

A KOMMUNIKÁCIÓ, A TUDÁSÁTADÁS ÉS A TÁMOGATÁS SZEREPE A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK SIKERÉBEN

ROLE OF COMMUNICATION, KNOWLEDGE TRANSFER AND SUPPORT IN THE SUCCESS OF SOCIAL ENTERPRISES

Kunsági Andrea

PhD, főiskolai docens, Wekerle Sándor Üzleti Főiskola
kunsagi.andrea@t-online.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Az alulról jövő kezdeményezések, társadalmi vállalkozások küldetése valamilyen társadalmi ügy szolgálata, jobbá tétele, akár a profitábilis vállalkozói szempontok háttérbe szorításával is a nonprofit cél megvalósítása. A fenntarthatóság azonban megköveteli az anyagi támogatottságot vagy a tevékenységekből fakadó profitabilitást, ami a vállalkozást önfenntartóvá, a megszerzett javakat a működőképesség érdekében visszaforgathatóvá teszi. Az alulról jövő kezdeményezések gyakran szép cél érdekében, de nem feltétlenül minden szükséges tudás, ismeret birtokában születnek. A tanácsadók, közvetítők, *coach*ok hivatottak annak a tudásbázisnak az átadására, személyre szabására, közkinccsé tételére, amelynek az újralfedezése sokkal több erőforrást emésztene fel a társadalmi vállalkozásoktól, míg egymástól, a jó példákban és egymás megismerhető hibáiból tanulva eredményesebben, sikeresebben és összehangoltabban tudnak működni céljaik és a társadalom érdekében. Ezek a vállalkozások ugyanakkor hű tükrei tudnak lenni a társadalmi érettségnek és egyúttal motorjai is a társadalmi érésnek, fejlődésnek. Ezért is fontos a megfelelő kommunikáció megtanulása és biztosítása a szervezetek között és a társadalom szélesebb rétegei felé.

A civil szervezetekben, az önkormányzatokban és a nonprofit szektor vállalkozói szervezeteiben egyaránt megjelenik az igény a CSR (Corporate Social Responsibility, vállalati társadalmi felelősség) menedzsmentre, a tudásátadásra, a vezetői támogatásra. Ezekben a szervezetekben még inkább jellemző, hogy a vezetői szemlélet meghatározza a szervezet működését, mindennapjait, lehetőségeit és korlátait. A pénzügyi mutatókkal kevésbé mérhető tevékenységek esetén nehezebb a prioritásokat egyértelműen kezelni. A vezetői attitűd meghatározó segítőjévé vagy gátjává tud válni a szervezetnek.

Mekkora jelentőségű a példa, a társadalmi vállalkozások mekkora szerepet játszhatnak a jövőnk alakításában?

Néhány példa segítségével szeretném bemutatni a segítő szervezetek működésének segítőit, hogy példákkal a társadalmi vállalkozások fenntarthatóságához és az alulról jövő kezdeményezések létrehozásához is lendületet, lelkesedést adjunk.

ABSTRACT

The mission of grassroots initiatives, social enterprises is to serve or improve some sort of social affairs, realizations of non-profit purposes – even underplaying the entrepreneurial profitability aspects as well. The sustainability, however, requires the financial support or the profitability deriving from the activities, making the enterprises self-sustaining, making the acquired assets rewrapped for operational purposes. The grassroots initiatives often come into being for attractive purposes, but not necessarily have all of the knowledge and information needed. This knowledge base is meant to be transferred, personified and made public property by devoted consultants, mediators and coaches, which being re-discovered from scratch would crave for much more resources of the social enterprises, however learning from good examples, from each other and from each other's recognizable mistakes they could function more efficiently, more successfully and more coordinated for the sake of their purposes and the society. Yet these enterprises can properly mirror societal maturity, and in addition, can be a driving force for societal maturation and development. That is why it is also important to learn and ensure proper communication between the organizations and towards the broader layers of society. Civilian organizations, local governments and entrepreneurial organizations of the non-profit sector are in need for CSR management, knowledge transfer and managerial support. It is even more characteristic for such organizations that the managerial view determines ordinary operations, workdays, opportunities and barriers. In case of activities, being less measurable by financial indicators, it is a more difficult task to unambiguously handle priorities. Managerial attitude may be either a determining helper or a decisive obstacle for the organization. How relevant is the precedent? How important is the role of societal enterprises have in framing of our future? By presenting several examples I introduce the helpers of these assistant organizations to the readers through their giving impetus to the sustainability of social enterprises and the creation of grassroots initiatives with enthusiasm.

