

A társadalmi vállalkozások finanszírozási lehetőségei, jogi szervezeti formái és beágyazódása a szociális gazdaság rendszerébe

Dr. habil Szegedi Krisztina

Egyetemi docens, Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
vgtkrisz@uni-miskolc.hu

Bereczk Ádám

Egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
bereczk.adam@uni-miskolc.hu

Abstract: Jelen tanulmányban áttekintjük a társadalmi vállalkozás, a vállalati társadalmi felelősség, és a társadalmi innováció fogalmát, megközelítéseit. A rendszerező munka eredményeként egy újszerű integráló modellt mutatunk be. A hazai viszonyokra alkalmazott logika alapján a társadalmi vállalkozás egy kifejezetten ígéretes modellnek látszik a hosszú távú társadalmi problémák fenntartható kezelésére, az üzleti logika hatékonyságjavító előnyeinek és a társadalmi szükségletek közvetlen kielégítésének egyesítőjeként. Mivel a szociális gazdaság számára a pénzügyi erőforrások biztosítása kulcskérdés, és az Európai Unió források rendelkezésre állásával a pénzügyi támogatási eszközöknek mennyiségben és minőségben új dimenziója vált elérhetővé, rövid áttekintést nyújtunk a Magyarországon meghirdetett, társadalmi vállalkozásokat támogató programokról, mely a társadalmi vállalkozásokra jellemző szervezeti formák azonosításához is eligazítást nyújthat.

Kulcsszavak: vállalati társadalmi felelősség, társadalmi innováció, társadalmi vállalkozás, pályázatok

1 Szakirodalmi áttekintés

Bár a társadalmi vállalkozás fogalmát már az 1960-as években is használták, a társadalmi vállalkozás mint gazdálkodó szervezet (social enterprise), a társadalmi vállalkozás mint tevékenység (social entrepreneurship), és a társadalmi vállalkozó (social entrepreneur) kifejezései a mai napig különböző megközelítések alapján megalkotott fogalmi rendszerekben jelennek meg, így sokszor eltérő tartalmakat

jelölnek. Jelen tanulmányban elsősorban a társadalmi vállalkozás mint gazdálkodó egység fogalmára koncentrálnak. A társadalmi vállalkozás fogalmát leíró definíciók közös és nagyon lényeges eleme, hogy az ilyen vállalkozás létének magyarázatoként valamilyen társadalmi missziót, célt, illetve törekvést jelölnek meg. A társadalmi célokért való küzdelem, a társadalmi vállalkozások sok kultúrában kezdetektől fogva jelen vannak, míg a nyugati individualista társadalmak még csak most ismerkednek a fogalommal (Lazányi, 2012). Ezen túlmenően a fogalommal kapcsolatos kutatásunk eredményei azt jelzik, hogy a definíciók három csoportba sorolhatók, attól függően, hogy az adott megfogalmazás a társadalmi vállalkozás mely tényezőjét emeli ki. A három fő csoport az alábbiak szerint határozható el:

1. Üzleti modell megközelítés („Business modell approach”) – A társadalmi vállalkozások a társadalmi célokat az üzleti vállalkozások által alkalmazott üzleti modellek, illetve üzleti folyamatok alapján igyekeznek megvalósítani.
2. Vállalkozói kompetencia megközelítés („Entrepreneurship competence approach”) – A kompetencia, illetve erőforrás alapú elméletekkel rokon megközelítés szerint a társadalmi cél megvalósításában a kulcs a vállalkozói jellemzők, kompetenciák és képességek felhasználásában rejlik, mint az innovációs képesség, a kockázatvállalás és a proaktivitás.
3. Kettős célrendszer megközelítés („double bottom line” approach) – A fogalommagyarázatok harmadik nagy csoportja a pénzügyi/jövedelmezőségi tényezőt hangsúlyozza, az ún. „kettős lényegre” (double bottom line) alapozva.



1. ábra

A társadalmi vállalkozás megközelítései

Forrás: Szegedi, 2017

A harmadik típushoz kapcsolódóan fontos megemlíteni, hogy néhány további definíció a profit újrabefektetés elvét tekinti a társadalmi vállalkozások egyik legfontosabb ismertető jegyének. Ezek egyrészt tudatosan utalnak a nonprofit (illetve ún. hibrid) vállalkozás kritériumára, másrészt implicit módon a profitmaximáló modellel szemben a kielégítő profit elméleteit kapcsolják a fogalomhoz. A társadalmi vállalkozás adott, üzleti vállalkozásokra jellemző stratégia, illetve üzleti modell mentén szervezett, üzleti kompetenciákra (innováció, kockázatvállalás) alapozó, elsősorban nem profitmaximalizálásra, hanem adott társadalmi célok megvalósítására törekvő gazdálkodó egység.

