

# MIT ÉRDEMES TUDNI...



AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADO MÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A „GYAKORLAT ÉS KUTATÁS” PROGRAM TÁMOGATÓJA  
A CHARLES STEWART MOTT FOUNDATION

**A PROGRAM TANÁCSADÓ TESTÜLETE**

BENKŐ ÁGOTA  
CSIZMÁR GÁBOR  
CZIKE KLÁRA  
FARKAS ISTVÁN  
GAZDAG GYÖRGY  
KÜRTI SÁNDOR  
NÁDASDY ANDREA  
SEBESTÉNY ISTVÁN  
SÍK LÁSZLÓ  
SZÁVAI TAMÁS

**A PROGRAM VEZETŐI**

HARSÁNYI LÁSZLÓ  
KUTI ÉVA  
TÖRÖK MARIANNA

MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?



NONPROFIT KUTATÓCSOPORT  
BUDAPEST, 2003

## SZERZŐK

Baranyi Éva  
Bartal Anna Mária  
Csegény Péter  
Czike Klára  
Liling Tamás  
Péterfi Ferenc  
Török Marianna

## SZAKMAI LEKTOROK

Jagasics Béla  
Kuti Éva  
Nemoda István  
Párdi Zsófia  
Sebestény István

## NYELVI LEKTOROK

Orosz Éva  
Soltész Judit

## KARIKATÚRÁK

Marabu  
Szmodis Imre

Ezen a helyen mondunk köszönetet mindazoknak, akik észrevételeikkel, tanácsaikkal segítettek a füzet összeállításában, és részt vettek az azt előkészítő vitákban: Andrassy Lászlóné, Angyal Szabolcs, Ballai Éva, Bayer Ilona, Benkő Ágota, Bényei Andrásné, Bíró Péter, Bódi György, Buda Annamária, Forgó Györgyné, Hábcenczius Judit, Hargitai Henrik, Horvát János, Jónás István, Kirschner Péter, Korom Pál, Kovácsné Tóth Edit, Kovácsné Varga Zsuzsa, Kristóf Imre, Krizsó Szilvia, Majdik Zoltán, Mérő Éva, Nagy Bálint, Nagy Mária, Nógrádi Gábor, Péterné Göndics Olga, Poór Tünde, Rézmovics Ádám, Szabó Gyula, Tánczos Zsuzsa, Torda Júlia, F. Tóth András, Urvári Sándor, Varsányi Gyula, Victor András, Vidos Tibor, Weyer Balázs.

# TARTALOM

<b>A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA</b>	7
<b>BEVEZETÉS</b>	10
<b>KIK ADNAK, HA ADNAK?</b>	11
Magánszemélyek mint adományozók	12
Hazai nonprofit szervezetek mint adományozók	13
Külföldiek mint adományozók	13
Vállalatok mint adományozók	14
Pozitív példák	14
<b>MIÉRT AD, AKI AD?</b>	
A lakossági indítékai	16
A vállalatok motivációja	17
A nonprofit szervezetek adományozási megfontolásai	19
A külföldi adományozók indítékai	20
<b>MIT ADUNK A PÉNZEN KÍVÜL?</b>	
A lakosság természetbeni adományai	21
A hazai és külföldi nonprofit szervezetek tárgyi adományai	21
A vállalatok természetbeni segítségnyújtása	21
<b>HOGYAN ADUNK?</b>	
Partnerkereső	23
Az elkötelezettség	23
A menedzsment nehézségei	24
Hasznos kapcsolatok	25
Adományozást ösztönző kedvezmények	26
<b>KINEK ADUNK? A NONPROFIT SEKTOR A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN</b>	
Fogalomhasználat	28
Ritka botrányok, sűrű előítéletek	29

A politikai és gazdasági surranópálya sztereotípiája	30
Az államfüggő nonprofit szektor tévképzete	31
Mire jó és mennyit ér az önkéntes munka?	32
Félreértések a közhasznúság, a közhasznú státus és a közhasznú társaság körül	33
Említhető-e a sajtóban egy nonprofit esemény támogatója?	34
<b>A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA</b>	
Információs források	36
Hogyan olvassunk kutatásokat?	37
<b>FELHASZNÁLT IRODALOM</b>	
<b>NONPROFIT KISSZÓTÁR – ALAPFOGALMAK ÉS ALAPADATOK</b>	
	42



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

A nonprofit kutatás a kilencvenes években a szektor fejlődésével párhuzamosan bontakozott ki. Eredményei – legalábbis részben – beépültek a különböző szakmai, kormányzati és politikai dokumentumokba, előterjesztésekbe, ajánlásokba, törvénykoncepciókba, megjelentek a sajtóban és a nonprofit szervezetek hírleveleiben, az ernyőszervezetek és érdekképviseletek vitaanyagaiban. Gyakorlati felhasználásuk azonban korántsem teljes körű, mi több, számos fontos tudományos megállapítás egyáltalán nem jut el a potenciális felhasználókhoz. A kutatási programok nem mindig illeszkednek a civil szervezetek, valamint a nonprofit szektorral kapcsolatban álló adományozók, médiszakemberek, állami döntéshozók igényeihez. Ezeket az igényeket a kutatók nem feltétlenül ismerik, és nem mindig tudják kielégíteni.





MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

Ahhoz, hogy a kutatók és a gyakorlati szakemberek megtanulják egymás nyelvét, partneri viszonyt alakítsanak ki, és kiépüljenek az együttműködés mechanizmusai, mindkét félnek sok fontos lépést kell megtennie. Ezek egyikének szántuk a Nonprofit Kutatócsoport Egyesület „Gyakorlat és kutatás” programját, amelyet a Charles Stewart Mott Alapítvány támogatásával 2001. májusában indítottunk el. A program legfontosabb céljai a következők voltak:

- a nonprofit kutatások alapján megfogalmazható, gyakorlati szempontból is fontos tanulságok levonása;
- a tudományos elemzések iránti kielégítetlen szükségletek feltárása, a felhasználók szempontjait előtérbe helyező kutatási irányok felvázolása;
- a gyakorlati szakemberek és a kutatók közötti kommunikáció és együttműködés javítása;
- a kutatási eredmények „felhasználó-barát” közzététele, mindennapos alkalmazásuk megkönnyítése.

E célokat egész sor különböző módszer és eszköz alkalmazásával próbáltuk elérni. Interjút készítettünk olyan szakemberekkel, akiknek szerepkörükönél fogva szükségük lehet a nonprofit kutatásokból származó ismeretekre. A tőlük hallott véleményeket, elképzeléseket és az általuk megfogalmazott igényeket is szem előtt tartva a szektor néhány vezető kutatója és meghatározó gyakorlati szakembere rövid tanulmányokban foglalta össze a gyakorlati szempontból relevánsnak látszó kutatási eredményeket. Végül elkészült négy részletbe menő áttekintés azokról az információkról, amelyek az adományozók, a nonprofit vezetők, illetve a civil szférával kapcsolatban álló kormányzati szakemberek és újságírók munkáját segíthetik.

Párhuzamosan összeállítottuk a rendszerváltás óta a nonprofit szektorról magyar nyelven megjelent könyvek és folyóiratcikkek bibliográfiáját. A hozzáférhető anyagokat fizikai valójukban is összegyűjtöttük, ezek a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Könyvtárában az érdeklődők rendelkezésére állnak. Elkészült a program honlapja ([www.nonprofitkutatás.hu](http://www.nonprofitkutatás.hu)) is. Ezen a fentiekben felsorolt anyagok mindegyike megtalálható, sőt, teljes egészében letölthető róla számos olyan korábbi kiadvány (például a nemzetközi összehasonlító ku-



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A SZERKESZTŐ ELŐSZAVA

tatások 1990-es és 1995-ös eredményeit ismertető két könyv, a nyugati szakirodalom meghatározó tanulmányait tartalmazó kötet, az utóbbi 10 év folyamatait elemző statisztikai összefoglaló) is, amely nyomtatott formában egyáltalán nem érhető el. Szintén kint van a honlapon a bibliográfia, ebben tárgyszó, címek és szerzők szerint egyaránt lehet keresni. A „Fórum” rovat arra is lehetőséget kínál, hogy az érdeklődők felvegyék a kapcsolatot a kutatókkal, véleményt és információkat cseréljenek.

Munkánk utolsó, egyben „legkézzelfoghatóbb” eredménye ez a füzet, amely a kormányzati szakemberek és politikusok számára próbálja röviden (a honlapon elérhető tanulmányoknál sokkal rövidebben és vázlatosabban) összefoglalni a nonprofit kutatással összefüggő ismereteket. Arra természetesen nem vállalkozhat, hogy minden fontos tudományos megállapítást felsoroljon. Törekszik viszont a célközönség szempontjából legnagyobb érdeklődésre számot tartó és a leginkább vitatott, legtöbb tévhit és bizonytalanság övezte kérdések kutatási adatokon alapuló megválaszolására. Útmutatást ad a továbblépéshez azok számára, akik a részletesebb információk megszerzése érdekében mélyebben is meg kívánnak ismerkedni a nonprofit kutatásokkal. A füzet végén található kishoztár nemcsak a nonprofit szektor szervezeteinek és jelenségeinek leírására használt fogalmak rövid meghatározását, hanem az adott jelenség méreteinek jellemzésére alkalmas elemi statisztikai adatokat is tartalmazza.

Őszintén reméljük, hogy a rendelkezésre álló – nemzetközi összehasonlításban is kivételesen gazdag – kutatási anyagból sikerült olyan információkat összegyűjtenünk és a gyakorlat nyelvére lefordítanunk, amelyek nemcsak a napi tapasztalatok tágabb összefüggésekben való elhelyezését és a többi nonprofit szereplő magatartásának megértését segítik, hanem a hétköznapi munkában is hasznosak lesznek.

*Harsányi László*



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

**BEVEZETÉS**

Az adományozás, a jótékonyosság nem újkeletű dolog, hisz hazánkban már az önálló állam kialakulásának idejéből fennmaradtak olyan történetek, amelyekben a mai nonprofit szervezetek őseire, a rászorulókat intézményes megsegítésére, az adományozásra ismerhetünk. Az elmúlt évek társadalmi változásai során a jótékonyosság számos hagyományos formája újraéledt. Megjelentek ugyanakkor új szervezeti megoldások is. Az adományozási kultúra átalakulóban van, jövőjének alapjai napjainkban rajzolódnak ki. Negatív és pozitív adományozói példákkal egyaránt találkozhatunk. Léteznek mintaadó adományozók itthon és külföldön. Hisszük, hogy vannak potenciális követők is. Az ő megalapozott döntéseiket igyekszik ez a könyv elősegíteni, elsősorban háttér-információk, másodsorban praktikus ötletek, kapcsolódási lehetőségek bemutatásával.



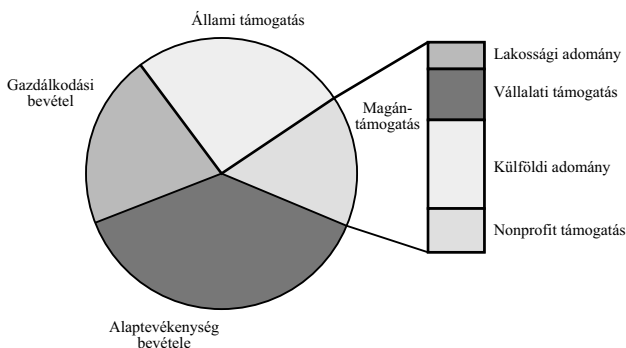
MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

KIK ADNAK, HA ADNAK?