Kulcsszavak: társadalmi vállalkozás, civil szervezetek, fenntarthatóság, vezetői attitűd

Keywords: social enterprises, civilian organizations, sustainability, managerial attitude

BEVEZETŐ

A tanulmány a magyarországi társadalmi vállalkozásokat fenyegető veszélyek elkerülhetősége és a fenntarthatóság szempontjait is figyelembe vevő sikerességének főbb tényezőit kívánja bemutatni. Legfőbb célja, hogy megismertesse a lehetőségeket és az azokra szerveződő segítő szervezeteket, illetve általuk a társadalmi vállalkozások piacán nyújtott szolgáltatásokat, amelyek a társadalmi vállalkozások tudásbázisának, információátadási gyakorlatának fejlesztésével, a már megismert és gyakorlatban sikeresen alkalmazott szakmai és gazdálkodási tudás átadásával, valamint a társadalmi vállalkozásokkal együtt járó pszichés terhelés csökkentésével foglalkoznak.

A társadalmi vállalkozások olyan szervezetek, amelyek az üzleti alapon működő vállalkozásokhoz hasonlóan pénzügyileg önfenntartóak, azonban elsődleges céljuk nem a profitmaximalizálás, hanem egy általuk fontosnak tartott társadalmi cél megvalósítása. Az alulról jövő kezdeményezések, társadalmi vállalkozások küldetése valamilyen társadalmi ügy szolgálata, jobbá tétele, akár a profitábilis vállalkozói szempontok háttérbe szorításával is a nonprofit cél megvalósítása érdekében. A fenntarthatóság azonban megköveteli az anyagi támogatottságot vagy a tevékenységekből fakadó profitabilitást, ami a vállalkozást önfenntartóvá, a megszerzett javakat pedig a működőképesség érdekében visszaforgathatóvá teszi számukra.

NEMES CÉLOK – SIKERES MEGVALÓSÍTÁS

A Fruit of Care, a Down Alapítvány és az Egyenlő Esélyekért Alapítvány és a Maacraft szociális műhely példája

A Fruit of Care fogyatékkal élők és hátrányos helyzetűek foglalkoztatásával különféle ajándéktárgyakat, illatszereket állít elő. Termékeit magánszemélyeknek és vállalkozásoknak egyaránt értékesíti. A társadalmi cél itt a fogyatékkal élők és a hátrányos helyzetűek társadalmi integrációjának segítése, mely cél elérését a termékek eladásából szerzett önálló jövedelmük is segíti (URL 1). Számos hasonló példa van Magyarországon működő társadalmi vállalkozásokra: a Szivárvány Lakóotthon és Kertészet Budapesten, a Down Alapítvány több kerületben is működtet hasonló foglalkoztatókat, akárcsak az Egyenlő Esélyekért Alapítvány, amely több szakterületen foglalkoztat fogyatékkal élőket, és lakhatást is biztosít nekik Csömörön. A Miskolci Autista Alapítvány, a Maacraft szociális műhelyben kézműves alkotók bevonásával támogatja és fejleszti alkotó munkavégzésre a foglalkoztatottjait. A sikeres modell elterjesztésére franchise hálózatban gondolkodnak.

A Salva Vita Alapítvány

A Salva Vita Alapítvány közvetítő szervezetként az önálló életvitel és a munkavállalás terén kezdte el fogyatékosokat segítő tevékenységét. Miután világossá vált, hogy az iskola nem készíti fel őket a munkavégzésre, programjaikat az iskoláknak és a munkáltatóknak egyaránt kínálják, nemzetközi ismereteket alkalmaznak, például az USA-ban tanulták a Támogatott Foglalkoztatás szolgáltatást, majd magyar viszonyokra adaptálták. Kezdetben értelmi sérülteknek szolgáltattak, később kiterjesztették tevékenységüket más fogyatékos csoportokra, autistákra és megváltozott munkaképessűekre is.

