben élők segítése tartozott ebbe a vállalkozási körbe. Az akkori viszonyok alapján a nézet helyes. Később azonban változott az idesorolható vállalkozások köre, ettől fogva a hivatkozott nézet a társadalmi vállalkozásoknak csupán egy részére lett érvényes. Más oldalról is találhatók sajátos vélemények. Például Groot és Dankbaar álláspontja szerint minden gazdasági vállalkozás

²¹ Asceline Groot – Ben Dankbaar: Does social innovation require social entrepreneurship? *Technology Innovation Management Review*, 4. (2014), 12. 17–26.

²² Jorge Cunha – Paul S. Benneworth – Pedro Oliveira: Social entrepreneurship and social innovation. A conceptual distinction. In Luis M. Carmo Farinha et al. (szerk.): *Handbook of research on global competitive advantage through innovation and entrepreneurship*. Hershey, Pennsylvania, IGI Global, 2015. 616–639.

²³ Jacques Defourny – Marthe Nyssens: Social innovation, social economy and social enterprise: What can the European debate tell us? In Frank Moulaert et al. (szerk.): *The international handbook. On social innovation collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2013. 40–52.

valamilyen mértékű szándékos vagy nem szándékos társadalmi innovációt eredményez, függetlenül attól, hogy az érintett vállalkozók „társadalmi” tekintik-e magukat, vagy sem. Ez a felfogás a társadalmi innováció egy rendkívül tágan értelmezett fogalmára épül, amely nem alkalmas a társadalmi vállalkozás és a társadalmi innováció összefüggéseinek elemzésére.

Viszonylag szélesebb körű egyetértés van abban a kérdésben, hogy a társadalmi innováció a társadalmi vállalkozások köréhez képest lényegesen szélesebb területen jöhet létre, vagyis *a társadalmi innovációnak egy jelentős része nem kapcsolódik társadalmi vállalkozásokhoz*. Más oldalról *a társadalmi vállalkozásoknak van egy olyan része, amely nem igényel érdemleges súlyú társadalmi innovációt* (például olyan esetben, amikor a társadalmi vállalkozás környezetvédelmi célokat finanszíroz). Tehát a két halmoznak van egy közös része. Ennek értelmében az összefüggés lényege: a társadalmi vállalkozásoknak egy jelentős hányada társadalmi innováció keretében valósul meg, és a folyamatos működés során a kettős célkövetés összehangolása is számos innovatív megoldást igényelhet. Az irodalomban gyakori a társadalmi vállalkozások azon tulajdonságának hangsúlyozása, hogy egyidejűleg kreativitásfejlesztők, és a társadalmi innováció kiváló terepét képezik. A társadalmi vállalkozásnak azt a jellemzőjét, hogy gyakran magas szintű társadalmi innováció révén jön létre, az Európai Bizottság fent idézett definíciója is tartalmazza.

A társadalmi vállalkozásoknak a társadalmi innovációk iránti igénye és a megoldás megtalálásának nehézségi foka függ a probléma természetétől, ismertségétől, valamint a társadalmi, gazdasági, politikai és kulturális környezettől. Egy másik régióban vagy másik szektorban már alkalmazott megoldásnak az adott körülményekre való adaptálása is társadalmi innovációnak minősül. Természetesen az ilyen megoldás általában lényegesen egyszerűbb, mint az új utakon járás kényszere.

A társadalmi vállalkozások esetében a társadalmi innováció leglényegesebb eleme egy olyan vállalkozási téma kidolgozása és megvalósítása, amely mind a társadalmi, mind a vállalkozási célnak megfelelően működőképes. Itt nincs éles határvonal a gazdasági és a társadalmi innováció között, gyakran egymással párhuzamosan haladnak.

A társadalmi innovációhoz szükséges szakmai tudás értelemszerűen az adott terület függvényeként alakul. A társadalmi vállalkozások esetében alapos vállalkozási és gazdálkodási ismeretek is szükségesek. Ezzel szemben a társadalmi vállalkozásokat nem érintő társadalmi innovációk többsége nem igényel üzleti ismereteket. Természetesen határesetek itt is találhatók. Ilyen határeset lehet például, amikor különböző társadalmi csoportok olyan átmeneti vagy tartós szerveződések hoznak létre, amelyek a működésük során nem versenypiaci tevékenységet folytatnak, viszont versenypiaci tevékenységet helyettesítenek. A folyamat hatékony megszervezéséhez gazdálkodási ismeretekre is szükség lehet.