2 Anyag és módszer

A tanulmány kétszintű elemzést mutat be. Az egyik „szint” alatt a társadalmi vállalkozások elméleti, modellszintű összefüggéseinek bemutatását értjük, míg a másik „szint” alatt az elmélet két gyakorlati vonatkozásának vizsgálatát. Ezek közül az egyik a társadalmi vállalkozások gyakorlatban megjelenő jogi szervezeti

formáinak feltérképezéséhez nyújt segítséget, a másik a társadalmi vállalkozások számára elérhető pályázati lehetőségek típusait kutatja. A kettő közötti összefüggést az adja, hogy a pályázati kiírások elemzésének eredményeiből következtetünk a gyakorlatban megjelenő jogi szervezeti formák típusaira. A két „szint” (az elméleti és gyakorlati kategóriák) egy anyagban szerepeltetése pedig jó alkalmat nyújt a szakirodalom által „sugallt” és a forráselosztásban használt felfogások közötti összehasonlításra. Módszertanát illetően a tanulmány alapvetően a szakirodalomkutatás és –feldolgozás eszközeivel él, a pályázati kiírások összegyűjtéséhez és tartalmuk elemzéséhez a dokumentumelemzés módszerét használja.

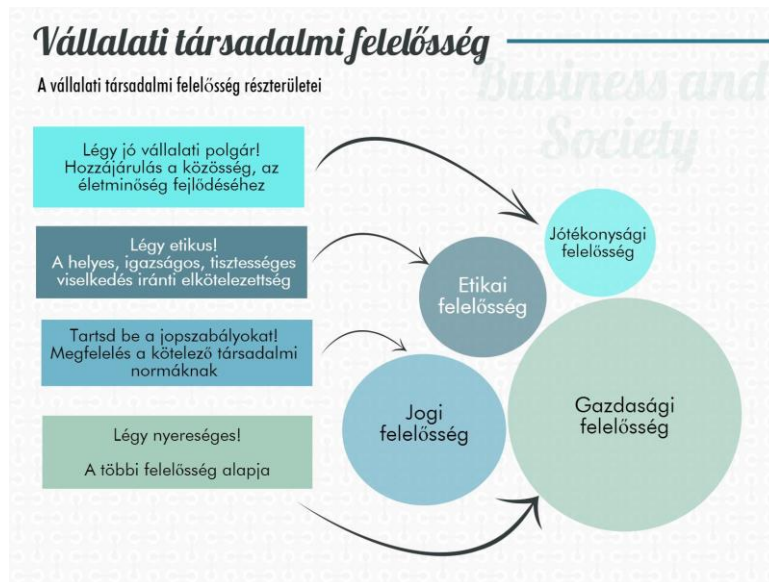
A következőkben részletesebben bemutatjuk a vállalati társadalmi felelősség fogalmát, mint a vállalatok társadalmi célú kezdeményezéseinek eszközét és módszerét, megalapozva a társadalmi vállalkozások céljainak, funkcióinak magyarázatát, külön tekintettel arra, hogy egyúttal a társadalmi vállalkozások egyik finanszírozási forrását is azonosítjuk. Ezután a társadalmi vállalkozás, a vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi innováció összefüggéseire vonatkozó kutatásunk eredményeit ismertetjük. A tanulmány lezárásaként a társadalmi vállalkozások finanszírozási gyakorlatának elemzése alapján nyújtunk betekintést az egyes használatban létező szervezeti formákhoz kapcsolódó támogatási formákba a dokumentumelemzés módszertanának alkalmazásával.

A vállalatok méretének növekedése, jelentős gazdasági hatalmuk, a negatív externáliák és a különböző vállalati botrányok a vállalatok iránti bizalom csökkenéséhez, és a vállalati társadalmi felelősség mozgalom felerősödéséhez vezettek. Mindez elmondható a bankszektorra, mint speciális vállalati szereplőkre is. A válság miatti bizalomvesztés, az etika vélt vagy valós hiánya sem segített ezen a helyzeten (Csiszárík-Kocsir, 2016). Egyre elfogadottabbá vált, hogy a vállalatok sokarcú képződmények, melyek nemcsak pozitív, hanem sokszor negatív hatással vannak a széles értelemben vett lokális és globális környezetükre (Epstein, 2006). Kevésbé tudatosan, de a kis- és középvállalatok társadalmi beágyazódottságuk okán implicit módon valósítják meg a fenntartható működést (Saáry, 2016). Magyarország gazdasági felzárkózásának és társadalmi felemelkedésének záloga, hogy megtalálja felzárkózásának 21. századi modelljét. A szabadpiaci formáció az állam szabályozási gyengeségei miatt rendre válságokhoz vezet, míg a szociális piacgazdasági modell a túlzott szabályozás és a magas fokú jövedelem és szociális biztonság miatt veszít versenyképességéből (Lentner-Parragh, 2016).

