

Nők a társadalmi vállalkozások célcsoportjaként és nők a társadalmi vállalkozások vezetésében

Szerző: Dr. Primecz Henriett / Budapesti Corvinus Egyetem

A legtöbb társadalomban a nők és férfiak közel azonos számban élnek, ugyanakkor a nőket gyakorta jobban sújtja a szegénység, kevesebb vagyonnal rendelkeznek (The World's Women, 2015). Bár számos országban, így Magyarországon is (KSH, 2018), a nemek szerinti megoszlás enyhe „nőtöbblet”-et mutat a felsőoktatásban, a nők jövedelme mégis átlagosan 14%-kal elmarad a férfiakétól (Eurostat, 2016), és vezetői pozícióba kisebb eséllyel jutnak (Primecz, 2015).

A társadalmi vállalkozás olyan szervezeti megoldás, amely kombinálja a vállalkozói szellemet és a társadalmi célt (Defourny and Nyssens, 2013). Első megközelítésben csak pozitívumai vannak: olyan vállalkozás, ami nem öncélúan a profitért dolgozik és dolgoztatja az alkalmazottait, hanem ennél magasabb rendű célokat tűz ki, jellemzően hátrányt szenvedő társadalmi csoportokat támogat a tevékenységével. Bizonyos társadalmi problémák megoldásában előnyösebb lehet az állami megoldásokhoz képest (vagy azokat kiegészítve), hiszen az utóbbi gyakran nem hatékony, lassúak és vitathatók a megoldásai. Ugyanez vállalkozói szemléletben lehet hatékonyabb és innovatívabb. Nem véletlen ugyanakkor, hogy kritikusai is akadnak a társadalmi vállalkozás koncepciónak és gyakorlatnak: bizonyos, mélyen a társadalmi struktúrákba vésődött problémák (elnyomások, igazságtalanságok) esetében az állam megoldását nem helyettesítheti (Driver, 2017).

A társadalmi vállalkozásoktól jellemzően kisebb léptékű és lokális megoldásokat lehet várni (Sud et al., 2009). Ráadásul a projekt alapú támogatási rendszer is könnyen torzíthatja az eredetileg transzformatív céllal létrejött vállalkozásokat, hiszen a cél és ezáltal a tevékenység módosulása (támogatás-függővé válása) reális kockázat ilyen esetben (Giacomantonio, 2017). Sőt, azt is megfigyelték, hogy azok a társadalmi vállalkozók lesznek a legsikeresebbek, akik „jól beszélik a támogatók nyelvét”, és úgy tudják keretezni a tevékenységüket a pályázatban vagy adománykérés során, amit a támogatók értékelnek. Előfordulhat, hogy még a támogatásra érdemes cél



is elveszik, mert a vállalkozó nem tudja úgy „lefordítani” a tervezett tevékenységet, hogy sikert érjen el (Steiner and Teasdale, 2016).

A társadalmi vállalkozók között több a nő, mint a férfi (Nicolás et al., 2018). Lortie, et al. (2016) azt is állítják, hogy a nők elhivatottabbak a társadalmi célokért. Sok nő úgy tekint magára, hogy számára fontos a segítségnyújtás, társadalmi célokkal szívesen azonosul, és hajlandó elesett emberekért tevékenykedni, dolgozni. Nem véletlen, hogy az elérhető adatok szerint (Kiss, 2018) Magyarországon is a társadalmi vállalkozók jó része nő. Közülük néhányan olyan céllal hozták létre a vállalkozásukat, hogy egyes nőket támogassanak.

Illusztrációként egy közelmúltban zajlott kutatás néhány esetét használok, amelyek során a diverzitást és befogadást vizsgáltuk a hazai társadalmi vállalkozások gyakorlatában. A mintába négy társadalmi vállalkozás került be, a fő társadalmi céljuk, hogy a nők egyik csoportját támogassák.

Az ismertetésre kerülő első vállalkozás egy kistélepülés hagyományos kulturális javainak terjesztésével foglalkozik úgy, hogy megszervezi az adott településen élő idős nők munkáját, valamint hogy piacra juttatja az általuk elkészített termékeket. Társadalmi

hatásként az érintett idős nők csoportja többletjövedelemhez jut, valamint a létrehozott közösségi térben az idős asszonyok találkozhatnak, programokon vehetnek részt, és így élénk közösségi élet alakult ki köztük. A fő eredmény az összetartóbb közösség, a sok esetben egyedül élő özvegy nők számára, az izoláció megszüntetése érdekében. A fontosság érzete fogalmazódott meg a legfontosabb eredményként.