Célmegvalósítás és célfinanszírozás

A társadalmi vállalkozásokhoz sorolható tevékenységek körének folyamatos bővítése egy sok szempontból heterogén vállalkozási kört magában foglaló kategóriához vezetett. A heterogenitás egyaránt vonatkozik a besorolási koncepcióra, a társadalmi cél mibenlétére, a társadalmi célnak a gazdálkodási folyamatba való beágyazottságára, a társadalmi célnak a gazdasági szervezet méretéhez viszonyított súlyarányára, a tevékenységi profilra,

a vállalkozási konstrukció típusára, az adott konstrukció jogszabályi konkretizációira stb. Olyan vállalkozási típusok is egy kategóriába kerültek, amelyek eltérő elv szerint oldják meg a társadalmi célkövetést.

A társadalmi innováció igénye szempontjából a legfontosabb meghatározó tényező a társadalmi célnak a gazdálkodási folyamatba való beágyazottsága. Ebből a szempontból a vállalkozás két fő típusa:

- társadalmi célt megvalósító (célmegvalósító) társadalmi vállalkozások;
- társadalmi célt finanszírozó (célffinanszírozó) társadalmi vállalkozások.

Természetesen előfordulhatnak mindkét elemet magukban foglaló, vegyes típusú változatok is. A célmegvalósító társadalmi vállalkozások esetében az üzleti tevékenység folytatása során automatikusan megvalósul a kitűzött társadalmi cél is. A foglalkoztatási céllal alapított társadalmi vállalkozások többsége idesorolható. Ennek a típusnak a társadalmi-innováció-igénye rendszerint igen magas. Többnyire a profilválasztási, vállalkozásalapítási, vállalkozásműködtetési és munkagazdasági kérdésekre is kiterjed.

A társadalmi vállalkozások egy számottevő része az adott vállalkozás tevékenységétől független társadalmi célt (például környezetvédelmet) finanszíroz. A vállalkozás tetszőleges versenypiaci profilt működtet, és a profitjával vagy annak egy meghatározott részével járul hozzá a választott társadalmi cél finanszírozásához. Az ilyen típusú vállalkozások létrehozásának folyamata is jórészt azonos a versenypiaci vállalatokéval. Ezért alapítása és működtetése elvileg nem igényel érdemleges súlyú társadalmi innovációt. A célffinanszírozó társadalmi vállalkozások esetében indokolt egy olyan jogszabály alkalmazása, amely előírja, hogy legalább mekkora összeget vagy a potenciális nyereségnek legalább hány százalékát (stb.) kell a vállalkozáson kívüli társadalmi cél finanszírozására fordítani ahhoz, hogy a cég besorolható legyen a társadalmi vállalkozások körébe.

A vegyes típusú változat részben a célmegvalósító, részben a célffinanszírozó társadalmi vállalkozások jegyeit viseli magán. Ilyen típus jön létre például abban az esetben, amikor a társadalmi cél az egészségvédelem, amelynek érdekében a vállalkozás egészségvédő hatású élelmiszereket állít elő, és ezeket a megfelelő hozzáférés érdekében alacsony áron juttatja a piacra.

Az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozások innovációigénye

A célmegvalósító társadalmi vállalkozások körében meghatározó jelentősége az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozásnak van. A fentiek szerint ez tekinthető a kategória legősibb változatának. Itt értelemszerűen a gazdasági tevékenység folyamatában valósul meg az az alapvető társadalmi cél is, amelynek érdekében az adott vállalkozást létrehozták.

A több embert érintő munkalehetőség hiánya generálja azt a társadalmi-innováció-igényt, amely magában foglalja többek között a társadalmi vállalkozás lehetséges anyagi forrásai felkutatását, a társadalmi vállalkozás profiljának a munkalehetőséget keresők tudásbázisával és munkavégzési adottságaival való összehangolását, valamint a vállalkozás adott körülmények között legmegfelelőbb típusának és méretének a kidolgozását.

A lehetőségeket a létszámarányokra vonatkozó előírások is befolyásolhatják. Az ilyen típusú előírások segíthetik a társadalmi célkövetés hatékonyabb érvényre jutását. Például az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozásnak szüksége lehet olyan szakismerettel rendelkező munkaerőre, amely szakismeret a potenciális foglalkoztatottak köréből nem áll rendelkezésre. A „külső” munkaerő túlzott arányú bevonását elkerülendő, ésszerű annak a szabályozása, hogy az inaktív és a tartós munkanélküli státusú emberek köréből kikerülő munkavállalóknak létszámarányosan legalább hány százaléka szükséges ahhoz, hogy a cég társadalmi vállalkozásnak minősülhessen, illetőleg a létszámstruktúra milyen tartásának kell folyamatosan fennállnia.