Adományozóként sokkal lehetünk kíváncsiak arra, hogy mekkora a helyünk és szerepünk a támogatók között, kikből áll ez a kör, milyen nagy az általunk nyújtott támogatások szerepe. Sokan felteszik azt a kérdést is, hogy egy forrásszegény országban miből működnek a civil szervezetek, kik támogatják őket.

A válasz egyik eleme már a statisztikában is fellelhető. A magántámogatások a magyar nonprofit szektor 500 milliárd Ft-nyi összes bevételeinek körülbelül egyhatodát teszik ki. Arányuk – bármily meglepő is – jóval magasabb, mint Nyugat-Európában. (A fejlett országok közül az Egyesült Államokban és Izraelben a legnagyobb a magánadományok súlya, de ott sem éri el a 13 százalékot.)

A nonprofit szektor bevételeinek összetétele, 2000



*Forrás:* Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000

A magánszemélyek, vállalatok, hazai nonprofit adományozók (főleg alapítványok) és külföldi adományozók 2000-ben összesen 80 milliárd forinttal támogatták a civil szféra többé-kevésbé intézményesült, hivatalosan bejegyzett szervezeteit. A statisztikákból sajnos nem derül viszont ki az adományozók száma, az informális támogatásokról pedig egyáltalán nincsenek hiteles érdeklő adataink.



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

## KIK ADNAK, HA ADNAK?

A Heti Világgazdaság (2002. december 21., 161. oldal) információja szerint 2001-ben a hazai vállalkozásoknak csupán 7,8%-a (23 260 cég), az adófizető állampolgároknak pedig mindössze 2,3%-a (102 000 ember) élt az adományozásból származó adókedvezmény lehetőségével. Figyelembe kell azonban vennünk, hogy még mindig sokan elkerülik az intézményesített adakozási formákat. Egyszerűbbnek, biztonságosabbnak, szerényebbnek találják, ha bárminemű adminisztráció nélkül, „zsebből” adnak kisebb-nagyobb összegeket, adományokat a rászorulóknak. Számos történet kering arról, hogy vannak, akik akár milliókat is hajlandók így adni, annál is inkább, mert az adójogszabályok nem nyújtanak túl sok előnyt a hivatalos módon adakozóknak.

„Magánemberként adományozott félmillió forintot egy cégvezető egy jó nevű folyóirat számára 2001 őszén” – írja a Figyelő (2002. július 4-10., 41. oldal), majd a riportalányt idézi, aki megmagyarázza, hogy miért nem a vállalat nevében támogat: „A céges pénzmozgások nyomon követhetőek, nem kockáztatom, hogy kitudódjon, baloldali-liberális értékeket támogattunk.”

Ha nem az APEH adataiból indulunk ki, hanem mindenkit adományozónak tekintünk, aki szűkebb ismeretségén kívül eső személyeket, alapítványokat, egyesületeket, egyházakat, állami intézményeket természetbeni vagy pénzadományokkal támogat, akkor (egy 1994-ben végzett felmérés eredményeire alapozva) elmondható, hogy a felnőtt lakosság közel kétharmada valamilyen módon jótékonykodik. A különböző pénzadományok összege megfelel a teljes lakossági jövedelem 0,3 százalékának.

### *Magánszemélyek mint adományozók*

Ugyanebből a felmérésből az is kiderül, hogy a legjobb adományozók

- a konszolidált, „teljes”, kétgyermekes családban élő felnőttek,
- a középkorúak (30 és 60 év közöttiek),
- a nők,
- a magasabb iskolázottságúak,



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

KIK ADNAK, HA ADNAK?

- a magasabb presztízsű munkát végzők,
- a magasabb keresetűek,
- a nagyobb településen élők és
- a támogatásban részesített szervezeteket jól ismerők.

***Hazai nonprofit szervezetek mint adományozók***

A hazai nonprofit szervezetek adományozásáról nincs pontos képünk. A teljes nonprofit szektor bevételeihez csekély mértékben járulnak hozzá. A magyar alapítványok többsége egyetlen (rendszerint állami, önkormányzati) intézmény támogatására jött létre, nem azzal a céllal, hogy általános adományozást folytasson. Az állami pénzek továbbosztására létrehozott közalapítványok támogatásainak kedvezményezettjei egyaránt lehetnek nonprofit szervezetek, for-profit vállalkozások és közintézmények. Az „alapítvány” hagyományos fogalmának megfelelő, belföldi magántámogatásból működtetett pénzosztó szervezetek rendkívül ritkák, egy 2000-es felmérés alig harminc ilyen alapítványt tudott azonosítani.

***Külföldiek mint adományozók***

Néhány külföldi támogató hazánkban bejegyzett alapítványokon keresztül adományoz, többségük azonban az anyaországból végzi ezt a tevékenységet. A rendszerváltást követően a külföldi magántámogatók közt élen jártak az amerikai magánalapítványok (Soros/Open Society Fund, C.S. Mott Foundation, Ford Foundation), de néhány európai (például az Együttműködő Holland Alapítványok), illetve japán támogató (például a Sasakawa Peace Foundation) is jelentős forrásokkal segítette a magyar nonprofit szektort. Szerepük igen fontos volt, mert olyan ügyek nyertek így támogatást, amelyek az „új demokráciában” még nem találtak egyéb anyagi segítségre. Bár a régióból való kivonulásuk elkezdődött, és az általuk kiosztott támogatások egyre csökkennek, segítségük még ma is igen értékes, hiszen tevékenységükben több évtizedes adományozói tapasztalat tükröződik. E tapasztalatok alapján (és mert így látják megterülni „társadalmi befektetésüket”) kulcsfontosságú ügyeket támogatnak, s számos formában szolgálhatnak iránymutatással a hazai adományozók számára.



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

## KIK ADNAK, HA ADNAK?

### *Vállalatok mint adományozók*

A hazánkban működő vállalatok némelyike önálló alapítványt hozott létre, s támogatási tevékenységét azon keresztül bonyolítja le, többségük azonban közvetlenül adományoz. Az adományozók között vannak multinacionális cégek és magyar tulajdonú vállalatok is. Támogatói magatartásukról igen kevés hazai kutatási eredmény áll rendelkezésre, inkább csak a hétköznapi tapasztalatok alapján állapítható meg, hogy egyelőre kevés vállalatnak van átgondolt támogatási stratégiája. Nálunk is érvényesnek tűnnek a „Százalék Klubok”-kal kapcsolatos tapasztalatok az európai és az amerikai vállalati szerepvállalás közti különbségről. (A százalék klub kezdeményezés az USA-ból indult, ahol a klubtag cégek vállalják, hogy nyereségük egy vagy öt százalékát közösségi célokra fordítják.) A nemzetközi összehasonlítások azt mutatják, hogy Európában alig lehet olyan céget találni, amely a magasabb kategóriájú klubba tartozna. A szakértők ezt részben a vállalati kultúra és a társadalmi elvárások különbözőségével, részben azzal magyarázzák, hogy a magas adókat és társadalombiztosítási hozzájárulásokat fizető európai vállalatok az amerikaiaknál nagyobbban érzik az állami felelősséget a jóléti, szociális, egészségügyi ellátások biztosításában.

### *Pozitív példák*

A közhiedelemmel ellentétben szép számmal vannak hazai magánadományozók, köztük olyanok is, akiknek a tevékenysége mintaként szolgálhat mások számára. A Nonprofit Információs és Oktató Központ (NIOK) Alapítvány 1995 óta minden évben pozitív példaként kiemel egy adakozásban élen járó vállalatot és egy magánszemélyt, s eszmei értékű díjakkal jutalmazza őket.

A díjakra bárki javasolhat. A NIOK Alapítvány kuratóriuma évente körülbelül 100 jelölt közül választja ki a díjazottakat. A díjak átadásakor elmondott értékelés mindig az adakozás különböző aspektusait emeli ki: hol az adott pénz, tárgyi adomány, önkéntes munka jelentőségét, hol az elkötelezettséget, hol a jótékonyág innovatív voltát, hol a példamutatást, de mindenképp hangsúlyozva, hogy létezik hazánkban társadalmi felelősségvállalás, jótékonyág, nemes adományozás.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?  
KIK ADNAK, HA ADNAK?

*A NIOK Alapítvány eddigi díjazottjai, 1995–2002*

<i>Év</i>	<i>Az Év Vállalati Adományozója</i>	<i>Az Év Egyéni Adományozója</i>	<i>Az Év Civil Szervezete</i>	<i>Különdíjak</i>
1995	Inter-Európa Bank Rt.	Fischer Lenke, nyugdíjas	Drog Stop Budapest	Gayer Gyuláné, szociológus (Életműdíj)
1996	P + P Pékáru Kft.	Andor György Károly, ferences pap	Egri Alternatív Kulturális egyesület	
1997	Shell Hungary Rt.	Koczka Ferenc, karmester	Európa Jövője Egyesület	
1998	MATÁV Rt.	Darmstadter Sándor, nyugdíjas	Megosztott díj az Utcai Szociális Segítők Egyesülete, Tatabánya és az Óbuda-Békásmegyery Gyermekének Egészségéért Alapítvány között	
1999	ÁB-Aegon Általános Biztosító Rt.	Friderikusz Sándor, műsorvezető	Miskolci Speciális Felderítő és Mentőcsoportért Közalapítvány	Bartha Viki (A Jövő Adományozója Díj)
2000	Siemens Rt.	Lakatos Mihály, nyugdíjas	Nők a Balatonért Egyesület	
2001	Levi Strauss Magyarország	Dr. Frimpong Manso Sámuel, gyógyszerész	Magyar Hospice Alapítvány	
2002	Alcoa-Köfém Kft.	Dr. Tamás István, IBS főigazgató	Peter Cerny Alapítvány	

*Forrás:* [www.nonprofit.hu](http://www.nonprofit.hu)





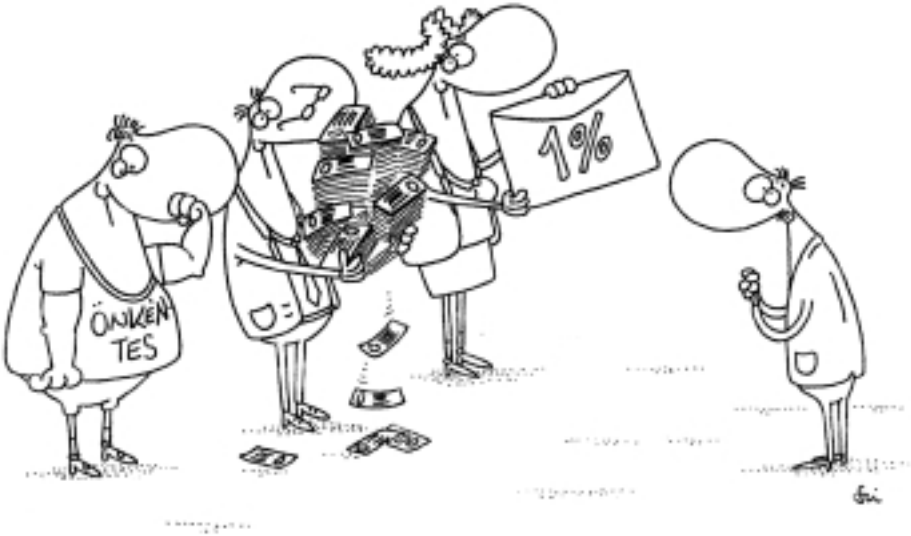
# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## MIÉRT AD, AKI AD?

A különböző magántámogatói csoportoknak más és más motivációi vannak az adakozásra.