ALULRÓL JÖVŐ KEZDEMÉNYEZÉSEK A TÁRSADALMI ÉRETTSÉG TÜKRÉBEN – SZÜKSÉGLETEK, VÁGYAK, NORMÁK ÉS AZ EGYENSÚLY KÉRDÉSE

Az alulról jövő kezdeményezések gyakran szép cél érdekében, de nem feltétlenül minden szükséges tudás, ismeret birtokában születnek. Gyakran mecénások, az érintettek hozzátartozói látják meg a szükségben a lehetőséget. A feladatokhoz szakértő munkatársakra, gazdasági, gazdálkodási ismeretekre, információra és teherbírásra van szükség. A tanácsadók, közvetítők, coachok hivatottak annak a tudásbázisnak az átadására, személyre szabására, közkinccsé tételére, amelynek az újrafelfedezése sokkal több erőforrást emésztene fel a társadalmi vállalkozásoktól, míg egymástól, a jó példákban és egymás megismerhető hibáiból tanulva eredményesebben, sikeresebben és összehangoltabban tudnak működni céljaik és a társadalom érdekében. Ezek a vállalkozások ugyanakkor hű tükrök tudnak lenni a *társadalmi érettségnek*, és egyúttal motorjai is a társadalmi érésnek, fejlődésnek. Ezért is fontos a megfelelő kommunikáció megtanulása és biztosítása a szervezetek között és a társadalom szélesebb rétegei felé.

A civil szervezetekben, az önkormányzatokban és a nonprofit szektor vállalkozói szervezeteiben egyaránt megjelenik az igény a CSR (Corporate Social Responsibility, vállalati társadalmi felelősség) menedzsmentre, a tudásátadásra, a vezetői támogatásra. Ezekben a szervezetekben még inkább jellemző, hogy a vezetői szemlélet határozza meg a szervezet működését, mindennapjait, lehetőségeit és korlátait. A pénzügyi mutatókkal kevésbé mérhető tevékenységek esetén nehezebb a prioritásokat egyértelműen kezelni. A *vezetői attitűd* meghatározó segítőjévé vagy gátjává tud válni a szervezetnek.

A társadalmi vállalkozás valamilyen *társadalmi ügyet képvisel, társadalmi küldetése van*. Tükrözi tehát a társadalmat, amelynek szükségleteire, vágyaira koncentrálva, normáihoz vagy éppen abnormáihoz igazodva az egyensúlyt igyekszik segíteni. Problémákat old meg, és kevésbé célja a profit, mint a vállalkozásoknak általában. Ha nem is feltétlenül nonprofit jellegű, a profit is a társadalmi célokat szolgálja.

A társadalom érettsége koronként és régióként változó. Sigmund Freud idejében a túl szigorú, normatív társadalom tüneteként tekintett neurózis és a hisztéria indította hódító útjára a pszichoanalízist. Ma már társadalmi jelenségek vizsgálatára is alkalmazható elméleti keretként az analitikus orientáció kínálkozik. A pszichológiai iskolák fejlődése és elágazása Freud óta rendkívül sokoldalú és egymást is inspiráló fogalmakat, nézőpontokat generált. A kiindulópontként kezelt freudi ösztön-én, én és felettes én koncepcióból a ma olyannyira divatos tranzakcióanalízis gyermeki én, felnőtt én és szülői én fogalmaiban megjelennek a társadalmi szerepek, a kommunikáció, annak több síkon zajló üzenete, a kódolás és a dekódolás sajátosságai és az elméleti modell egyensúly lehetőségét teremtő eszköztára.

Hogyan nyilvánul meg ma Magyarországon a társadalmi norma, hogyan hat a családi, iskolai és társadalmi szocializáció?

Hogyan nyilvánulnak meg társadalmi szinten a vágyak, szükségletek? Van-e egyéni út? Vannak-e generációs jellemzők? Van-e trend, tendencia?

Hogyan válhatnak a társadalmi vállalkozások, alulról jövő kezdeményezések a társadalmi érés eszközévé, katalizátorává?

Hogyan kezelhető a társadalom éretlensége? Hogyan kezelhetők a tünetek?

SEGÍTŐK SEGÍTŐI

Mekkora jelentőségű a példa, a társadalmi vállalkozások mekkora szerepet játszhatnak a jövőnk alakításában?

Néhány példa segítségével szeretném bemutatni a segítő szervezetek működésének segítőit, hogy példáikkal a társadalmi vállalkozások fenntarthatóságához és az alulról jövő kezdeményezések létrehozásához is lendületet, lelkesedést adjunk.

A *coaching* tevékenységnek mindenhol létjogosultsága van, ahol emberi döntéseken múlnak üzleti folyamatok, szakmai munka, emberi tevékenységek. A társadalmi vállalkozások jó része szociális vagy egészségügyi területen tevékenykedik. Ezek esetében különösen, de minden emberekkel foglalkozó segítő szakmában szakmai és emberi korlátot jelent a segítőik teherbírása, kapacitása. A kiégés veszélye jobban fenyeget a humán szférában általában, de a nonprofit szektorban is, mint a pénzügyi alapon jól értékelhető profitorientált vállalkozói szektorban. A kiégés elkerülhető vezetői döntésekkel, tréningekkel, szakmai rotációval, szabadsággal és minden monotóniát, túlerhelődést megszakító, de ritmust, hasznosságot adó beavatkozással, tanáccsal.