Az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozások körén belül a hátrányos helyzet kialakulásának a fő oka szerint is különbözhet a társadalmi-innováció-szükséglet mibenléte és súlya. Ebből a szempontból három fő problémátípus különböztethető meg:

- tartós munkanélküliek, akik hosszabb ideje kiszorultak a munkaerőpiacról, és esetleg szakmai tudásuk valamilyen szinten megújításra szorul;
- fogyatékkal élő emberek, akik számára nehézséget jelent megfelelő foglalkozást találni;
- inaktív és a szervezett munkavégzés lehetőségei iránt kevésbé érdeklődő csoportok.

A társadalmi vállalkozás és a piaci mechanizmusok összefüggésének vizsgálata során iránytévesztés is előfordulhat. Starnawska tanulmánya²⁴ például kissé meglepő megközelítésben mutat rá egy közismert összefüggésre. A szerző, a társadalmi vállalkozások hibrid természetének értelmezése kapcsán, többek között kifejti, hogy abban az esetben, ha a foglalkoztatási célú társadalmi vállalkozások munkaerő-állománya a profil szerinti termékpiaci elvárásokhoz képest nem a legmegfelelőbb létszámú és felkészültségű munkaerőből áll, az a vállalkozás számára nagy hátrányt jelent. A háttérben éppen a lényeg sikkad el. Az ilyen típusú társadalmi vállalkozás ugyanis kifejezetten azzal a céllal jön létre, hogy a hagyományos munkaerőpiacról kiszorult vagy az oda bejutni nem képes emberek számára munkalehetőséget biztosítson. Ekkor a munkaerő és a piaci elvárások összhangjának hiánya azt jelzi, hogy a társadalmi innováció nem volt sikeres. Nem sikerült megtalálni azt a profilt vagy azt a technológiát, amely alapján a megélhetési szempontból hátrányos helyzetű emberek a versenypiacon életképes termékeket képesek létrehozni. Nem a létszámbeli és a képzettségbeli problémák az elsődlegesek. Az a felvetés, hogy a vállalkozás vezetését ellátni képes stáb megfizetése nehézségekkel járhat, már realisabb gondot jelez, de itt is felmerülhet, hogy megfelelőbb profilválasztás esetén ez a probléma sem merülne fel.

A többlépcsős társadalmi innováció szükséglete

A többlépcsős társadalmi innováció szükséglete főként ott merül fel, ahol a nehéz helyzetben lévő emberek jelentős része inaktív, és a szervezett munkavégzés iránti érdeklődésük alacsony szintű. A különböző országokban eltérő nagyságrendben fordulnak elő ilyen jellemzőkkel bíró csoportok, közösségek, etnikumok. Idesorolhatók az úgyneve-

²⁴ Starnawska (2016) i. m.

zett bádogvárosokban élők, a nyomornegyedek lakói, a cigányság egyes csoportjai stb. Gyakran felvetődik, hogy az ilyen helyzetű közösségek esetében a fiatalság jórészt nem is ismeri a napi munkába járás mibenlétét, ritmusát.

A társadalmi együttélés normáit negligáló, viszonylag elszigetelt és a társadalmi integráció hiányával jellemezhető csoportok, közösségek, etnikumok (közösségek) esetében az egész közösség átformálása szükséges. Az egzisztenciateremtő társadalmi vállalkozás létrehozásához több eltérő jellegű és egymásra épülő társadalmi innováció generálását kell megoldani. Ez többlépcsős társadalmi innovációnak is nevezhető. Az alábbiakban egy kétlépcsősre egyszerűsített társadalmi innováció felvázolása szerepel.