### *A lakosság indítékai*

A kutatók kérdéseire válaszolva, az adományozás és az önkéntes munka, valamint az 1%-os felajánlások indítékai között a felnőtt lakosság elsősorban a jótékonyból fakadó jó érzést, a segítségnyújtás örömét nevezi meg.



Sokan nyilatkoznak még úgy, hogy konkrét cél elérését kívánják segíteni. Érdekes, hogy az adományozás megítélése azok körében is pozitív, akik maguk semmiféle támogatást nem nyújtanak. Ez azt sugallja, hogy a szolidaritás alapérték a magyar társadalomban. A megkérdezettek széles köre egyetért azzal, hogy a gyerekeken, öregeken, súlyos betegeken, természeti csapások áldozatain segíteni er-

# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## MIÉRT AD, AKI AD?

kölcsi kötelesség. A szegények és menekültek segítése valamivel kisebb, de még mindig erős pozitív értékelést kap. (A kutatás fontos megállapítása, hogy a megkérdezettek nem látnak ellentmondást a magánjótékonyosság szükségessége és a társadalmi problémák kezelésével kapcsolatos állami felelősség között.)

A pozitív üzenetek mellett meg kell hallani az adakozást elutasítóktól érkező üzenetet is. A legtöbben a pénzhiányra hivatkoznak ugyan, de sokan azért nem adnak (még 1%-ot sem, pedig az pénzbe nem, csak egy nyilatkozat kitöltésébe kerül), mert a potenciális kedvezményezetteket megbízhatatlannak tartják.

### *A vállalatok motivációja*

A vállalatok társadalmi részvételével kapcsolatban egymástól nagymértékben eltérő nézetek élnek egymás mellett. Az egyik véglet szerint a vállalat már pusztán működésével segíti a társadalom fejlődését, és ezen túl nem is kell többet tennie. A másik véglet pedig az, amikor egy vállalkozást csak azért működtetnek, hogy a megszerzett hasznot jótékony célra fordítsák.

A vállalatok társadalmi részvételének három fő indítéka lehet:

- a morális és társadalmi felelősség, amely elsősorban a rászorulóknak nyújtott segítségben ölt testet;
- annak a hosszú távú érdeknek a felismerése, hogy a vállalatnak előnyös, ha egészséges társadalomban működhet, tehát érdemes a közösségi programokat támogatnia;
- a jótékonyág olyan konkrét, közvetlen előnyeinek a tudatosodása, mint például a cég jóhírének, presztízsének növekedése, a munkamorál javulása, a forgalom és a nyereség emelkedése.

A vállalatnak mindenképp tisztában kell lennie azzal, hogy miért támogat, és mit kap cserébe. El kell döntenie, hogy vár-e viszonzást az adományért, illetve kapcsolódjon-e az adományozása üzleti célokhoz. A következő praktikus csoportosítás segíthet az ezzel kapcsolatos megfontolások rendszerezésében.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

MIÉRT AD, AKI AD?

*A vállalati adományok és az üzleti célok kapcsolata*

	<i>A cég nem kap viszonzást</i>	<i>A cég közvetett viszonzást kap</i>	<i>A cég közvetlen viszonzást kap</i>
<i>Kapcsolódó üzleti célok</i>	<i>Morális felelősségvállalás (az esetek többségében a vállalat székhelytelepülése iránt érzett felelősség, vagy gyakran a cég alapfilozófiájának része)</i>	<i>Felismert önérték (nem jellemző, hogy a vállalat társadalmi részvétele rövid távú közvetlen üzleti hasznot hozna, inkább közvetett, hosszú távú előnyökre lehet számítani)</i>	<i>Marketing, szponzorálás jellegű szerepvállalás (a vállalat számára közvetlen, rövid távú hasznot hozó szerepvállalás)</i>
<i>Nem kapcsolódó üzleti célok</i>	<i>Jótekonyság, filantrópia (az adakozásnak semmilyen kapcsolata sincs a cég érdekeivel, céljaival)</i>	<i>Vállalati beavatkozás (a vállalatok olyan ügyekben vesznek részt, amelyek a közjót szolgálják, de üzleti érdekeikhez egyáltalán nem kapcsolódnak)</i>	

*Forrás: Logan – Roy – Regelsbrugge, 1997*

Ahogy a társadalmi problémák összetettsége egyre szembeűnőbb, úgy egyre nyilvánvalóbbá válik az üzleti és a civil világ közös érdekeltsege is azok megoldásában. Az a felismerés, hogy az anyagiakon túl a cégek mi mindent (például tudást, befolyást, munkaidőt, másfajta készségeket, képességeket) nyújthatnak a társadalmi ügyek megoldásához, talán elvezethet a komolyabb szerepvállaláshoz. Az is tény, hogy a cégek számára egyre fontosabb a pozitív kép kialakítása, hisz az jelentősen hozzájárul a felelős gondolkodású fogyasztók megnyeréséhez, az értékes munkaerő megtartásához és a társadalmi támogatottság növeléséhez. Mindezek fényében a jól megtervezett és átgondolt támogatási programok a nonprofit szervezetek és a vállalatok számára egyaránt hasznosak lehetnek.



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## MIÉRT AD, AKI AD?

### *A nonprofit szervezetek adományozási megfontolásai*

A támogatásra szakosodott nonprofit szervezetek általában alapítványok. Tevékenységüket sokszor már az alapítói szándék meghatározza, mert az alapító okirat szigorúan körülhatárolhatja a támogatandó területeket, és előírhatja a követendő támogatási politikát.

Az alapító és az alapvető célok alapján az adományozó alapítványok következő típusait különböztethetjük meg:

*Cégalapítvány:* általában egy vállalat alapítványa, amely a cég nevét viseli, és az alapító által értékesnek tartott, közhasznú célokat támogatja, ezzel segíti az imázsépítést. Motivációja jelentősen függhet attól, hogy az alapító teljesen önállósította-e. (Teljesen önálló alapítvány például az amerikai Ford és a Carnegie Alapítvány, illetve Európában az Olivetti és a Laura Ashley Alapítvány. A „nem függetlenített” alapítványra példa a céghez szorosan kapcsolódó American Express Alapítvány, vagy hazánkban az Eger–Philip Morris Alapítvány.)

*Magánszemély/család alapítványa:* Jelentősebb vagyonnal rendelkező magánszemély vagy család alapítványa, az alapító által fontosnak tartott közhasznú célokat szolgálja. (Példa erre a budapesti Rubik, vagy a Mosoly Alapítvány, a fraknói Esterházy Magánalapítvány, vagy az amerikai – hazánkban is működő – családi magánalapítvány, a C. S. Mott Alapítvány.)

*Helyi alapítvány:* Egy adott város, térség civil fejlődését segíti. Alapítója általában önkormányzat, cég(ek), civil szervezet vagy egyén, gyakran ezek valamilyen kombinációja. (Példa erre hazánkban a United Way Tatabánya Alapítvány és a Szegedért Alapítvány, vagy Szlovákiában a Banska Bystrica-i Healthy City Községi Alapítvány.)

*Tematikus alapítvány:* Valamilyen konkrét probléma összefogást igénylő megoldására, meghatározott szükségletek kielégítésére jön létre. Általában több alapítója van, finanszírozása is több forrásból történik. (Példa erre a hazai Gyermekekért Alapítvány, vagy a Kézenfogva Alapítvány.)

A hazai adományozó alapítványok vezetőivel folytatott beszélgetésekből az derült ki, hogy támogatási tevékenységüket az egyértelmű jószándék, a társadalmi változás igénye és a segítségnyújtásból fakadó öröm vezérli. Az alapítványi for-



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## MIÉRT AD, AKI AD?

mát rendszerint azért használják, mert az intézményesíti az adakozást, és az alapítói szándék így jobban kifejezésre jut, mint ha mások által szervezett programokhoz kapcsolódna az adományozó. Ezzel együtt alapítványuk ismertségét nem tartják fontosnak, és nem ritka az sem, hogy az alapító a saját nevét nem is kéri az alapítványa nevében megjelentetni. Ez egészen más hozzáállás, mint a vezető amerikai trend. Ez utóbbit jól illusztrálja Lily Kanter Time-nak (2000. július 24.) adott nyilatkozata, amelyben megmagyarázza, hogy férjével együtt 2 millió dolláros tőkéjű alapítványt hoztak létre: „A nyolcvanas évek státusz-szimbóluma a BMW volt, a mostani ... pedig, hogy saját nevedet viselő alapítványod legyen.”

### *A külföldi adományozók indítékai*

Sokakat izgat az a kérdés, hogy miért adományoz egy magánalapítvány idegen országban. Mivel átfogó felmérés ezzel kapcsolatban nem áll rendelkezésünkre, a motivációkat keresve, a következő néhány példát lehet illusztrációként felhozni.

A külföldi adakozással kapcsolatban a CNN-alapító, ENSZ-nek adományozó Ted Turner – a Turner Alapítvány atyja – a Time kérdésére így reagált: „Nagyon nemzetközi az orientációm...Azt gondolom,...hogy mindannyian itt élünk ezen a kis Földön, és...az országhatárok csak vonalak egy papíron.” Ugyanebben a kérdéskörben Bill Gates ezt mondta: „...a malária a halálozások fő oka a trópusokon. Ott egy fillért sem lehet keresni. Azoknak az embereknek nincs biztosításuk. Ezért tartja prioritásnak a Gates Alapítvány, hogy a malária ...orvosságát megtalálja. Az Alapítvány közel 400 millió dollárt költ évente globális egészségügyi programjára...”

A nemzetközi feladatvállalásból azonban nem csak a „gazdag országok” veszik ki a részüket. A lengyel nonprofit szervezetek 1989 óta aktív nemzetközi szolidaritási tevékenységet folytatnak, s ezt azzal indokolják, hogy a nemzetközi kapcsolatok ápolása ma már nem a kormányok kizárólagos felelőssége. Az állampolgárok közösségeinek nemes célokért indított közös akciói nemcsak az adott probléma megoldását, hanem a nemzetközi együttműködés fejlődését is segítik.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

MIT ADUNK A PÉNZEN KÍVÜL?

*A lakosság természetbeni adományai*

Egy 1994-es felmérés szerint a felnőtt lakoságnak körülbelül egyharmada nyújt (kizárólag vagy pénzadományokkal kombinálva) természetbeni támogatásokat. A természetbeni adományok kétharmadát olyan tárgyak (ruha, cipő, élelmiszer, bútorok) alkotják, amelyeket az adományozók kétségkívül a szükséglet szenvedőknek szánnak. Viszonylag magas, mintegy 15 százalékos a könyvadományok aránya is. Ezek jelentős része a határainkon kívül élő magyarok tanulását, informálódását segíti.

*A hazai és külföldi nonprofit szervezetek tárgyi adományai*

A magánalapítványok elsősorban pénztámogatást nyújtanak ugyan, de az is előfordul, hogy tárgyi adományokkal (például kórházaknak vásárolt műszerekkel, az óvodai, iskolai munkához szükséges játékokkal, szemléltető eszközökkel, a könyvtárak számára beszerzett könyvekkel és elektronikus információhordozókkal stb.) segítik a támogatottak munkáját. Tipikus tevékenységnek számít a természetbeni adományok gyűjtése és továbbítása az olyan nemzetközi segélyszervezeteknél, mint a Vöröskereszt vagy a Máltai Szeretetszolgálat. Természeti csapások, váratlan katasztrófák idején számos más nonprofit szervezet is vállalkozik az ilyen típusú jótékonyági akciók megszervezésére. A tárgyi adományosztás egyik legismertebb hazai példája az Aranyág Alapítvány, amely televíziós műsorok keretében gyűjti a felajánlásokat, és eszközökkel, használati tárgyakkal segíti a rászoruló gyermekeket.