A CSR-nek nincs általánosan elfogadott definíciója. Az egyik legismertebb és legelfogadottabb megközelítése Carroll-tól származik (Crane-Matten, 2004), e szerint a vállalatok társadalmi felelőssége gazdasági, jogi, etikai és jótékonyági elvárásokat jelent, mely a társadalom részéről jelentkezik (Carroll, 1979 p. 500). Ez négy felelősségi területet jelent, aminél az alap a gazdasági felelősség, de ezzel egyidőben a vállalatoknak meg kell felelni a jogi normáknak is. Az etikai felelősség a helyes, igazságos és tisztességes viselkedés iránti kötelezettséget jelenti. A negyedik terület, amelynek kapcsán Carrol felhívja a figyelmet arra, hogy sok cég

társadalmilag felelősnek tartja magát csupán attól, hogy jó közösségi polgárként viselkedik. Ez a fajta felelősség azonban csak “hab a tortán”, és kevésbé lényeges, mint az előző három. Lényeges, hogy az egyes részek együtt alkotják a vállalati társadalmi felelősség egészét. Carroll maga sem tekintette tökéletesnek a piramis modellt, és hangsúlyozza, hogy a vállalati társadalmi felelősség fogalomban a társadalmi szó mindig is hományos volt, hogy ki felé is kell a felelősséget felvállalni? Természetes megfelelés van a CSR modell és az érintett felfogás között, ez utóbbi nevesíti, hogy mely érintettek felé vállal felelősséget a vállalat (Carroll, 1991):

- Tulajdonosok – Minden tulajdonos érdekét fair és etikus módon kell kezelni.
- Munkavállalók – Az emberi méltóság, a tisztelet, a fair bánásmód lényeges. A konzultatív, bevonáson alapuló vezetési stílus bizalmat eredményez. A magénszféra tiszteletben tartását és a biztonságot maximálisan szem előtt kell tartani.
- Vevők – Egyenlő partnernek kell tekinteni őket, és fair módon kell bánni velük. Értéket kell teremteni számukra, teljeskörű informáltság és elégedettség mellett. A fogyasztói jogokat tiszteletben kell tartani.
- Helyi közösség – Jó vállalati polgárként aktívan részt kell venni a helyi közösség fejlesztésében.



2. ábra

A vállalati társadalmi felelősség részterületei

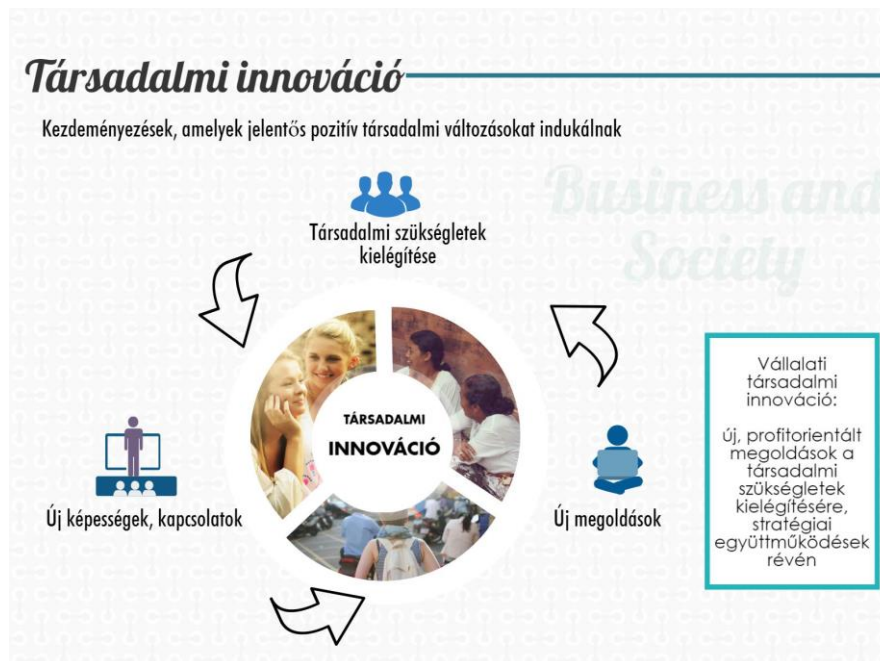
Forrás: Szegedi, 2017

A vállalati társadalmi felelősség fogalma az elmúlt évtizedekben finomodott, egyszerűsödött, ugyanakkor a környezetből fakadó újabb kihívásokra reagálva tágabbá is vált. Sok esetben a vállalatok etikus működésének egyik ismertetőjegyeként is meghatározzák a CSR-t (Pató-Freund, 2016a; Pató-Freund, 2016b). Az UNIDO szerint a CSR olyan menedzsment koncepció, amely szerint a vállalat integrálja a társadalmi és környezeti szempontokat és az érintetti együttműködést üzleti tevékenységébe (Unido, 2014). A World Business Council for Sustainable Development megközelítésében a CSR szerves része a fenntartható fejlődésnek (WBCSD, 2000). A rokon fogalmak közötti összefüggésre rávilágító cikk szerint a vállalati fenntarthatóság (CS) a fenntartható fejlődés (SD) vállalati koncepciója, míg a CSR a fenntartható fejlődés önkéntes menedzsment megközelítése (Steurer et al., 2005). Sokan a vállalati fenntarthatóságot (CS) és a vállalati társadalmi felelősséget (CSR) szinonimaként használják (Marrewijk, 2003). Az ENSZ Global Compact felfogása szerint is felcserélhető a két fogalom (UN Global Compact, 2015). A CSR különböző definícióit szintetizálva, a CSR-t egy olyan új üzleti modellként írjuk le, amely elősegíti a vállalatok fenntartható fejlődéshez való hozzájárulását, azaz megteremti a gazdasági érdekek, a környezeti igények és a társadalmi elvárások közötti egyensúlyt azzal, hogy a vállalat üzleti stratégiájába integrálja a környezeti és társadalmi hatások figyelembe vételét, a stakeholder szemléletet, és az etikus magatartást (Szegeci, 2014).