Az első lépcsőfok nincs közvetlen kapcsolatban magával a társadalmi vállalkozással. Itt az egész közösségre vonatkozóan lényegében egy gondolkodásbeli rutinváltást kell elérni, amelynek eredményeként a közösség tagjai magukévá teszik a társadalmi együttélés általános normáit, és kialakul a munkavégzésre vonatkozó, belső indítatásból fakadó igényük. Mivel ez a gondolkodásbeli rutinváltás a korábbiakban nem alakult ki, az automatikus változás bekövetkezésére nem lehet számítani. Kiindulásképpen egy diagnózis felállítása szükséges. Ennek keretében alaposan meg kell ismerni az adott közösségre jellemző gondolkodásmódot, az életkörülményeket, a szokásokat és az idetartozó embereknek a világhoz való viszonyulását. A diagnózis alapján elindulhat azoknak a módszereknek a felkutatása vagy/és kidolgozása, amelyek alkalmasak lehetnek a kitűzött gondolkodásbeli rutinváltás elérésére. Meg kell találni az önszerveződés megfelelő mozgatórugóit. A személyes kapcsolatok rendszerének mozgásba hozása, a kezdeményező erő felélesztése a legmegfelelőbb szervezési mód. A tényleges teendőkre vonatkozóan célszerű több leágazású forgatókönyvet készíteni. Az innovációs folyamatot óvatos cselekvési mód és az emberek személyiségének, valamint kulturális hagyományainak mély tisztelete mellett kell véghezvinni. Az ilyen típusú feladatokat rendszerint csak a közösségen belülről vagy oda mintegy beépülve, erős bizalmi kapcsolatok kiépítése után és folyamatos jelenlét mellett lehet sikerre vinni. A lebonyolítási folyamat időigénye akár több év is lehet. Mindezek komoly szakértői háttérrel és jelentős összegű anyagi forrásokat igényelhetnek. Ezeknek az előzetes feltérképezése és a szükséges források biztosítási lehetősége nélkül a folyamatot nem célszerű elindítani.

A második lépcsőfok jelenti a társadalmi vállalkozás megtervezését és létrehozását. Ennek tárgykörébe olyan munkalehetőségek megtervezése és létrehozása is beletartozik, amelyek biztosítják az erre felkészített emberek munkán alapuló megélhetését. Itt a társadalmi innováció igénye elsősorban abból az irányból jelentkezik, hogy össze kell hangolni a munkavégzésre vonatkozóan meglévő adottságokat, készségeket (illetőleg azok valamely felkészültségbeli kiegészítését) azokkal a támogatói és versenyipiaci lehetőségekkel, amelyek kihasználásával hosszabb távon életképes gazdasági vállalkozás hozható létre. Számítani kell arra, hogy a szóban forgó csoportok munkaerőipiaci integrációja a szokásosnál is nagyobb és szerteágazóbb erőfeszítést kiváltó társadalmi innováció-igénnyel lép fel. Egy olyan társadalmi szegmensben, amelyben a szervezett munka kultúrája ismeretlen, célszerűnek látszik a társadalmi vállalkozásnak azokat a változatait előtérbe helyezni, ahol a munkavégzés időbeli megszervezése a munka elvégzésére meglehetősen nagy szabadságot biztosít.

A társadalmi innováció egymásra épülő két lépcsőfoka egymástól eltérő természetű feladatok megoldását igényli, így az egyes lépcsőfokok logikailag határozottan elkülöníthetők. A megvalósítás folyamatában az egymásra épülő társadalmi innovációk – a helyzet

alakulásától függően – részben párhuzamosan is haladhatnak. A képzéssel kapcsolatos tevékenységek például már az első szakaszban is elindulhatnak, amennyiben a társadalmi vállalkozással kapcsolatos elképzelések ehhez megfelelő alapot adnak. Továbbá a munka világába való belépés folyamata is – a helyzet függvényében – többféleképpen alakítható. Lehetséges a fokozatos hozzászokás, amelynek során az egyes emberek (a későbbi vállalkozás profiljától nem idegen) átmeneti jellegű munkákat végeznek, de a munka indulhat közvetlenül a társadalmi vállalkozás létrehozásával is.

Társadalmi összhatás

A társadalmi vállalkozásnak a társadalomra gyakorolt kedvező hatásai messze túlmutatnak a közvetlen társadalmi cél megvalósulása során keletkező társadalmi hasznokon. A széles sávban kapcsolódó társadalmi innovációval egyetemben pozitív hatást gyakorolnak a tágabb értelemben vett társadalmi folyamatokra is. Sokrétű hatásainak néhány példája:

- új gondolatiséget visz a társadalomba és a gazdaságba;
- erősíti a gazdaság és a demokrácia közötti kapcsolatot;
- segíti a társadalmi szolidaritás eszméjének felszínén maradását;
- terepet biztosít a társadalmi innovációs készség fejlődésének;
- egyfajta felkészülési lehetőséget is biztosít arra az időszakra, amikor a nagyfokú gépesítés és automatizálás következtében egyre nagyobb dolgozói tömegek szorulnak ki a hagyományos profitelvű gazdaságból.