A legfőbb fenntarthatósági probléma a társadalmi vállalkozások esetén a nonprofit szektor gazdasági fenntarthatósága. Elegendő támogatóra, megfelelő gazdálkodási ismeretre és részben profitot termelő tevékenységekre is szükség van ahhoz, hogy a nonprofit cél megvalósulhasson.

NESST, a társadalmi vállalkozások katalizátora

A NESST olyan fenntartható társadalmi vállalkozásokat fejleszt, melyek kritikus társadalmi problémákat oldanak meg feltörekvő piacgazdaságú országokban (URL 2). A NESST Europe Nonprofit Kft. támogatási rendszere 1997 óta működik, és az ötlet megszületésekor pénzügyi befektetéssel támogatja a vállalkozás elindítását, ezt követően többirányú szakmai támogatást nyújt az üzleti és vállalkozói készségek fejlesztéséhez, majd a folyamat végén a kapcsolati tőkéhez való hozzájárulást segíti (1. ábra).



1. ábra. A NESsT támogatási rendszerének három pillére (URL 2)

Seed Kisvállalkozás Fejlesztési Alapítvány

A Seed Kisvállalkozás Fejlesztési Alapítvány az esélyteremtés, a fenntarthatóság és a versenyképesség hármásának szem előtt tartásával pályázatokat, tréningeket, üzleti segítséget szolgáltat. Rugalmas vállalkozási projektjük keretében a rugalmas foglalkoztatás elterjesztésére, munkakörök átalakítására vállalkoznak. Dobbantó projektjük vállalkozónők pénzügyi képzését és felkészítését végzi, az üzleti terven túl az önálló vállalkozói létre való átállásra tanítanak. Klubokkal segítik az aktív kapcsolattartást, és a jó példák átadását. Korábban Gyere vissza programjukkal segítették a kisgyermekük gondozásából munkába álló szülők visszatérését. WIN programjukkal vállalkozónők kompetenciafejlesztésére vállalkoztak. Nanny programjukkal a nők vállalkozóvá válását kívánták elősegíteni a Női Vállalkozók Magyarországi Hálózatát létrehozva, akárcsak a Mentor-Net programmal, ahol vállalkozónők mentorálását vállalták. Demetrae programjukkal a mezőgazdasági pályaválasztás és képzés módszertanát a nemek közötti különbségekre alapozva dolgozták ki. Felnőttképzési intézmények tapasztalatcserejére és nemzetközi együttműködésére jött létre a Successful Women for the Successful Europe programjuk. Tematikus programjaik között ma is aktuálisak: a Vállalkozói Inkubátor Program, a Vállalkozói Mentor Program és a Vállalkozónői Kompetenciafejlesztő Program. Küldetésük „a fenntarthatóság és esélyegyenlőség előmozdítása az etikus, tudatos és hatékony vállalkozói magatartás népszerűsítésén és fejlesztésén keresztül” (URL 3).

Budapesti Vállalkozásfejlesztési Közalapítvány

A közalapítványt a Főváros Közgyűlése hozta létre a budapesti mikro-, kis- és középvállalkozások fejlesztése céljából Budapest gazdaságának élénkítése érdekében. Kisösszegű pénzügyi szolgáltatásokat nyújt mikrovállalkozásoknak, és nem pénzügyi, üzletfejlesztési szolgáltatásokat kis- és középvállalkozásoknak is. Legfőbb célcsoportja a női és a fiatal vállalkozók köre (URL 4).

PiacTárs projekt

A projekt célja a társadalmi célú vállalkozások dinamizálása és stabilizálása – piacképes termékek és szolgáltatások előállításának ösztönzése révén, fenntartható üzleti modell alapján – tartós foglalkoztatási lehetőségek létrehozására. Ezt az OFA – Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. és az IFKA – Iparfejlesztési Közhasznú Nonprofit Kft. által alkotott konzorcium 2016 óta működteti. E cél érdekében az OFA Nonprofit Kft. térítésmentes szakmai szolgáltatásokat biztosít (tanácsadások, szakterületi tanácsadások, mentorálás, tudásbővítő rendezvények, hálózatosodást támogató rendezvények, társadalmi vállalkozási sztenderdek kialakítása és bevezetése, projektlátogatások, piaci jelenlétet erősítő *online* szolgáltatások stb.), melyek a társadalmi vállalkozások versenyképes, fenntartható piaci működését segítik (URL 5).