3 A társadalmi vállalkozás, a vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi innováció összefüggései

A vállalati társadalmi felelősséget a fentiek alapján olyan új üzleti modellként értelmezzük, amely elősegíti a vállalatok fenntartható fejlődéshez való hozzájárulását, azaz megteremti a gazdasági érdekek, a környezeti igények és a társadalmi elvárások közötti egyensúlyt azzal, hogy a vállalat üzleti stratégiájába integrálja a környezeti és társadalmi hatások figyelembe vételét, a stakeholder szemléletet, és az etikus magatartást (Szegeci, 2014). Napjainkban a vállalatokkal szemben alapvető elvárás, hogy az üzleti életben szaktudásukat fejlesztve, innovatívabbak és környezettudatosak is legyenek (Borzán, 2015). Az CSR mint új üzleti modell felfogása egyben társadalmi innovációnak tekinthető, hiszen egy új üzleti koncepciót alkalmaz, amelynek eredménye a társadalom fejlődése lesz (3. ábra). Új üzleti modellként természetes, hogy a CSR szemlélet integrálódik a vállalati stratégiába, a stakeholder szemlélet stratégiai együttműködések eredményez a vállalati érintettekkel. A folyamat eredménye, hogy nemcsak gazdaságilag hanem társadalmilag is pozitív hatás érhető el. Ebben a vonatkozásban a CSR szemléletet integráló vállalkozás olyan társadalmi vállalkozásként értelmezhető, amelynél egyenlő hangsúlyt kap a pénzügyi fenntarthatóság és az innovatív megoldásokra alapozott, pozitív társadalmi hatás.

A társadalmi innováció egyidőben elégíti ki a társadalmi szükségleteket, és hoz létre új kapcsolatokat vagy együttműködéseket (Murray et al., 2010). A társadalmi innováció azokra a jelentős hatású, kiterjedt és tartós kezdeményezésekre utal, amelyek gyökeresen megváltoztatják a hiteket, a viselkedést, a kultúrákat, a hatalom dinamikáját, az alapvető gyakorlatokat, és/vagy valamilyen társadalmi rendszer erőforrásaihoz való hozzáférést a nagyobb egyenlőség, termelékenység és ellenállóképesség irányába (SIG, 2015). Elfogadjuk azt a definíciót, amely szerint „a társadalmi innovációk új megoldások (termékek, szolgáltatások, modellek, piacok, folyamatok stb.) amelyek egyidőben társadalmi szükségletet elégítenek ki (jobban, mint a már létező megoldások) és új vagy továbbfejlesztett képességeket hoznak létre és a kapcsolatok, eszközök és a források jobb kihasználásához vezetnek. Más szóval jók a társadalomnak, és fokozzák a társadalom cselekvőképességét” (The Young Foundation, 2012, 18. oldal). A társadalmi innováció modelljét a 2. ábra mutatja.