A társadalmi vállalkozás társadalmi haszna egyértelmű. Itt merül fel az a kérdés, hogy miként lehetne nagyobb arányban segíteni, hiszen egyértelműen látszik, ami a szakirodalomból ismert, hogy egy ilyen vállalkozás hatása szükségszerűen lokális és kicsi (Sud et al, 2009). Elvárható-e, hogy minden településen induljon egy hasonló társadalmi vállalkozás, ami segít a helyi tudás megőrzésében és a társadalom többi szereplőjéhez eljuttatásában? Rábízhatjuk-e ezt az innovatív társadalmi vállalkozókra? Mellettük más szereplőknek is helye lenne a megoldásban?

A második vállalkozás egy budapesti kávézó, amit úgy alakítottak ki, hogy vannak a babák számára biztonságos terek, emellett baba-barát és szoptató kismama-barát meleg

étel, amely egyébként a fenntarthatósági alapelveknek is megfelel, továbbá felnőtt kávézói igényeknek megfelelő kínálat. A kávézó nemcsak helyet ad, hanem programokat is kínál. Társadalmi szempontból hasznos az, hogy van módja az izoláltan gyermekével egyedül otthon levő – főleg – nőknek a kimozdulásra, ahol más felnőttekkel beszélhetnek, kávézhatnak, és a gyermeküket is biztonságban tudják. A vállalkozás minőségi kulturális programokat nyújt, és emellett ingyenes coaching és CV-írási lehetőség is van elsősorban a munkaerőpiacra való visszatérés megsegítése érdekében.

A társadalmi haszon nyilvánvaló, mivel napjaink társadalmában az anyák könnyen izolálva érezhetik magukat kisgyermekükkel, és ez mentális egészségükre kihat. Ugyanakkor az a kérdés is fölmerül, hogy egy budapesti kávézó megoldja-e a kismamák hátrányos helyzetét? Miképpen lehetne elérni, hogy akik számára földrajzilag elérhetetlen egy ilyen hely, pedig ugyanezzel a problémával küzdenek, szintén kapjanak segítséget? S olyan is van, akinek az egyébként tudatosan alacsonyan tartott árak ellenére sincs anyagi lehetősége egy kávézó meglátogatására.

A harmadik vállalkozás olyan szülőket támogat, akik egyedül nevelik a gyermeküket. Bár expliciten ez nincs kimondva, de mivel Magyarországon az a tendencia, hogy zömében az anyák kapják meg a gyermek felett a felügyeleti jogot válás után, és bár vannak más okból egyedül maradt szülők, a többség mégis nő. A legnagyobb szegénységi kockázat egy gyerek esetében, ha egy szülő neveli, és ezzel együtt a legfontosabb probléma az egyszülősök között az elmagányosodás. A központ a sok hasznos egyéb tevékenység mellett, erre ad megoldást: közösséget teremt, lehetőséget arra, hogy más hasonló élethelyzetben levő felnőttekkel megvitassa a problémáit.

A társadalmi haszon világos, és mivel hazánkban 300 ezer ilyen család van, társadalmilag a probléma jelentősnek számít. A kérdés megint az, hogy lehet-e annyi ilyen egyszülős központot társadalmi vállalkozási keretek között nyitni, hogy mindenki számára elérhető legyen a szolgáltatás? Megoldja-e egy ilyen egyszülős központ ezt a problémát, miközben a legtöbb gyermektámogatási rendszer a két-szülős modellt feltételezi?

Végül a negyedik társadalmi vállalkozás egy egyedi oktatási programot dolgozott ki, amely alkalmas arra, hogy olyan kismamák indítsanak vállalkozást, akik nem szeretnék visszatérni a korábbi munkahelyükre. A vállalkozás egyik

alapítója a szakmai tartalmat adta, a másik a vállalkozói ismereteket.