*A vállalatok természetbeni segítségnyújtása*

A vállalatok körében az átlagosnál érzékelhetően nagyobb a természetbeni adományok súlya. Ezen nincs is mit csodálkozni, hiszen az ilyen típusú segítségnyújtás számukra

- alacsony költséggel jár (a vállalatok gyakran a piacon már nehezen eladható, de még jól használható áruikat adják át a támogatottaknak);
- serkenti a kreativitást (a cég számára szükségtelen dolgoknak megfelelő funkciót találni találmányosságot igényel);
- erősíti a kapcsolatokat és az együttműködést a támogatott közösséggel;
- jó publicitást ad (különösen, ha kreatív);
- növelheti a dolgozók munkamorálját, a cégen belül közösségformáló erővel bírhat.



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## MIT ADUNK A PÉNZEN KÍVÜL?

A vállalatok által nyújtott természetbeni támogatások igen sok különböző formát ölthetnek. Egy cég adhat:

- Helyet, szolgáltatást (irodát, telefonvonalat, számítógép-használatot stb.). Példa erre a Révay Business Center, amely a jugoszláviai háború idején a menekültekkel foglalkozó International Rescue Committee magyarországi szervezetének ügy segített, hogy ingyenes irodahasználatot biztosított számukra.
- PR-megjelenést (kiadványokban, rendezvényeken való megjelenést, sajtószervezést stb.). Példa erre a MATÁV Rt. és a NIOK Alapítvány együttműködése, amelynek lényege, hogy az alapítvány 1%-os „Adjon egy részt a civileknek” kampányáról a MATÁV Hírmondóban – amely minden MATÁV-előfizetőhöz eljut – ingyenes hirdetés jelenik meg.
- Szakértelmet, tevékenységhez kapcsolódó szolgáltatást (könyvelőt, piackutatást, befektetési lehetőségeket, a cég tanfolyamain való részvételt stb.). Példa erre a Hospice Alapítvány együttműködése a McCann–Erickson Budapest reklámcéggel abból a célból, hogy a reklám adta lehetőségeket is felhasználva, a gyógyíthatatlanok iránti megértést, gondoskodást, támogatást elősegítsék.
- Termékeket (élelmiszert, számítógépet, papírt stb.). Példa erre a Coca Cola különböző rendezvényeknek nyújtott terméktámogatása.
- Az alkalmazottak önkéntes munkáját (munkaidő-kedvezményel vagy anélkül végzett önkéntes munkát, fizetett főállású munkaerő kölcsönzését stb.). Míg az USA-ban egy 454-es mintán végzett felmérés során a cégek 92 százaléka nyilatkozott úgy, hogy él ezzel a támogatási formával, addig hazánkban csak néhány cég működtet ilyen programot, például a Budapest Bank Rt. és az Alcoa–Köfém.

A nem pénzbeni adományokat különbözőképpen értékeli a hazai nonprofit szektor. Nagy örömet okoz a szervezeteknek, amikor igényeiket komolyan veszik és a segítséget a szükségleteikhez igazítják. Felháborodást kelt viszont, ha egy cégről kiderül, hogy a természetbeni adományozással olcsón akarja „letudni” a közösség iránti felelősségét, s így megalázó helyzetbe hozza a civil szervezetet. Az átgondolt, valódi segítségnyújtás hasznos lehet mind a civil szervezetek, mind az adományozók számára. Az elkötelezettséget fejezi ki, ha egy cég a pénzbeni és a nem pénzbeni adományozás kombinációját választja.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

## HOGYAN ADUNK?

„Olyan egyszerűnek tűnt, ... most meg megyünk utána, és látjuk, hogy egyáltalán nem az” – fogalmazta meg egy hazai magánadományozó egy beszélgetés során az alapítványa működtetéséhez való viszonyát.

Ha eredményeket akar elérni, az adományozónak éppolyan tudatosan fel kell építenie támogatási politikáját, mint bármilyen más tevékenységet. A stratégiának a célokra és a lehetőségekre kell épülnie, s ehhez kell a megfelelő menedzsmentet kialakítani.

### *Partnerkereső*

A legnagyobb kihívás talán a megfelelő partner kiválasztása. Sajnos nincs olyan hivatalosan elismert, bevált szűrőrendszer, amely minősítené a támogatásért folyamodókat. Ezért a potenciális adományozóra hárul, hogy megbizonyosodjon a kérelmező szervezet hitelességéről és tisztességéről. A hivatalos dokumentumokon túl (nyilvántartásba vételi igazolás, éves beszámoló, közhasznúsági jelentések, auditált pénzügyi jelentések, vezetőség tagjainak neve stb.) érdemes a személyes benyomásokra is adni, meglátogatni a pályázókat, megnézni a munkájukat, elbeszélgetni az ott dolgozókkal, a programok résztvevőivel, a korábbi támogatókkal.

A támogatottak kiválasztása történhet nyílt pályázatással vagy meghívásos alapon. A civil szervezeteket leginkább elérő médium a Pályázati Figyelő, a Sansz című lap és a [www.nonprofit.hu](http://www.nonprofit.hu). Sok adományozó kerüli ezeket a lehetőségeket, mert fél attól, hogy túl nagy várákozást kelthet a felhívása. Pedig a pályázatásnak nagy előnye, hogy jó áttekintést biztosít az adott területen dolgozó szervezetekről, és így nagyobb az esély a megfelelő partner kiválasztására.

Még a megfelelő körülményekkel végzett partnerválasztás esetén is szükséges írásbeli támogatói szerződést kötni, amely a támogatás felhasználási módján, időzítésén és a teljesítmény-követelményeken túl tartalmazza a monitorozás, az értékelés, a pénzügyi és tartalmi beszámolás módját és idejét is.

### *Az elkötelezettség*

A közösségi programok sikerének kulcsa – a jó partnerválasztáson túl – az adományozó részéről az elkötelezettségben rejlik. (Nagyobb szervezeteknél a vezető





# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## HOGYAN ADUNK?

mellett a cégen belüli, minél szélesebb körű támogatottság is fontos). Ennek hazai jó példája az ÁB-Aegon Általános Biztosító Rt., amely hosszú távra elkötelezett támogatási politikával és gyakorlattal rendelkezik: közel 10 éve előre meghatározott területeket támogat, hosszú távú támogatási irányokat vállal, és a szociális felelősségvállalás területén is igyekszik versenyre készíteni más nagyvállalatokat.

Az elkötelezettség folyamatos fenntartásában segíthet, ha a támogatási döntések nem egy személyhez kötődnek, hanem meghozatalukban valamilyen tanácsadó és/vagy döntéshozó bizottság is közreműködik. Az is hasznos lehet, ha nem csak az adományozó köreiből kerülnek ki a bizottsági tagok, hanem a közösség szélesebb rétegeiből. Ez azt is segítheti, hogy a támogatási programok ne váljanak statikussá, hanem dinamikusan reagáljanak a társadalmi kihívásokra. A tágabb közösségnek is jót tesz, ha információkat kap a környezetében futó programokról. Ez talán másokat is arra serkenthet, hogy hasonló programokat támogassanak, azokban részt vegyenek. (Kivételes esetekben érdemes csak élni az adományozói anonimitás lehetőségével, például olyankor, ha az ügynök vagy a támogatónak valamiért nem tenne jót a kapcsolatuk nyilvánosságra kerülése. Ugyanakkor számolni kell azzal, hogy a támogató eltitkolása gyanút is kelthet, s ennek a helyzetnek a kommunikációs kezelésére fel kell készülni.)

### *A menedzsment nehézségei*

A hazai adományozó alapítványok felmérése során húsz alapítvány közül négyen érezték úgy, hogy nincs olyan belső gondja szervezetüknek, amely akadályozná az adományozói tevékenység fenntarthatóságát és fejlődését. Néhányan motiválatlan kuratóriumi tagokat, pénzhíányt említettek, volt, aki az alapító hiúságában látta a fejlődés akadályát. Több, céghez kapcsolódó alapítvány munkatársa jelezte, tart attól, hogy az alapító rövid távú gondolkodása és önös érdekei akadályozhatják az alapítvány fejlődését, sőt fenntarthatóságát is. A stabilitás miatt sokaknak fontos lenne, hogy rendelkezzenek jelentősebb pénzalappal, és annak kamataiból működhessen a szervezet. Többen úgy nyilatkoztak, hogy nincsenek felkészülve a szervezet működtetésével járó feladatokra, elsősorban az adománygyűjtésre, az adminisztrációra, illetve annak költségeire. (Alig volt, akinek valaha



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## HOGYAN ADUNK?

is problémája lett volna a támogatott szervezettel, a program végrehajtásával, minőségével.)

A hazai adományoztató magánalapítványok különösen kevés munkatárssal dolgoznak, de a támogatási programokra jutó alkalmazottakat tekintve a vállalatok körében sem sokkal jobb a helyzet. Az esetek többségében a marketing-, a PR-, vagy a humánerőforrás-vezetőknek jut ráadás feladatként, hogy a közösségi programokkal is kezdjenek valamit. Nem csoda, hogy túlterheltek, s így gyakran átgondolatlan programok finanszírozását javasolják, vagy ismeretségi alapon osztanak pénzt (esetleg annak örülnek, ha semmilyen jótékonyági munkát nem végez a cég). Kevés olyan vállalat van hazánkban, amely a terület fontosságát felismerve, külön erre a feladatra alkalmazna a témához értő munkatársakat. (Élen jár ebben néhány multinacionális cég, mint a MATÁV Rt., a Philip Morris, a Budapest Bank Rt.)

### *Hasznos kapcsolatok*

Az adományozással foglalkozó munkaerő hiánya miatt is logikus lenne, hogy az adományozók külső szakértőket alkalmazzanak, vagy olyan külső alapítványokkal szerződjenek, amelyeknek az adományok továbbosztása a feladatuk. Ezek a „közbeékeltek” szervezetek a legtöbb esetben biztosítani tudják, hogy a hozzájuk eljuttatott adományok olyan tevékenységre és földrajzi területre kerüljenek elosztásra, amelyet az adományozó fontosnak tart. Ráadásul jól ismerik a nonprofit szektort, többéves kiválasztó és értékelő tapasztalattal bírnak, s a papírmunkát is leveszik az adományozó válláról. (Külföldi népszerűségükhöz mérten hazánkban mégis kevéssé ismertek, és így kevesebb megbízást is kapnak.) A legnépszerűbb továbbosztó alapítványok a következők:

- United Way Erőforrás Alapítvány és partnerszervezetei (a United Way nemzetközi hálózat tagjaként híd szerepet tölt be az adományozók és a rászorulóknak között),
- Ma-Holnap Alapítvány (országos hatókörű szervezet, szociális fókusszal),
- AmCham Foundation (a budapesti Amerikai Kereskedelmi Kamara alapítványa),



# MIT ÉRDEMES TUDNI

AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## HOGYAN ADUNK?

– Szegedért Alapítvány (amely egy adott földrajzi közösség érdekében a környezetében gyűjt pénzt, és a közösség vezető személyiségei döntenek a pénz felhasználásról, így a közösségi alapítvány modell hazai mintája is egyben). A támogatások terén egyelőre sem a cégek, sem az alapítványok között nem jellemző az együttműködés, sőt, az érintettek egymás munkáját is alig ismerik.

### *Adományozást ösztönző kedvezmények*

Ilyen kedvezményekre a támogatók akkor jogosultak, ha hivatalosan bejegyzett, közhasznú státussal is rendelkező nonprofit szervezeteket támogatnak. Más szabályok érvényesek a magánszemélyekre és mások a vállalati adományozókra.