A társadalmi vállalkozások társadalmi hatásaihoz részben hasonló hatásokat vált ki a CSR (a vállalatok társadalmi felelősségvállalása). Ennek keretében a vállalatok a célkitűzéseik közé önkéntes alapon integrálnak és finanszíroznak szociális, valamint ökológiai célokat. Ennek a tevékenységnek a közvetlen környezeti és társadalmi hatásain túlmenően nagy jelentősége van abban, hogy a felelősségi szemlélet mélyen beivódik a vállalati szervezet működésébe, illetőleg alakítja a dolgozók szemléletét, társadalmi érdeklődését, szociális érzékenységet is. Ezen a ponton a CSR átfedésbe kerül a társadalmi vállalkozások küldetésével.²⁵ A társadalmi vállalkozások küldetését, funkcióit a CSR természetesen nem tudja átvállalni. A társadalmi felelősségvállalás definiálása számos olyan problémát is felvet, amelyek a társadalmi vállalkozások kapcsán felmerülnek.²⁶

Az irodalomban felvetődik, hogy a nem piaci logikán működő gazdasági megoldások – mint amilyen a társadalmi vállalkozás és a CSR is – valójában a neoliberalizmus támogatását jelentik.²⁷ Abból a szempontból egyet kell érteni ezzel a felvetéssel, hogy a társadalmi vállalkozások létrejöttének igen erős intézményi támogatása elsősorban politikai, illetőleg társadalompolitikai megfontolások alapján történik. Azt is látni kell azonban, hogy a neoliberalizmus támogatásával egyidejűleg ezek a vállalkozások szé-

²⁵ Michael Pirson: Social entrepreneurship. A blueprint for humane organizations? In Heiko Spitzbeck et al. (szerk.): *Humanism in business*. Cambridge, Cambridge University Press, 2009. 248–259.

²⁶ Spitzbeck–Janssen (2010) i. m.

²⁷ Peter Graefe: Social economy policies as flanking for neoliberalism: Transnational policy solutions, emergent contradictions, local alternatives. *Policy and Society*, 25. (2006), 3. 69–86.

lesítik a megélhetési lehetőségek körét, csökkentik a társadalmi feszültségeket, nagyobb részben szemléletileg, kisebb részben közvetlenül is fékezik a környezetrombolás sebességét. Vagyis a rendszer továbbélésének segítése mellett ezek a konstrukciók egy sokrétű károkozás jelentős fékezéséhez járulnak hozzá. Célszerű azzal is tisztában lenni, hogy jelenleg nincs a ma érvényesülőtől alapvetően eltérő gazdasági modellváltozat, amely tudományos alapon kidolgozott és gyakorlati szempontból megalapozott lenne.²⁸ Tehát jelenleg a jobbítás járható útja a károkozásnak a lehetőségek szerinti fékezése, és esetleg azon vállalati modellváltozatok gyakorlati súlyának növelése, amelyek összhangban vannak a fenntarthatóság elvével.²⁹ A távoli jövő szempontjából is hasznos a társadalom szociális érzékenységeinek, szolidaritási és innovációs készségeinek, reflexeinek, valamint demokratikus együttműködési képességének szinten tartása, fejlesztése. Nem lenne célszerű lemondani arról a társadalomszervező, szociális érzékenységet fenntartó erőről, amelyet a társadalmi vállalkozások kiválhatnak.

Irodalomjegyzék

- Alter, Sutia Kim: *Case studies in social enterprise*. Washington, D. C., Counterpart International Inc., 2002.
- Andor László: Szociális vállalkozások az Európai Unióban. *XXI. Század – Tudományos Közlemények*, (2012), 28. 9–14.
- Bayulgen, Oksan; Muhammad Yunus, Grameen Bank and the Nobel Peace Prize: what political science can contribute to and learn from the study of microcredit. *International Studies Review*, 10. (2008), 3. 525–547. Online: <https://www.jstor.org/stable/25481991>
- Chong, Toh Han: Interview with Professor Muhammad Yunus, founder of Grameen Bank. *SMA News*, 40. (2008), 12. 2–7.
- CIRIEC: *The social economy in the European Union*. 2007.
- Cunha, Jorge – Paul S. Benneworth – Pedro Oliveira: Social entrepreneurship and social innovation. A conceptual distinction. In Luis M. Carmo Farinha – Joao J. M. Ferreira – Helen Lawton Smith – Sharmistha Bagchi-Sen (szerk.): *Handbook of research on global competitive advantage through innovation and entrepreneurship*. Hershey, Pennsylvania, IGI Global, 2015. 616–639.
- Defourny, Jacques – Marthe Nyssens: Social innovation, social economy and social enterprise. What can the European debate tell us? In Frank Moulaert – Diana MacCallum – Abid Mehmood – Abdel Hamdouch (szerk.): *The international handbook. On social innovation collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2013. 40–52.
- European Commission: *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Brussels, 2015.
- G. Fekete Éva – Bereczk Ádám – Kádárné Horváth Ágnes – Kiss Julianna – Péter Zsolt – Siposné Nándori Eszter – Szegedi Krisztina: *Alap kutatás a társadalmi vállalkozások működéséről*.