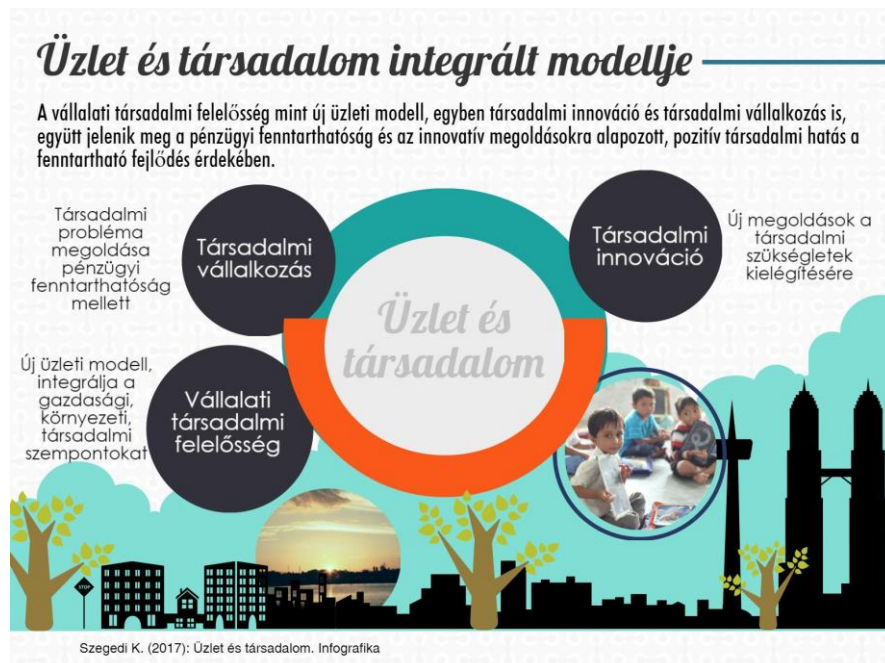
3. ábra

A társadalmi innováció elemei

Forrás: Szegedi, 2017

Az elmúlt évtizedek környezeti változásait olyan kulcsszavak jellemzik, mint a globalizáció, az energiaválság, a technológiai forradalom és a társadalmi átalakulás. A globalizáció pozitív hatásai mellett számos ellentmondásos, sőt negatív következménnyel járt. Az anyagi egyenlőtlenség növekedése, a

környezetszennyezés, az emberi jogi problémák, a létbizonytalanság, a munkanélküliség növekedése olyan következmények, amelyek a globális üzleti modell újragondolását vetették fel. Az üzleti szféra magatartása manapság sokkal inkább a figyelem fókuszában van, egyre kevésbé hagyhatók figyelmen kívül a különböző nyomásgyakorló csoportok (fogyasztók, környezetvédők, munkavállalók, politikai aktivisták, NGO-k) elvárásai és fokozódó érzékenysége a környezeti és társadalmi kérdések iránt. Megnövekedett az igény a vállalatok üzleti tevékenységének, és ezek következményeinek átláthatóságára. A vállalati hírnév romlása bármilyen vállalati mulasztás, hiba esetén óriási presztízaveszteséget és pénzügyi veszteséget okozhat. Mindezek egyenes következménye a szervezeti versenyképesség visszaesése, amely a cég jövőképét és küldetését is veszélybe sodorhatja (Varga, 2016). A globalizáció következményeként az államokon átívelő multinacionális vállalatok jelentős gazdasági befolyásra tettek szert, tevékenységük szabályozására az egyes államok jogi eszközei már nem képesek maradéktalanul, a hangsúly a vállalati önszabályozásra tevődött át. A legutóbbi világgazdasági válság és annak társadalmi következményeként kialakult bizalmi válság feltételei között még fontosabbá vált a felelős üzleti magatartás iránti igény. Másoldalról a környezeti és társadalmi fenntarthatósági követelmények, illetve a harmadik szektor hatékonyságnövekedési kényszere elvezetett az üzleti alapú gondolkodás és az eddig háttérbe szorult társadalmi rétegek igényeinek közvetlenebb, a nagyvállalatoktól és az államtól függetlenebb, önfenntartó kielégítésének modelljéig.



4. ábra
Az üzlet és társadalom integrált modellje

Forrás: Szegedi, 2017

4 A társadalmi vállalkozások finanszírozása és Magyarországon alkalmazott szervezeti formái

A társadalmi vállalkozások rendkívüli potenciált hordoznak a magyarországi hátrányos helyzetű csoportok és területek számára. Az elmúlt években számos lehetőség nyílt pénzügyi támogatásukra, egyrészt Európai Unió programok, másrészt a szociális szféra támogatásain keresztül. Ezekhez csatlakoztak a vállalatok azon CSR programjai, melyek egyre célzottabban támogatják az üzleti logika alapján társadalmi célokat követő vállalkozási kezdeményezéseket, mivel azok fenntarthatóbbnak mutatják magukat az egyszerű jótékonyági akciókkal szemben.

A tanulmány zárásaként, a társadalmi vállalkozások eltérő szervezeti formáinak elhatárolását, értelmezését kívánjuk elősegíteni egy új megközelítéssel, melynek jelentős gyakorlati haszna lehet. A többnyire Európai Unió forrásokból finanszírozott, Magyarországon meghirdetett kormányzati programok céljait és fő elemeit aszerint csoportosítottuk, hogy milyen szervezeti forma számára elérhetők és ezek hogyan viszonyulnak a társadalmi vállalkozások elmélet által meghatározott formáihoz. Mivel a társadalmi vállalkozási forma nem jelent jogi szervezeti forma kategóriát és több, a gyakorlatban alkalmazott forma esetében teljesülhet feltételrendszere, az összefüggések tisztázása lényeges tudományos feladat. A társadalmi vállalkozások Magyarországon egyaránt működhetnek non-profit és és for profit jogi formákban. G. Fekete az előbbiekre példaként hozza az alapítványi, egyesületi formákat, utóbbiakra a szociális szövetkezeteket. A társadalmi vállalkozások kritériumrendszerének leginkább megfelelő formaként nevesíti a társadalmi célú nonprofit vállalkozásokat, a gazdasági tevékenységet végző alapítványokat és egyesületeket, a szociális és hagyományos szövetkezeteket (G. Fekete et al. 2016, p. 13). A szerző megjegyzi, hogy a társadalmi vállalkozásokat célzó újabb kormányzati programok az üzleti vállalkozásokat a szociális szövetkezetek kivételével nem támogatják. A társadalmi vállalkozások finanszírozásában nélkülözhetetlen szerepe van a különböző kormányzati és Európai Unió támogatási programoknak, illetve donor szervezeteknek a harmadik és a versenyszektorból egyaránt. Mivel a fentiek alapján a társadalmi vállalkozás, mint besorolási kritérium elsősorban elméleti kategória, a szervezetek törvényi szabályozásaiban nem találunk közvetlen megfeleltetést a jogi szervezeti formák egyes kategóriáival.