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## HOGYAN ADUNK?

Azok a magánszemélyek, akik kiemelkedően közhasznú szervezetet támogatnak, az adományozott összeg 35%-át, de legfeljebb adójuk 30%-át vonhatják le a befizetendő személyi jövedelemadóból. A közhasznú szervezetek esetében a két arány alacsonyabb, 30%, illetve 15%.

A gazdálkodó szervezetek a társasági adójuk alapját csökkenthetik a kiemelkedően közhasznú szervezeteknek biztosított adományok értékének 150, a közhasznú szervezeteknek nyújtott adományok összegének 100%-ával, legfeljebb az adózás előtti eredmény 20%-ának mértékéig.

A közhasznú szervezetekről szóló törvény a gazdálkodó szervezetek esetében a nem pénzbeli támogatást is elismeri adókedvezményre jogosító adományként. Így a vagyoni értékkel rendelkező forgalomképes tárgy, szellemi alkotás és vagyoni értékű jog átadása, illetve szolgáltatás biztosítása esetén is járnak e kedvezmények.

1999. január 1-jétől a közhasznú szervezetek és támogatóik négy évre szóló tartós adományozásra vonatkozó szerződést köthetnek. Amennyiben az így biztosított támogatás a törvényi előírásoknak megfelel, a gazdálkodó szervezetek további 20%-ot írhatnak le adóalapjukból, a magánszemélyek pedig további 5%-ot igényelhetnek vissza adójukból (az összes adóalapon, illetve adón belül meghatározott plafon változatlan).

Minden adókedvezmény érvényesítésének alapja a támogatott civil szervezet által kiadott igazolás. Ezen dokumentumnak a támogató adatain kívül tartalmaznia kell a közhasznú szervezet nevét, székhelyét, adószámát, közhasznúsági nyilvántartásba vételi számát, a támogatott célt és a támogatás összegét. Ezen igazolások másodpéldányait adódokumentumként kell megőrizni.

Összefoglalva: az adományozáshoz kötődő adókedvezmények csak akkor vehetők igénybe, ha a kedvezményezettek a nonprofit szektorból, azon belül is a közhasznú vagy kiemelkedően közhasznú minősítéssel bíró szervezetek köréből kerülnek ki. Ez a tény önmagában is elegendő ok lenne arra, hogy a kutatási eredményekre alapozva jobban megismerjük ezt a szektort, megtanuljunk eligazodni a legfontosabb szereplői között.



## KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

### *Fogalomhasználat*

Azon társadalmi és gazdasági szervezeteket, amelyek nem államiak, nem profitorientáltak, és amelyeket bizonyos fokú intézményesültség, önkéntesség és a közjó szolgálata jellemez, *nonprofit szervezeteknek*, összességüket *nonprofit szektornak* nevezzük. A magyarországi fogalomhasználatban ma ez a legelterjedtebb elnevezés. Ugyanakkor a köznyelvben gyakran találkozhatunk egy leszűkített értelmezéssel is. A hétköznapi szóhasználatban a *nonprofit szervezet* megnevezés esetenként arra szolgál, hogy a professzionális, fizetett alkalmazottakkal dolgozó, többé-kevésbé intézményesült szervezeteket a civil társadalom spontán szerveződéseitől megkülönböztesse.

*Civil szervezet* alatt néha a civil társadalom képviselőiben fellépő, máskor csak az önkéntes alapon, általában fizetett munkaerő nélkül működő szervezeteket értik, de a *civil szféra* elnevezés a nonprofit szektor szinonimájaként is használatos. Gyakran felmerülő kérdés, hogy milyen kapcsolat van a civil társadalom és a nonprofit szektor között, mennyiben tekinthető civilnek a szektor, illetve egy-egy nonprofit szervezet. A *civil társadalom* fogalma egyrészt tágabb, másrészt szűkebb, mint a nonprofit szektoré. Tágabb, mert nemcsak a hivatalosan bejegyzett nonprofit szervezetek tartoznak bele, hanem az állampolgárok nem intézményesült önkéntes szerveződései is (például informális közösségek, társadalmi mozgalmak, szomszédsági együttműködések stb). Ugyanakkor szűkebb is, mert nem foglalja magában azokat a nonprofit szervezeteket (közalapítványokat, köztestületeket, közhasznú társaságokat), amelyek nem civil kezdeményezésre jöttek létre.

Lényegében a nonprofit fogalom szinonimájának tekinthetők az olyan elnevezések, mint a harmadik szektor, az önkéntes szervezetek és a nem kormányzati szervezetek (NGO = non-governmental organization), mivel ezekben ugyanazon jelenség értelmezésének árnyalati különbségei tükröződnek. A *harmadik szektor* megnevezés az állami és a piaci szektortól való megkülönböztetést szolgálja, azt hangsúlyozza, hogy a nonprofit szervezetek önálló szektort alkotnak. *Önkéntes szervezetekről* rendszerint akkor beszélünk, ha a tagok és támogatók által végzett önkéntes munka fontosságára kívánunk rávilágítani. Az NGO elnevezés azoknak a nemzetközi szervezeteknek (például ENSZ, Világbank) a dokumentumaiból ke-

# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

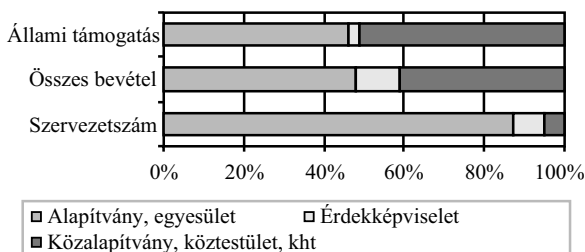
riült át a hazai szóhasználatba, amelyek – bár elsődleges partnereik továbbra is a nemzeti kormányok maradtak – a társadalom más képviselői felé is nyitni kívántak, s így számukra az új partnerszervezetek nem kormányzati jellege különös jelentőséggel bírt.

A kutatási anyagok gyakorlott olvasói számára már a fogalomhasználat is elárulja, hogy az egyes tanulmányok milyen megközelítésből vizsgálják a szektor jelenségeit. Például a harmadik szektor, nonprofit szervezetek elnevezést általában a statisztikai, közgazdaságtani, szociológiai, a nem kormányzati szervezetek, civil társadalom elnevezést pedig főképp a politológiai irodalomban használják.

### *Ritka botrányok, sűrű előítéletek*

A nonprofit szektor, s főként az alapítványok kapcsán gyakori előítélet, hogy ezek a szervezetek a gazdasági visszaélések és a pénzmosás színterei. Akik ezt az előítéletet osztják, valószínűleg igen keveset tudnak a mintegy 47 ezer szervezetet számláló magyar nonprofit szektor tényleges összetételéről és jövedelmi viszonyairól.

*A nonprofit szektor szerkezete, 2000*



*Forrás:* Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000

A szektor két domináns szervezeti formája az egyesület és az alapítvány, ezek teszik ki az összes nonprofit szervezet 87 százalékát. Ugyanakkor az összes bevételnek és az állami támogatásoknak egyaránt kevesebb mint fele jut el hozzájuk.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR  
A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Körükben igen magas (több mint 50 százalékos) azoknak a kisméretű, helyi szervezeteknek az aránya, amelyek működésüket főleg a hozzájuk kötődő tagok és támogatók befizetéseire és önkéntes munkájára alapozzák.

Az alapítványok és egyesületek több mint felének az éves bevétele 50 ezer Ft alatt marad. Ugyanakkor a valóban nagy összegekkel gazdálkodó, 500 millió Ft feletti bevételű szervezeteknek több mint kétharmada az államközeli nonprofit szervezetek (közalapítványok, köztestületek, közhasznú társaságok) kicsiny csoportjába tartozik. Ez a csoport az állami és önkormányzati támogatások legnagyobb felhasználója, s a pénzügyi problémák, botrányok, döntéshozatali visszásságok legnagyobb része ebben a körben jelentkezik.

*A politikai és gazdasági surranópálya sztereotípiája*

Meglehetősen elterjedt és nehezen csökkenthető az az előítélet, mely szerint a civil szféra tipikus résztvevői, szereplői olyan emberek, akik a politikában és a komolyabb üzleti tevékenységekben nem tudnak sikeresek lenni. Politikai ambícióikat ezért mintegy „vigaszágon”, civil szervezetek létrehozásával igyekeznek érvényesíteni, a nonprofit szervezetekben szerzett pozícióik révén próbálnak bekerülni a döntéshozatalba, befolyásra szert tenni az elosztás szférájában.

Bár előfordulnak kivételes példák, amelyek e sztereotípiákat igazolják, aki alaposabban megismeri és megérti a nonprofit szektor szerkezetét és működését, az könnyen átláthatja ezeknek az előítéleteknek a hamisságát. Az utóbbi évtizedben számos társadalmi-gazdasági probléma éppen a civil kezdeményezések nyomán vált kezelhetővé, számos fontos cél kizárólag a nonprofit szervezetek közreműködésével valósulhatott meg. Az itt dolgozó emberek többsége az ügy iránti szimpátiája, elkötelezettsége miatt vállalt szerepet a szektorban.

Máig is nagyon sok kisebb-nagyobb alapítvány erőfeszítései járulnak hozzá a közintézmények (iskolák, kórházak, múzeumok, könyvtárak stb.) talpon maradáshoz és fejlődéséhez. Számatalan innovatív civil kezdeményezés szolgálja az oktatás, a szociális ellátás és az egészségügy korszerűsítését és fontos társadalmi problémák (környezetszennyezés, hajléktalanság, munkanélküliség, alkoholizmus, drogfogyasztás stb.) enyhítését. Még az alapvetően rétegigényeket kielégítő tevé-



# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

kenységekről (avantgárd művészeti produkciók, hagyományörzés, sport és rekreációs szolgáltatások stb.) is elmondhatjuk, hogy közvetve fontos közösségi funkciókat (a kultúra fejlesztése, a nemzeti és kisebbségi identitások erősítése, az egészség



megőrzése stb.) töltenek be. Ugyanez érvényes az elsősorban saját tagjaikat szolgáló jog- és érdekvédelmi, önszervező és klubjellegű szervezetekre is, amelyek többsége felbecsülhetetlen társadalmi integrációs és indikátor szerepet játszik.

### *Az államfüggetlen nonprofit szektor tévképzete*

Kétségtelen, hogy a kormányzati szervezetek a kilencvenes években egymás után hozták létre a nagy állami alapítványokat, amelyeknek a kulturális élet, az ifjúságvédelem, a vállalkozásfejlesztés, a munkahelyteremtés, a szociális ellátás stb. területére szánt állami támogatások pályázati úton történő elosztásának feladatát szánták.

Országos jelentőségű tudományos, kulturális és szociális intézményeket alakítottak át előbb alapítvánnyá, majd közalapítvánnyá, köztestületté, közhasznú társasággá. A helyi önkormányzatok szintén követték a központi kormány példáját.



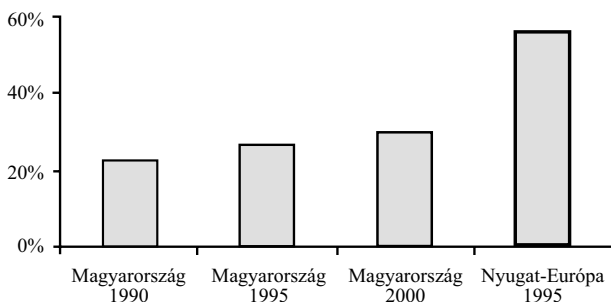
MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR  
A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Mindez sokakban azt a benyomást keltette, hogy a magyar nonprofit szektor az „állami köldökzsinóron függ”, a kezdeményezések és a szektorba áramló pénzek egyaránt igen nagy részben a kormányzati oldalról jönnek. Ezt a hiedelmet az adatok egyértelműen cáfolják.