Ez a vállalkozás áll a legközelebb a szokásos gazdasági vállalkozáshoz, és a társadalmi hasznosságát lényegében a célcsoportja adja. A két alapító is úgy kezdte, hogy éppen GYES-en voltak, és egyikük hobbijából fejlődött ki a vállalkozás. A tartalomért felelős tag kiemelkedő intellektuális kapacitást igénylő munkát végzett korábban, ahova nem akart visszatérni. Bár a társadalmi vállalkozói munkában szakmai tudásának csak töredékét használja, segíti a nők vállalkozóvá válását és a jelen élethelyzetéhez ez a munka sokkal jobban illeszthető, mint egy intenzív karrier. Társadalmi szinten kevésbé tűnik optimálisnak, hogy kisgyerekes nőként fel kell adnia azt a szakmai karriert, amiben egyébként jól teljesít, csak azért, mert a munkahelyének elvárásai és a gyermekről gondoskodás gyakorlati szinten az ő esetében kizárják egymást.

A vizsgált példákban látható, hogy a társadalmi vállalkozások sokféleképpen támogathatják a nőket, társadalmi helyzetük javulása érdekében, de az is egyértelmű, hogy bármennyire innovatívok a társadalmi vállalkozások a nagy társadalmi struktúrákat, amik nem kedveznek például a nőknek, önmagukban nem tudják lebontani, a hatásuk lokális és kicsi. A társadalmi vállalkozások mellett más szereplőkre is szükség van: az állam szociális intézkedéseire, a civil szervezetekre, az egyéni kezdeményezésekre, az oktatásra, a kutatásra. Ezen a palettán a társadalmi vállalkozásoknak fontos szerepe van, de nem várható tőlük minden.

Irodalomjegyzék

- Defourny, J. and Nyssens, M. [2013], **Fundamentals for an international typology of social enterprise models**, *Voluntas*, Vol. 28, No. 6, pp. 2469–2497. DOI: 10.1007/s11266-017-9884-7.
- Driver, M. [2017], **Never social and entrepreneurial enough? Exploring the identity work of social entrepreneurs from a psychoanalytic perspective**, *Organization*, Vol. 24, No. 6, pp. 715–736. DOI: 10.1177/1350508416665474.
- Eurostat [2016]: **Gender Pay Gap Statistics**, Letöltve: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Gender_pay_gap_statistics, Letöltve: 2020. január 24.
- Giacomantonio, C. [2017], **Grant-Maximizing but not Money-Making: A Simple Decision-Tree Analysis for Social Impact Bonds**, *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 8, No.1, pp. 47–66, DOI: 10.1080/19420676.2016.1271348

Kiss, J. [2018]. **A társadalmi vállalkozások megjelenése, intézményesülése és kapcsolódása a nonprofit szektorhoz Magyarországon** [Doktori disszertáció]. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest.

KSH [2016]. **Mikrocenzus. 4. Iskolázottsági adatok**. [Micro census. 4. Data about qualification]. Budapest: KSH [Központi Statisztikai Hivatal – Central Statistical Bureau].

Lortie, J., Castrogiovanni, G. J. & Cox, K. C. [2017]. **Gender, social salience, and social performance: how women pursue and perform in social ventures**. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1–2), 155–173. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255433>

Nicolás, C., Rubio, A & Fernández-Laviada, A. [2018]. **Cognitive Determinants of Social Entrepreneurship: Variations According to the Degree of Economic Development**. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(2), 154–168. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1452280>

Primecz, H. [2015]: **HR rendszerek nők és férfiak szolgálatában. Néhány gondolat a társadalmi nem és a HR kapcsolatáról**. *Munkaügyi Szemle*, 6. sz., 7–12.

Steiner, A. and Teasdale, S. [2016], **The playground of the rich? Growing social business in the 21st century**, *Social Enterprise Journal*, Vol. 12, No. 2, pp. 201–216. DOI 10.1108/SEJ-12-2015-0036.

Sud, M., Van Sandt, C.V. and Baugous, A.M. [2009], **Social entrepreneurship. The role of institutions**, *Journal of Business Ethics*, Vol. 85, pp. 201–216. DOI 10.1007/s10551-008-9939-1.

The World's Women [2015]: **Trends and Statistics**, United Nations. New York. Letöltve: <https://unstats.un.org/unsd/gender/worlds-women.html>. Letöltés ideje: 2020. január 24.

Köszönetnyilvánítás:

A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, *Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban* című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg. Köszönöm Pataki Györgynek, hogy a kutatásba bevont, szakmailag támogatta a diverzitás csapatot a kutatáson belül, és a cikkek megszületését, többek között ezt a cikket is, továbbá Kiss Juliannának és Taarniczky Andréának a közös kutatást.