Impact Accelerator

Az Impact Accelerator-t a Civil Support Nonprofit Kft. hozta létre annak érdekében, hogy a sikeres társadalmi vállalkozások által jobb helyé válják Magyarországon. A pozitív társadalmi hatás és a pénzügyileg sikeres vállalkozás összeegyeztettségét képviselve, ennek eléréséhez folyamatos fejlesztést ajánl.

A hat–kilenc hónapos fejlesztési program során a társadalmi vállalkozások az Impact Accelerator szakértőivel és a potenciális befektetőkkel együtt dolgoznak azért, hogy a folyamat végén befektető bevonásával új szintre emelhessék szervezetük társadalmi hatását és anyagi lehetőségeit (URL 6).

A PÁLYÁZATOK SZEREPE

Az állam és a nemzetközi szervezetek értékrendjüknek megfelelően forrásokat biztosítanak olyan társadalmi vállalkozások fenntarthatóságának támogatásához, amelyek társadalmi célt, értéket képviselnek, társadalmi feladatot vállalnak át az államtól. A társadalmi vállalkozások fenntarthatóságának egyik fontos eleme a pályázati források és lehetőségek kihasználása.

A pályázatok alapvető forrásai a társadalmi vállalkozásoknak. Néhány példa az interneten fellelhető pályázati lehetőségek közül:

- Társadalmi Vállalkozások Mentorálása,
- Hozzáadott Helyi Érték Díj pályázat 2016,
- GINOP-5.1.3-16 pályázati felhívás (URL 7).

ÖSSZEFOGLALÁS

A társadalom érettségével arányosan fokozódik az érzékenység a hátrányos helyzetű csoportok, fogyatékkal élők nehézségei iránt. Ezek megoldása érdekében megjelenik a segítőkészség, a társadalmi cél, a jó ügy szolgálatának igénye. A jó szándék azonban kevés, az alulról jövő kezdeményezések segítséget, támogató, informáló, tudást átadó és anyagi forrásokat biztosító környezetet igényelnek, hogy társadalmi céljukat fenntartható módon, hosszú távon teljesíteni tudják. Ehhez gazdálkodási, vezetési, szervezési és pszichológiai tudásra is szükségük van, aminek megszerzésével, tevékenységükön keresztül a társadalom egészének fejlesztik a képességeit, és növelik a lehetőségeit a fenntartható, értéket teremtő és egymás értékeit megbecsülő együttélésre és a folyamatos fejlődésre. E szereplők szerepére hívta fel a figyelmet példákon keresztül ez a tanulmány.

IRODALOM

- Braun R. (2015): *Vállalati társadalmi felelősségvállalás: a vállalatok politikája*. Budapest: Akadémiai Kiadó
- Csabai I. – Lénárt Sz. (2008): *Atipikus foglalkoztatás*. Budapest: Magyar Szakszervezetek Országos Szövetsége
- Gonda T. – Huszti Zs. – Slezák-Bartos Zs. et al. (2014): Corporate Social Responsibility – A Good Investment or Money Down the Drain? *Acta Szekszardiensium*, 43–58. <http://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/13861/ActaSzekszardiensium-2014-tom16.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Horváth A. – Tóth L. (2014): *Társadalmi vállalkozások mentorálásának kézikönyve: szociális szövetkezeti mentoroknak*. Budapest: Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. http://www.szocialisgazdasag.hu/uploads/ofa_mentori_kk_0527.pdf
- Lányi A. (2007): *A fenntartható társadalom*. Budapest: L'Harmattan Kiadó
- Weer, W. J. M. van (2012): A közhasznúság fogalma és tartalma nemzetközi összehasonlításban. *Civil Szemle*, 9, 2, 69–82. http://www.civilszemle.hu/downloads/cikkek/2012/31szam_2012_2_Wino%20J.%20M.%20van%20Veen_069-081.pdf

URL 1: <http://recity.hu/maskent-vallalkozni-tarsadalmi-vallalkozasok-magyarorszagon/>

URL 2: <http://www.nesst.org/magyarorszag/>

URL 3: www.seed.hu

URL 4: <http://bvk.hu/rolunk/>

URL 5: www.ofa.hu/hu/piactars

URL 6: www.impactaccelerator.hu

URL 7: <https://www.palyazat.gov.hu/ginop-513-16-trsadalmi-cl-vllalkozsok-sztnzse>