A kormányzat, az önkormányzatok és a költségvetési intézmények a nonprofit szervezetek alig egytizedének alapításában vettek részt, s körülbelül kétötödének nyújtanak kisebb-nagyobb támogatást. A szektor állami támogatottsága, bár lassú növekedést mutat, még mindig messze elmarad a nyugat-európaiktól.

Az állami támogatások százalékos aránya a nonprofit szektor összes bevételeihez viszonyítva



Forrás: Salamon és szerzőtársai, 1999; Kuti, 1996; Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000.

Ezek az adatok egyértelműen azt mutatják, hogy az állami pénzek nonprofit szektorba való átcsoportosítása fontos volt ugyan, de nem játszott meghatározó szerepet a szektor fejlődésében.

**Mire jó és mennyit ér az önkéntes munka?**

Az önkéntes munkára máig is árnyékot vet a hajdani társadalmi munka emléke, ami akadályozza, hogy a civil szféra működésének ezt a kulcsfontosságú összetevőjét valódi értékén vegyük figyelembe. Pedig az önkéntesen vállalt, ellenszolgáltatás nélkül végzett munka egyszerre kínálja az aktív társadalmi részvétel lehető-



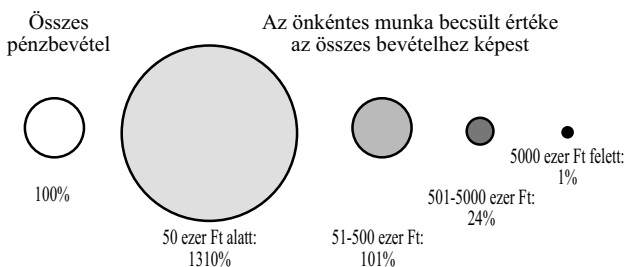
# MIT ÉRDEMES TUDNI AZ ADOMÁNYOZÓKNAK A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

ségét, fejleszti a kezdeményező- és cselekvőkészséget, s ugyanakkor a szó anyagi értelmében is komoly értéket termel. A közösségi munkavégzés során többnyire erősödik a résztvevőkben a felelősségvállalás, az állampolgári elkötelezettség, a bizalom, a mások szempontjainak figyelembevétele, a kölcsönösség és a szolidaritás. Az önkéntes munka sok esetben mentális, lelki szükségleteket is kielégít.

A civil szervezeteket önkéntes munkával segítők száma 2000-ben meghaladta a 400 ezer főt. Az általuk teljesített közel 35 és fél millió munkaóra körülbelül 17 ezer főállású foglalkoztatott munkaidejének felelt meg. Munkájuk értéke a KSH becslései szerint megközelítette a 18 milliárd forintot.

Az önkéntes munka becsült értékének aránya a különböző nagyságú nonprofit szervezetek összes bevételéhez képest, 2000



*Forrás:* Nonprofit szervezetek Magyarországon, 2000

Különösen fontos a lakossági segítség a kisebb szervezetek számára. Értéke az 50 ezer Ft alatti bevételi kategóriában meghaladja a pénzbevétel 13-szorosát, s hajszányival még az 51 és 500 ezer Ft közötti összeggel gazdálkodó szervezetek esetében is nagyobb a tényleges bevételek összegénél.

*Félreértések a közhasznúság, a közhasznú státusz és a közhasznú társaság körül*

A félreértések és a szóhasználatban jelentkező zűrzavar oka két jogszabály, amely a köznyelvben már korábban is használatos „közhasznú” melléknévnek új, speci-

MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR  
A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

ális, még hozzá erősen leszűkített jelentést adott. Az egyik a Polgári Törvénykönyv, amely az 1994-től bevezetett új nonprofit szervezeti formák egyikeként definiálta a közhasznú társaságot; a másik a nonprofit törvény, amely 1998-tól lehetővé tette a nonprofit szervezetek számára a közhasznú és a kiemelkedően (nem kiemelten, ahogy tévesen említeni szokták) közhasznú státus megszerzését.

A közhasznú társaság olyan szolgáltató nonprofit szervezet, amely működési és szabályozási jellemzőit tekintve nagyon hasonlít a gazdasági társaságokra, de társadalmi közös szükségleteket elégít ki, és profitját nem oszthatja szét a tulajdonosok között. A közhasznú státusért – mint minden más nonprofit szervezet – akkor folyamodhat, ha eleget tesz a nonprofit törvény szabta feltételeknek. (Ezek a feltételek a tevékenységi körhöz, a szolgáltatások általános hozzáférhetőségéhez és a működés nyilvánosságához kapcsolódnak.)

Magyarán: nem minden közhasznú társaság számít hivatalosan is közhasznú szervezetnek, és megfordítva, közhasznú státusra korántsem csak a közhasznú társasági formában működő nonprofit szervezetek tehetnek szert. 2000-es adatok szerint az egyesületeknek 30, az alapítványoknak 60, a közhasznú társaságoknak 69 százaléka kapta meg a közhasznú vagy kiemelkedően közhasznú minősítést.

Mivel a közhasznú státus különböző adókedvezmények igénybevételére jogosít, megszerzése főleg az ilyen kedvezményekre számot tartó szervezetek számára vonzó. Hiánya nem jelenti azt, hogy az adott nonprofit szervezet tevékenysége egyáltalán nem szolgálja a közjót, a tágabb közösség érdekeit.

*Említhető-e a sajtóban egy nonprofit esemény támogatója?*

Az újságírók és szerkesztők körében közkeletű az a tévedés, hogy a sajtóban nem említhető a támogató, mert az reklámnak számítana.

A médiatörvény (1996. évi I. törvény) rendelkezései ezzel már korábban is elmentések voltak, s most az uniós, jogharmonizációs célú módosítás megerősítette, hogy nem számít reklámnak, tehát megnevezhető valamely nonprofit esemény támogatója. Amit nem lehet: „A támogatói üzenet terméktulajdonságra, árra, kereskedelmi elérhetőségre való utalást nem tartalmazhat.” (ORTT 1473/2002. (X.3.) számú határozata.)



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

KINEK ADUNK? A NONPROFIT SZÉKTOR  
A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FÉNYÉBEN

Az egyszerű tájékozatlanság mellett ebben a tárgykörben a szemléleti problémák is előfordulnak. A médiumok tulajdonosai gyakran azért ellenzik a támogató megnevezését, mert ezt ingyen reklámnak tekintik, s úgy hiszik, hogy ennek kapcsán bevételektől esnek el. Előfordul, hogy ilyenkor az óvatosságra intéssel igazából a saját szerkesztőiket is félrevezetik.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK  
FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

A fentiekben – szándékaink szerint – számos olyan adatot és kutatási eredményt ismertettünk, amely nemcsak a tisztánlátás, hanem a gyakorlati munka szempontjából is hasznos lehet. Természetesen nem tudtunk azonban minden fontos tudományos megállapítást felsorolni, inkább csak azt illusztrálhattuk, hogy a mindennapokban felmerülő kérdések megválaszolásához, döntések meghozatalához, problémák megoldásához célszerű a mások által felhalmozott ismereteket mozgósítani.

*Információs források*

A továbbiakban ahhoz próbálunk támpontokat adni, hogy az olvasó megtalálja a munkájához szükséges szakmai, kutatási, információs anyagokat, és el is igazodjon közöttük.

*A szakmai és kutatási információk forrásai*

<i>Mire van szükségünk?</i>	<i>Hol találjuk meg?</i>
<i>A nonprofit szektor mennyiségi jellemzői, nonprofit statisztika</i>	1992 óta évente megjelenik a „Nonprofit szervezetek Magyarországon...” című kiadvány, amelyet a nonprofit szektor különböző részterületeivel (például kultúra, környezetvédelem, településfejlesztés stb.) foglalkozó statisztikai összeállítások egészítenek ki. Az önkormányzatok és a nonprofit szervezetek kapcsolatairól négy évenként publikálnak adatokat. A friss kiadványok megvásárolhatók a Központi Statisztikai Hivatal könyvesboltjában: 1024 Budapest, Keleti Károly u. 10. Tel.: 212-4348 A korábbi anyagok a <a href="http://www.ksh.hu/Tarsadalomstatistikai">www.ksh.hu/Társadalomstatistikai</a> főosztály honlapról letölthetők.
<i>Jogi információk, a jogszabályok változásainak értelmezése</i>	Csizmár Gábor – Bíró Endre: Nonprofit jogi kézikönyv, a Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó rendszeresen frissített kiadványa. Használhatók még az általános jogszabálygyűjtemények, a CD-jogtár vagy a következő honlapok: <a href="http://www.civili.hu">www.civili.hu</a> ; <a href="http://www.emla.hu">www.emla.hu</a> ; <a href="http://www.jogismeret.hu">www.jogismeret.hu</a> ; <a href="http://www.jogtar.hu">www.jogtar.hu</a> ; <a href="http://www.mkogy.hu">www.mkogy.hu</a>
<i>Tudományos elemzések, a szektor egészét vagy egyes részterületeit leíró kutatások, esettanulmányok. Kézikönyvek, menedzsment szakismeretek nonprofit vezetők számára</i>	Teljes bibliográfia található a Nonprofit Kutatócsoport Egyesület honlapján, ahonnan számos kutatási anyag le is tölthető: <a href="http://www.nonprofitkutas.hu">www.nonprofitkutas.hu</a> Nonprofit szakkönyvtárak: Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Könyvtára: 1093 Budapest, Közraktár u. 18-20. NIOK-NSZK könyvtár Penna-Kulturtrade Könyvesbolt: 1013 Budapest Krisztina krt. 34. Kisebb nonprofit könyvtárak és esetenként könyvárúsító helyek működnek a megyei civilházakban is. Címadataik a <a href="http://www.civilhazak.hu">www.civilhazak.hu</a> portálon fellelhetők.



MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK  
FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

<i>Mire van szükségünk?</i>	<i>Hol találjuk meg?</i>
<i>Aktuális információk, konkrét civil szervezetek, kezdeményezések adatai</i>	Nonprofit Információs és Oktatási Központ: <a href="http://www.niok.hu">www.niok.hu</a> Megyei civilházak <a href="http://www.civilegyuttmukodes.hu">www.civilegyuttmukodes.hu</a> ; <a href="http://www.civilradio.hu">www.civilradio.hu</a> ; <a href="http://www.ngo.hu">www.ngo.hu</a> ; <a href="http://www.nonprofit.hu">www.nonprofit.hu</a> ; <a href="http://www.nonprofit.lap.hu">www.nonprofit.lap.hu</a> ; <a href="http://www.nonprofitmedia.hu">www.nonprofitmedia.hu</a> ; <a href="http://www.onkenteskozpont.hu">www.onkenteskozpont.hu</a> ; <a href="http://www.pafi.hu">www.pafi.hu</a> ; <a href="http://www.sansz.hu">www.sansz.hu</a> .
<i>Nonprofit szektort érintő kormányzati és önkormány- zati anyagok, javaslatok, előterjesztések</i>	Magyar Országgyűlés Civil Iroda Miniszterelnöki Hivatal Civil Kapcsolatok Főosztálya A különböző minisztériumok civil kapcsolatokkal foglalkozó osztályai, főosztályai, tit- kárságai, irodái A nagyobb városok önkormányzatai által alkalmazott civil referensek

### *Hogyan olvassunk kutatásokat?*

A kutatási anyagok jelentős része nem közvetlen gyakorlati felhasználásra készül. Az alapkutatások nyomán megszülető tudományos művek rendszerint a nonprofit jelenség elméleti megértésére, a legfontosabb tendenciák felismerésére, a törvényszerűségek és a mélyebb összefüggések feltárására törekszenek. Nyelvezetük gyakran bonyolult, nehéz belőlük kihüvelyezni a számunkra értékes információkat. Az alkalmazott kutatások megközelítése többnyire gyakorlatiasabb, vizsgálati körük viszont szűkebb, így eredményeik kevésbé általánosíthatóak. Érvényességük gyakran egy-egy részterületre vagy részkérdésre korlátozódik, ami felhasználásuk lehetőségeit is behatárolja.