A tisztánlátás elősegítése érdekében az 1. táblázatban a Magyarországon az elmúlt időszakban elérhető támogatási programokat aszerint csoportosítottuk, hogy a kiírás kedvezményezettként mennyiben fókuszált a társadalmi vállalkozásokra. Az összeállítás nem teljes, de széles körű kitekintést nyújt, húsz pályázati program, többségében GINOP és TÁMOP programok vizsgálatával. Három csoportot azonosítottunk, az első csoportba soroltuk azon kiírásokat, ahol a kedvezményezetti kör deklaráltan a társadalmi vállalkozások kifejezéssel került meghatározásra. A második és harmadik csoportba azok a programok kerültek, ahol a társadalmi vállalkozások, mint kedvezményezettek nincsenek említve, viszont a „célcsoport” olyan szervezetekből áll, mely a szakirodalom alapján táptalaját adhatja azok kialakulásának. A második és harmadik csoport közötti különbségtétel a támogatások céljainak jelentős tematikus eltérései miatt vált szükségessé. A negyedik csoportba azon pályázatok információi kerültek, melyeket kifejezetten az üzleti szféra szereplői számára írtak ki. Ez persze nem zárja ki, hogy a későbbiekben ezen szervezetek is társadalmi vállalkozások inkubátor szervezetei legyenek, de a hangsúly esetükben nem ezen van. A rendszerezéssel nem volt célunk, hogy az egyes programokat összehasonlítsuk, így azok nevesítése is csak zavaró lehetne az újszerű besorolások értelmezésekor. A célunk az volt, hogy a fenti kategóriákhoz tartozóan azonosítsuk a társadalmi vállalkozásokkal és azok lehetséges inkubátor szervezeteivel kapcsolatban felmerülő jogi szervezeti formákat, illetve bemutassuk az elmúlt néhány évben (2010-től) hazánkban meghirdetett támogatások alapvető céljait, „hívószavait”.

Vállalkozásfejlesztés a XXI. században
Budapest, 2017.

Társadalmi vállalkozás, mint kedvezményezeti kör	Társadalmi vállalkozások támogatott csoportként nevesítve	Társadalmi vállalkozások lehetséges inkubátor szervezetei (foglalkoztatási cél)	Társadalmi vállalkozások lehetséges inkubátor szervezetei (civiliek támogatása)	Versenyszféra szereplői
Támogatásra jogosult szervezetek jogi szervezeti formái	Civil és nonprofit szervezetek, társadalmi vállalkozások, társadalmi célú vállalkozások, for-profit vállalkozások	Szociális szövetkezetek, szövetkezetek, önkormányzati tagsággal rendelkező szociális szövetkezetek, alapítványok, nonprofit korlátolt felelősségű társaságok, nonprofit szociális szövetkezetek, civil társadalmi szervezetek, civil szervezetek, helyi önkormányzatok, helyi önkormányzatok intézmény-fenntartó társulásai, helyi önkormányzatok által felügyelt költségvetési szervek, többcélú kistérségi társulások, egyházi szervezetek, non-profit szervezetek	Közhasznú vagy kiemelkedően közhasznú minősítéssel rendelkező társadalmi szervezetek, alapítványok, civil szervezetek, szövetségek	Magyarországon bejegyzett jogi személyiségű, vagy jogi személyiség nélküli szervezetek, valamint egyéni vállalkozók
Pályázatok alapvető céljai	Társadalmi vállalkozások dinamizálása és stabilizálása	Hátrányos helyzetű álláskeresőök foglalkoztatásának elősegítése	A civil társadalom és az európai értékek megerősítése	Újjonnan alkalmazott megváltozott munkaképességű munkavállalók
Kulcselemek, hívószavak	- piacképes termékek és szolgáltatások - fenntartható üzleti modell - tartós foglalkoztatási lehetőségek	- hajléktalan emberek munkaerőpiaci integrációja - helyi piaci igények kielégítése - gazdaságos működés - önfenntartás	- európai polgárság - közös értékek - demokrácia - civil szervezetek és civil társadalom megerősítése	- munkahelyek átalakítása - vissza nem térítendő pénzügyi támogatás - foglalkoztatás