²⁸ Illés Mária: A gazdaság emberközpontúvá válásának fő kérdései. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 15. (2018), 1. 4–14.

²⁹ Illés Mária: Enterprise models in terms of sustainability. *Theory, Methodology, Practice*, 12. (2016), Special Issue. 55–67.

- Zárótanulmány az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából, a GINOP-5.1.2-15-2016-00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében. Miskolc, Miskolci Egyetem, 2017.
- Graefe, Peter: Social economy policies as flanking for neoliberalism. Transnational policy solutions, emergent contradictions, local alternatives. *Policy and Society*, 25. (2006), 3. 69–86. Online: [https://doi.org/10.1016/S1449-4035\(06\)70083-2](https://doi.org/10.1016/S1449-4035(06)70083-2)
- Groot, Asceline – Ben Dankbaar: Does social innovation require social entrepreneurship? *Technology Innovation Management Review*, 4. (2014), 12. 17–26. Online: [10.22215/timreview/854](https://doi.org/10.22215/timreview/854)
- Hubai László: Demokratikus szolidaritás. A társadalmi vállalkozások fogalmának és politikai dimenziójának vizsgálata. *Esély*, 27. (2016), 3. 62–91.
- Illés Mária: Enterprise models in terms of sustainability. *Theory, Methodology, Practice*, 12. (2016), Special Issue. 55–67.
- Illés Mária: A gazdaság emberközpontúvá válásának fő kérdései. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 15. (2018), 1. 4–14.
- Kerlin, Janelle A.: Social enterprise in the United States and Europe. Understanding and learning from the differences. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17. (2006), 3. 247–263. Online: <https://doi.org/10.1007/s11266-006-9016-2>
- Martin, Roger L. – Sally Osberg: Social entrepreneurship. The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, (2007), Spring. 29–39.
- OECD – European Union: *Policy brief on social entrepreneurship. Entrepreneurial activities in Europe*. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2013.
- Péter Zsolt: A társadalmi vállalkozások és tevékenységeik ismertsége, illetve az előttük álló feladatok egy kérdőíves felmérés alapján. *Közép-európai Közlemények*, 11. (2018), 2. 124–132.
- Pirson, Michael: Social entrepreneurship. A blueprint for humane organizations? In Tina Heiko Saebi – Nicolai J. Foss – Stefan Linder: Social entrepreneurship research. Past achievements and future promises. *Journal of Management*, 45. (2018), 1. 75–95. Online: <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Spitzeck, Heiko – Michael A. Pirson – Wolfgang Amann – Shiban Khan – Ernst von Kimakowitz (szerk.): *Humanism in business*. Cambridge, Cambridge University Press, 2009. 248–259.
- Spitzeck, Heiko – Frank Janssen: Social entrepreneurship – Implications for management practice. *International Review of Entrepreneurship*, 8. (2010), 2. 63–70.
- Starnawska, Marzena: Social entrepreneurship and its hybridity in determining resource challenges and chances. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4. (2016), 5. 38–53.
- Thomas, Antonio: The rise of social cooperatives in Italy. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organization*, 15. (2004), 3. 243–263.
- Tóth Laura – Varga Éva – Varga Péter: *A társadalmi vállalkozások helyzete Magyarországon 2011*. Budapest, NESST EUROPE Nonprofit Kft., 2011.
- Zollo, Lamberto – Riccardo Rialt – Cristiano Ciappei – Andrea Boccardi: Bricolage and social entrepreneurship to address emergent social needs. A “deconstructionist” perspective. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14. (2018), 2. 19–47. Online: [10.7341/20181422](https://doi.org/10.7341/20181422)
- Zsohár András: A szövetkezeti törvénytervezet magyarázata a Ptk. jogi személyekre vonatkozó részében. *Gazdaság és Jog*, 19. (2011), 9. 3–6.