Mindebből az következik, hogy a kutatási anyagok olvasása során nem nélkülözhetünk bizonyos kreativitást. Gyakorlati kérdéseinkre (hacsak nem mi magunk rendeltük meg a kutatást) ritkán kapunk kész, minden szempontból teljes választ. Sokkal gyakoribb az, hogy a tudományos művek olyan általános megállapításokkal, támpontokkal szolgálnak, amelyek segítségével – saját tapasztalatainkat is mozgósítva – mi magunk vonhatjuk le a konkrét helyzetben érvényes következtéseket.

A tudományos elemzések áttekintését és értelmezését megkönnyítheti, ha ismerjük a kutatás szokásos lépéseit. Ezek a következők:



# MIT ÉRDEMES TUDNI

AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

## A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

1. *A vizsgálni kívánt kérdéssel kapcsolatos korábbi kutatások áttekintése, másod-elemzése.* Ennek a legelső munkafázisnak az eredményei gyakran a zárótanulmányban (többnyire annak első fejezetében) is megjelennek. Az adott témakörben felhalmozott ismereteknek ezek a rövid összefoglalói (és a hozzájuk tartozó szakirodalmi hivatkozások) nagyon hasznosak lehetnek számunkra. Segítenek az éppen olvasott szerző álláspontjától esetleg eltérő vélemények megismerésében, a különböző megközelítések közötti eligazodásban, a számunkra leginkább hasznosítható forrásanyagok fellelésében.

2. *A kutatási probléma körülhatárolása:* A kutatási ötlettől a kutatás hipotéziséig (kiinduló feltevéséig) hosszú út vezet. Az *ötlet* egy társadalmi probléma vagy jelenség felismerése, a *hipotézis* jól körülhatárolható feltételezés arról, hogy a jelenségek hogyan függenek össze. A hipotézist a szerzők általában a bevezetőben ismertetik, majd a tanulmány egy későbbi pontján visszatérnek rá, s leírják, hogy a kiinduló feltevést a vizsgálati eredmények alátámasztották vagy megcáfolták-e.

3. *A kutatási terv* annak érdekében készül, hogy a munka pontosan körülhatárolt, irányított legyen. A hipotézis megfogalmazása után kiválasztják az alkalmazni kívánt módszereket, meghatározzák a célcsoportot és a mintavétel módját, előkészítik az eszközöket (kérdőív, interjúvázlat stb.). Ezeknek a megismerése azért fontos, mert a felhasznált módszerek sokszor erősen befolyásolják az eredményeket, vagy legalábbis azok megbízhatóságát. A legfontosabb módszertani információkat a kiadványoknak rendszerint már a bevezetője is tartalmazza. Részletes leírásukat esetenként a függelékben, máskor a lábjegyzetekben találjuk meg.

4. *A kutatás elvégzése,* vagyis az a folyamat, amelynek során a vizsgálat elkészül, az olvasó számára általában láthatatlan marad, legfeljebb bizonyos mozzanatairól (például a válaszadás megtagadásának gyakoriságáról, az adatok javításáról, teljességteljesítéséről) kerül be néhány információ a módszertani mellékletekbe.

5. *Összegzés: az összegyűjtött adatok, információk elemzése, a következtetések levonása.* Ennek a munkának az eredményei teszik ki a kutatási anyagok döntő hányadát. Többnyire ezekben a fejezetekben található meg a részletes elemzések, a hétköznapi munkában leginkább hasznosítható megállapítások. Amennyiben a kutatóknak az eredmények gyakorlati felhasználásának lehetőségéről és a kor-

MIT ÉRDEMES TUDNI  
AZ ADOMÁNYOZÓKNAK  
A NONPROFIT KUTATÁSOKRÓL?

---

A KUTATÁSI INFORMÁCIÓK  
FORRÁSAI ÉS FELHASZNÁLÁSA

mányzati politika számára adódó tanulságokról is van mondanivalójuk, ez általában a tanulmány záró fejezetében jelenik meg.

Ezek a fázisok természetesen nem mindig követhetők nyomon ennyire pontosan, gyakorlott kutatók a különböző szakaszokat felcserélhetik, a folyamatba más elemeket is beiktathatnak, a kiadványokban másképp rendezhetik el az információkat.

A fent bemutatott kutatási–elemzési lépések ismerete nemcsak akkor lehet hasznunkra, amikor felhasználóként a publikált anyagokban szeretnénk eligazodni, hanem akkor is, ha tudományos elemzések megrendelőiként fogalmazzuk meg az elképzeléseinket, vagy ha magunk akarunk egy kisebb kutatást elvégezni.



## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Adirondack, Sandy: Mindennapi receptek civil szervezeteknek. NIOK Alapítvány, Budapest, 1999.
- Az Európai Közösség Bizottságának közleménye az önkéntes szervezetek és alapítványok szerepének erősítéséről Európában. Európa Ház, Budapest, 1998.
- Balogh Bence – Mészáros Geyza – Sebestény István: Módszer és gyakorlat. A nonprofit statisztika 10 éve. 1992-2002. [www.nonprofitkutatas.hu](http://www.nonprofitkutatas.hu)
- Bartal Anna Mária: Nonprofit alapismeretek kézikönyve. Ligatura Kiadó, Budapest, 1999.
- Bíró Endre: Nonprofit szektor analízis. Civil szervezetek jogi környezete. EMLA Egyesület, Budapest, 2002.
- Bódi György: Hogyan szerezzük meg az állampolgárok adójának 1%-át? KJK-KERSZÖV, Budapest, 2002.
- Csegény Péter: A civil referensi szerepkör megjelenése és problémái a helyi önkormányzatokban. In: Dr. Wellmann György (szerk.): Nonprofit tanácsadó A-tól Z-ig. Verlag Dashöfer Kiadó, Budapest, 2001.
- Csegény Péter – Kákai László (szerk.): Köztes helyzet? I-II. A civil szervezetek és az önkormányzatok kapcsolatában. Miniszterelnöki Hivatal Civil Kapcsolatok Főosztálya, Budapest, 2000, 2002.
- Csizmár Gábor – Bíró Endre: Nonprofit jogi kézikönyv. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1998.
- Csizmár Gábor – Nemoda István: Hogyan szerezzünk pénzt? KJK-KERSZÖV, Budapest, 2001.
- Czakó Ágnes – Harsányi László – Kuti Éva – Vajda Ágnes: Lakossági adományok és önkéntes munka. Központi Statisztikai Hivatal és Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1995.
- Czike Klára: Önkéntesség számokban. Esély, 2001/6.
- Farkas István – Török Marianna: A hazai adományozó magánalapítványok helyzete. Felmérés húsz alapítványról 2002-ben. [www.nonprofit.hu](http://www.nonprofit.hu)
- Harsányi László: A nonprofit szektor szerepe a közszolgáltatások átalakításában. Európa Fórum, 1997/1.
- Harsányi László: Az állam és a nonprofit szektor. INFO Társadalomtudomány, 1997. 42. sz.
- Jagasics Béla: Civil történet. Landorhegy Alapítvány, Zalaegerszeg, 2001.
- Kákai László: Civil szervezetek lehetőségei az önkormányzatok döntéshozatali folyamatában. In: Dr. Wellmann György (szerk.): Nonprofit tanácsadó A-tól Z-ig. Verlag Dashöfer Kiadó, Budapest, 2001.
- Kondorosi Ferenc: Civil társadalom Magyarországon. Politika + Kultúra Alapítvány, Budapest, 1998.
- Kuti Éva: Hívjuk talán nonprofitnak... A jótékonyág, a civil kezdeményezések és az állami keretből kiszoruló jóléti szolgáltatások szektorra szerveződése. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1998.

- Kuti Éva: The nonprofit sector in Hungary. Manchester University Press, Manchester, 1996.
- Lévai Katalin – Straussman, Jeffrey D. (szerk.): Innovatív önkormányzatok. Helyi Társadalom Kutató Csoport, Budapest, 1996.
- Lévai Katalin (szerk.): Civil a pályán. Helyi Társadalom Kutató Csoport, Budapest, 1998.
- Logan, David: Companies in communities: Getting the measure. The London Benchmarking Group, London, 1997.
- Logan, David – Roy, Delwin – Regelbrugge, Laurie: Global corporate citizenship. Rationale and strategies. The Hitachi Foundation, Washington, 1997.
- Lomnici Zoltán: Az alapítványok és közalapítványok kézikönyve. HVG ORAC, Budapest, 1998.
- Lomnici Zoltán: Egyesületek. HVG ORAC, Budapest, 2000.
- Mészáros Geyza: Településfejlesztési célú nonprofit szervezetek. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2002.
- Nonprofit szervezetek Magyarországon 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002.
- Pavluska Valéria: A nonprofit szektor. JPTE FEEFI, Pécs, 1999.
- Salamon, Lester M. – Anheier, Helmut K.: Szektor születik. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 1995.
- Salamon, Lester M. – Anheier, Helmut K.: Szektor születik II. Egy nemzetközi kutatás eredményei. Civitalis Egyesület, Budapest, 1999.
- Salamon, Lester M. et al.: Global civil society. Dimensions of the nonprofit sector. The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, Baltimore, 1999.
- Sebestény István: A nonprofit szektor funkcionális megközelítése – a nonprofit prizma. Statisztikai Szemle, 2001/4-5.
- Sebestény István: Az önkormányzatok és a nonprofit szervezetek kapcsolata 1996, 2000. Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 1998, 2002.
- Support of Philanthropy in the Czech Republic. Donor's Forum, Prague, 1996
- Szabó Máté: Az EU és a civil szervezetek. Politikatudományi Szemle, 1998/3.
- Széman Zsuzsa – Harsányi László: Halak és hálók. Kapcsolatok a helyi szociálpolitikában. Nonprofit Kutatócsoport és MTA Szociológiai Kutató Intézete, Budapest, 1999.
- Széman Zsuzsa – Harsányi László: Szociális kvartett. Civil szereplők négy magyar város szociális életében. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 2000.
- Török Marianna (szerk.): Alapfokú kézikönyv civil szervezetek számára. NIOK Alapítvány, Budapest, 1998.
- Zám Mária: Civilbarát önkormányzatok. Magyar Közigazgatás, 1997/7.
- 1%. „Forintzavazatok” civil szervezetekre. Tanulmányok. Nonprofit Kutatócsoport, Budapest, 2000.

# NONPROFIT KISSZÓTÁR – ALAPFOGALMAK ÉS ALAPADATOK

**A társadalom három szektora:** az állami (vagy kormányzati), az üzleti–piaci (vagy vállalati, for-profit) szektor és a „harmadik”, a → nonprofit szektor (ez utóbbit gyakran nevezik → NGO, → önkéntes vagy → civil szektornak is).

**Adományozás:** olyan támogatások nyújtása, amelyek fejében a támogató nem vár pénzben kifejezhető ellenértéket.

**Alaptevékenység:** a szervezet alapító dokumentumában meghatározott, alapvető céljai elérése érdekében kifejtett működése.