		- hátrányos helyzetű járások foglalkoztatási képességének növelése - önfenntartó piaci szereplővé válás - a fiatalok foglalkoztatása		
--	--	--	--	--

1. táblázat

A társadalmi vállalkozásokkal kapcsolatos hazai pályázatok

Forrás: saját összeállítás, 2017

Az 1. táblázatban látható, hogy a Magyarországon az elmúlt néhány évben meghirdetett pályázati támogatások adott feltételek megléte esetén társadalmi vállalkozásként ismerik el a társadalmi célú vállalkozásokat, a civil és nonprofit szervezeteket, sőt a for profit vállalkozásokat is. Elsősorban munkahelyteremtési funkciójukat igyekeznek erősíteni a pályázatok azon szervezeteknél, melyeket nem társadalmi vállalkozásként nevesítve céloznak meg a források. Ilyenek többek között a szociális szövetkezetek, szövetkezetek, alapítványok, nonprofit korlátolt felelősségű társaságok, nonprofit szociális szövetkezetek, civil társadalmi szervezetek, többcélú kistérségi társulások, egyházi szervezetek, vagy a non-profit szervezetek. A társadalmi szervezetek, alapítványok, civil szervezetek, szövetségek számára meghirdetett pályázatok a civil társadalom, az Európai Unió integráció, az "uniós értékek" megerősítését várják az előbbi csoportosulásoktól, míg a versenyszféra szereplői lényegében bármely társasági és egyéni vállalkozási formában elsősorban megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásának támogatására pályázhattak. A 2. táblázatban néhány korábbi pályázati program keretösszegeit és elnyerhető támogatási összegeit foglaltuk össze.

pályázat	keretösszeg	támogatási összegek
GINOP-5.1.3.-16	6 Mrd Ft	minimum: 6,5 M Ft maximum: 250 M Ft
TÁMOP 2.4.3.B-2-11/1	1,955 Mrd t	minimum: 20 M Ft maximum: 50 M Ft
Megváltozott munkaképességű munkavállalók foglalkoztatása érdekében munkahelyteremtés támogatása	450 M Ft	maximum: 2,24 M Ft
TAMOP-5.3.3-10/1	818 M Ft	mimimum: 21 M Ft
Pályázat az országos hatókörű közművelődési tevékenységet folytató társadalmi szervezetek 2009. évi működési támogatására	15 M Ft	minimum: 200 ezer Ft maximum: 1 M Ft.
Norvég Civil Támogatási Alap Közepes és kisprojektek 2014	1Mrd Ft	minimum: 450 ezer Ft maximum: 15 M Ft

2. táblázat

Néhány pályázati kiírás keret és támogatási összege az elmúlt évekből

Forrás: Saját összeállítás, 2017

Összegzés

A tanulmányban bemutattuk a vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi innováció fogalmát, jellemzőit, valamint a korszerű szakirodalmi megközelítések alapján ismertettük a társadalmi vállalkozási tevékenység céljait és lényegét. A vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi innováció fogalmának értelmezése rávilágított arra, hogy a stratégiába integrált CSR egyben társadalmi innovációnak tekinthető. A vállalati társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozás egyaránt valamilyen társadalmi probléma megoldására törekszik, a gazdasági fenntarthatóság mellett. A szakirodalom jórészt a társadalmi, illetve a gazdasági szempont elsődlegessége alapján tesz különbséget köztük. Integrált modellünkben ezek a fogalmak közelítenek egymáshoz. A tanulmány zárásaként, a társadalmi vállalkozások eltérő szervezeti formáinak elhatárolását, értelmezését kívántuk elősegíteni egy új megközelítéssel, melynek jelentős gyakorlati haszna lehet. A többnyire Európai Unió forrásából finanszírozott, Magyarországon meghirdetett

kormányzati programok céljait és fő elemeit aszerint csoportosítottuk, hogy milyen szervezeti forma számára elérhető és ezek hogyan viszonyulnak a társadalmi vállalkozások elmélet által meghatározott fogalmához, kategóriájához. A hazai támogatási programok bizonyos feltételek megléte esetén társadalmi vállalkozásként ismerik el a társadalmi célú vállalkozásokat, a civil és nonprofit szervezeteket és a for profit vállalkozásokat is. További számos szervezeti forma merülhet fel, melyek kiindulópontjai lehetnek a társadalmi vállalkozásoknak, ilyenek többek között a szövetkezetek, szociális szövetkezetek, non-profit szervezetek. Utóbbiakban, a versenyszféra szereplőihez hasonlóan elsősorban a munkahelyteremtési potenciált látják a pályázatok kiírói, külön tekintettel a hátrányos helyzetű csoportokra. A társadalmi vállalkozások finanszírozói lehetnek kormányzati (Európai Unió és hazai), illetve vállalati beágyazottságúak, vagy a szociális szféra kezdeményezői. Kutatómunkánk további célja a Magyarországon elérhető vállalati társadalmi felelősség programok és a szociális szférából származó kezdeményezések azon elemeinek áttekintése, melyek társadalmi vállalkozások támogatására alkalmasak. Ezzel további betekintést tervezünk nyújtani a társadalmi vállalkozások finanszírozási lehetőségeibe és újabb lépést teszünk a jogi szervezeti formáikkal kapcsolatos bizonytalanságok csökkentése felé.

Felhasznált irodalom:

- [1] Borzán, A. (2015): A kis- és középvállalkozások fejlesztési lehetőségei Romániában, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században, V. tanulmánykötet. Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, pp. 329-340.
- [2] Carroll, A. B. (1979): A ThreeDimensionalModel of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), pp. 497-505.
- [3] Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of CorporateSocialResponsibility: TowardtheMoral Management of OrganizationalStakeholders, *Business Horizons*, July-August.
- [4] Crane, A. and D. Matten (2004): *Business Ethics: A European Perspective*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- [5] Csiszárík-Kocsir, Á. (2016): Etikus pénzügyek, avagy a pénzügyek etikája - Vélemények egy kutatás eredményei alapján, *Polgári Szemle*, 12. évfolyam, 4-6 szám, 32-44 old.
- [6] Epstein, E. M. (2006): The “goodcompany,” rhetoricorreality? Corporatesocialresponsibility and business ethicsredux. <http://www.stthomas.edu/cathstudies/cst/conferences/thegoodcompany/Financialpapers/Epstein,%20The%20Good%20Co.pdf> Letöltés: 2011. 10. 25.
- [7] G. Fekete, É., Hubai, L., Kiss, J., Mihály, M. (2016): Social enterprise in Hungary ICSEM Working Paper

- [8] Lazányi, K. (2012): A társas támogatás szerepe egy individualista társadalomban, A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei 4:(2) pp. 51-58.
- [9] Lentner – Parragh (2016): Érdekegyeztetés, konszenzuseresés és participáció – új dimenziók, állami attitűdök, Pro Publico Bono Magyar Közigazgatás, 2016/2. szám
- [10] Marrewijk, M. (2003): Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. Journal of Business Ethics, 44(95).
- [11] Murray, R. – Caulier-Grice, J. – Mulgan, G. (2010): The Open Book of Social Innovation. The Young Foundation. https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/the_open_book_of_social_innovation.pdf Letöltés: 2015. 07. 31.
- [12] Pató G. Sz., Beáta – Freund, A. (2016a): Examination of Ethical Procurement through Enterprise Examples, Problems of Management in the 21st Century, 11(1) pp. 29–42.
- [13] Pató G. Sz., Beáta – Freund, A. (2016b): Etika a beszerzésben – avagy emberközpontú beszerzés In: Garaczi Imre (szerk.) Magyarságtudományi kutatások V. A fenntarthatóság perspektívái a Kárpát-medencében. Multidiszciplináris vizsgálatok, 2016. pp. 273- 287.
- [14] Saáry, R. (2016): A stakeholder kapcsolatok jellemzőinek vizsgálata kis- és középvállalati környezetben In: Csiszárík-Kocsir Ágnes (szerk.) Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VI.: tanulmánykötet. Budapest: Óbudai Egyetem, 2016. pp. 283-296.
- [15] Social Innovation Generation (2015): What is Social Innovation? <http://www.sigeneration.ca/home/resources/primer/> Letöltés: 2015. 07. 24.
- [16] Steurer, R. – Langer, M. E. – Konrad, A. – Martinuzzi, A. (2005): Corporations, “Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business – Society Relations. Journal of Business Ethics, (Springer), 61.
- [17] Szegedi, K. (2014): Possibilities of Corporate Social Responsibility In: Berényi L. (Ed.): Management Challenges in the 21st Century. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.
- [18] Szegedi, K. (2017): Possibilities of Corporate Social Responsibility In: Berényi L. (Ed.): Management Challenges in the 21st Century. LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.
- [19] Szegedi, K. (2017): Üzlet és társadalom. Infografika. <https://magic.piktochart.com/output/21032175-szegedi-k-2017-uzlet-es-tarsadalom-infografika> Letöltés: 2017. 03. 16.

- [20] The Young Foundation (2012): Social Innovation Overview: A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.
- [21] United Nations Global Compact (2015): Global Compact - International Yearbook. Macondo Publishing.
- [22] Unido (2014): What is CSR? <http://www.unido.org/en/what-we-do/trade/csr/what-is-csr.html>. Letöltés: 2014. 06. 07.
- [23] Varga, J. – Csiszárík-Kocsir, Á. – Medve, A. (2017): Leading at a higher level: Blake and Mouton's leadership grid in Hungary. The Macrotheme Review 6:(1) pp. 11-26. (2017)
- [24] World Business Council for Sustainable Development (2000): Meeting changing expectations. CorporateSocialresponsibility. ISBN No. 2-94-0240-03-5.
<http://www.wbcsd.org/pages/edocument/edocumentdetails.aspx?id=82&no-searchcontextkey=true> Letöltés: 2015. 07. 31.