**Altruizmus:** önzetlenség, másokon való segítés.

## **Bevételtípusok:**

**Adományok, magántámogatások:** származhatnak vállalati támogatásból, lakossági adományokból, külföldi támogatásból és nonprofit szervezetektől. 2000-es adatok szerint összegük 80 milliárd Ft, a nonprofit szektor összes bevételéhez (496 milliárd Ft) viszonyított arányuk 16 százalék volt.

**Alaptevékenységből származó ár- és díjbevételek:** magánszemélyek illetve szervezetek által befizetett egyesületi és érdekképviseleti tagdíjak, valamint az alaptevékenység körében előállított termékek és szolgáltatások értékesítéséből származó bevételek. 2000-ben az összegük 183 milliárd Ft, arányuk 37 százalék volt.

**Állami támogatások:** normatív (fejkvótás) költségvetési finanszírozás, a központi költségvetésben nevesített, a minisztériumoktól és főhatóságoktól, központi alapoktól, illetve a helyi önkormányzattól és helyi költségvetési intézményektől elnyerhető támogatások. A statisztika ide sorolja az szja 1%-ából, az áfa-visszatérítésekből és a helyi iparüzési adó átengedéséből származó bevételeket is. Az állami támogatások összege 2000-ben 141 milliárd Ft, aránya 28 százalék volt.

**Gazdálkodási tevékenységből eredő bevételek:** kamatok, pénzügyi befektetések hozama és a vállalkozási tevékenység bevételei. 2000-es összegük 88 milliárd Ft, arányuk 18 százalék volt.

**Caritas:** többnyire vallásos indíttatású, a felebaráti szeretetre épülő segítségnyújtás.

**Civil referens:** települési önkormányzatoknál, a polgármesteri hivatal szervezeteiben alkalmazott munkatárs, akinek a település civil szervezeteivel való folyama-



tos kapcsolattartás a feladata. Főként nagyobb városokban, kerületekben kezdenek az utóbbi években ilyen munkatársat alkalmazni.

**Civil társadalom:** a civil kezdeményezések, szerveződések és mozgalmak együttese, amelynek működési lehetőségeit és formai sokszínűségét az elemi emberi jogok érvényesülését biztosító jogrendszer garantálja. A civil szervezetek közvetítenek az állam és polgárai, valamint a gazdasági hatalom és az állampolgárok között, létrehozzák azokat a mechanizmusokat, amelyek segítségével a kormány és a piac a közösség által ellenőrizhető és befolyásolható.

**Civilházak:** nonprofit információs és szolgáltató központok, amelyek valamennyi megyeközpontban működnek. Országos hálózatot alkotnak. Feladatuk a régiójukban tevékenykedő nonprofit szervezetek munkájának segítése tanácsadással, képzéssel és más szakmai szolgáltatásokkal.

**Ernyőszervezetek:** szakmai vagy területi elven szerveződő nonprofit szövetségek, koalíciók, együttműködési fórumok, amelyek a nonprofit szektor egészének vagy különböző részterületeinek nevében lépnek fel, szakmai, gazdasági és szabályozási kérdésekben látnak el érdekképviseleti tevékenységet. Gyakori, hogy sok kisebb tagszervezettel rendelkeznek; helyi egyesületeknek kínálnak szakmai segítséget, szolgáltatást, esetenként anyagi támogatást is.

**Filantropia:** emberbaráti szeretet, segítség a rászorulóknak, a szegényeknek, az elesetteknek.

**Jótékonyág:** szolidaritáson alapuló önzetlen segítségnyújtás.

**Közhasznúság szerinti minősítés, besorolás:**

**Közhasznú szervezet:** az 1997. évi CLVI. törvényben „közhasznú”-ként megjelölt tevékenységet folytató, szolgáltatásait a tagjain kívül mások számára is elérhetővé tevő nonprofit szervezet, amelynek a közhasznú minősítést a bíróság saját kérésére hivatalosan is kiadta.

**Kiemelkedően közhasznú szervezet:** törvény vagy más jogszabály által állami feladatnak minősített tevékenységet ellátó nonprofit szervezet, amelynek a kiemelkedően közhasznú minősítést a bíróság saját kérésére hivatalosan is kiadta.

**Közösségi média:** azok a közösségi módon megszülető újságok, rádiók (ritkábban televíziók), amelyek meghatározott célcsoportnak, közösségnek, lakóhelyi egységnek készítik és közvetítik programjukat. Ezeknek a műsoroknak többnyire mások a szereplői (jórészt



önkéntesek), más a tematikájuk, mások az értékeik (többnyire a helyi kultúra és a tematikából következően a helyi önszerveződések), más a mentalitásuk és a hangnemeik is, mint a kereskedelmi és a közszolgálati médiának. A közösségi médiumok jelentős része különös figyelmet fordít a nonprofit szektor szervezeteire, eseményeire, de a hátrányos helyzetűekre, a sérültekre, a máshonnan kimaradókra is.

**NGO (Non-Governmental Organization – nem kormányzati szervezet):** a → nonprofit szervezet olyan, főleg a nemzetközi szervezetek (ENSZ, Világbank stb.) dokumentumaiban használt elnevezése, amely a kormányzati intézményektől való különbözőséget, az államtól való függetlenséget hangsúlyozza.

**Nonprofit szektor definíciója:** a nonprofit szektornak a mai magyarországi gyakorlatban alapvetően kétféle, egy tágabb és egy szűkebb fogalma használatos, a jogi értelmezés és a tudományos/statisztikai definíció.

**Jogi értelmezés:** a nonprofit szektorba tartozik minden

- nem profitcélú szervezet, amely ugyanakkor
- nem költségvetési gazdálkodást folytató intézmény, és amelyet
- a Polgári Törvénykönyv rendelkezéseivel összhangban önálló jogi személyként jegyeztek be.

**Tudományos és statisztikai definíció:** a nonprofit szektort azok a szervezetek alkotják, amelyekre egyidejűleg jellemző, hogy

- nem profitszerzési célok vezérik őket, esetleg keletkező profitjukat nem osztják fel a tagok, alapítók, tulajdonosok között,
- autonóm módon, a kormányzati szektortól szervezetileg elkülönülve működnek,
- bizonyos fokig intézményesültek, önálló jogi személyiséggel bírnak,
- működésükben fellelhető az önkéntesség, öntevékenység, jótékonyág, civil kezdeményezések valamilyen eleme,
- közvetlenül vagy áttételesen a tágabb közösség érdekeit, a közjót (is) szolgálják,
- nem követnek pártpolitikai célokat, nem épülnek be a hatalmi struktúrába.

A jogi értelmezés a Polgári Törvénykönyvben definiált valamennyi nonprofit szervezeti formát (egyesület, alapítvány, közalapítvány, szakszervezet, szakmai, munkáltatói érdekképviselet, köztestület, közhasznú társaság, önkéntes kölcsönös biztosítópénztár, párt, egyház) magában foglalja. A tudományos/statisztikai definíció nem tekinti a nonprofit szektorhoz tartozónak a politikai pártokat, mivel azok célja a közhatalom és a kormányzati jogosítványok megszerzése; az egyházakat, szerzetesrendeket, mert a világi nonprofit szervezetek működési kereteit meghatározó szabályozás rájuk nem érvényes, valamint az önkéntes kölcsönös biztosítópénztárakat, mivel esetükben a profitszétosztás tilalma nem érvényesül.

**Nonprofit szervezet:** minden olyan hivatalosan bejegyzett nem-állami és nem-piaci szervezet, amely működési jellemzőit tekintve megfelel a → nonprofit szektor definíciójának.

### **Nonprofit szervezetek formái:**

**Egyesület:** személyegyesülésen alapuló társas nonprofit szervezet (kör, klub, társaság, mozgalom, társadalmi szervezet). Tagsága rendszerint magánszemélyekből áll, de a jogi személyek által létrehozott egyesületek (szövetségek, hálózatok) sem ritkák. A vezetőséget a tagság választja, a legfőbb döntéshozó szerv a közgyűlés. A tagság számára nyújtott szolgáltatások mellett az egyesületek java része azt is céljának tekinti, hogy tevékenységével, szolgáltatásaival a közelebbi vagy távolabbi közösséget is elérje. 2000-ben Magyarországon 22 420 egyesület működött.

**Érdekképviselő:** A szakmai, a munkavállalói, illetve a munkáltatói, gazdasági érdekek védelmét szolgáló, tagsági viszonyon alapuló szervezetek. A szakszervezetek tagsága általában magánszemélyekből áll, a szakmai és a munkáltatói érdekek érvényesítésére létrejött szervezetek tagjai között a magán- és a jogi személyek egyaránt megtalálhatók. Az önálló jogi személyként bejegyzett érdekképviselők száma 2000-ben 3605 volt.

**Alapítvány:** valamilyen vagyon (kézpénz, ingatlan, tárgyi eszköz, vagyoni jog) ellenszolgáltatás nélküli, tartós közérdekű célra történő végleges átengedésével jön létre. Az alapítónak a célvagyon létrehozását és a kuratórium felállítását követően lényegében minden kapcsolata megszűnik a működő alapítvánnyal. Az alapítványnak tagjai nincsenek, a döntéseket a kuratórium hozza. Vagyonából, annak hozamából és/vagy a működés során megszerzett egyéb bevételekből az alapító által meghatározott célt próbálja elérni, támogatást, segítséget vagy szolgáltatásokat nyújt. A működő alapítványok száma a 2000-es adatok szerint 18 532 volt.

**Közalapítvány:** olyan speciális alapítvány, amely kizárólag állami és önkormányzati feladatok ellátására hozható létre. Alapítója csak az Országgyűlés, a kormány, illetve a települési önkormányzati testület lehet. Tevékenységei között egyaránt megtalálhatók a legkülönbözőbb közszolgáltatások, az adományosztási és az adománygyűjtési akciók. 2000-ben összesen 1168 közalapítvány működött.

**Köztestület:** törvénnyel létrehozott, tagsági viszonyon alapuló szervezet. Közfeladatokat lát el. Hatósági és felügyeleti jogosítványokkal is rendelkezhet. A szó klasszikus értelmében nem tekinthető civil szervezetnek. Esetenként kényszer-egyesülésként működik, amellyel az érintett magán- vagy jogi személyeknek a működési engedély megszerzéséhez kötelezően tagsági viszonyt kell létesíteniük. A hazai köztestületek a Magyar Tudományos Akadémia és a különféle kamarák. Számuk 2000-ben 472 volt.

**Közhasznú társaság (Kht):** olyan üzletszerű gazdasági tevékenységet folytató



szervezet, amely társadalmi közös szükségletet elégít ki (csak ilyen célból hozható létre). Tevékenységének elsődleges célja nem a nyereség- és vagyonszerzés, érvényes rá a profitszétosztás tilalma. 2000-ben Magyarországon 888 közhasznú társaság működött.

**Nonprofit szervezetek nyilvántartása:** a szervezetek legfontosabb azonosító adatait tartalmazó számítógépes regiszter.

**Bíróági nyilvántartás:** az Országos Igazságszolgáltatási Tanács Hivatala (OITH) által vezetett közhiteles nyilvántartás. Ebben a közhasznú társaságok kivételével minden olyan önálló jogi személyként bejegyzett nonprofit szervezet szerepel, amelyet hivatalosan nem szüntettek meg. Mivel a feloszlott egyesületek és a vagyonukat veszített alapítványok jelentékeny része nem tesz eleget a megszűnés bejelentésére vonatkozó kötelezettségének, a bírósági nyilvántartásban szereplő szervezetszám (körülbelül 60 ezer) messze meghaladja a ténylegesen működő szervezetek számát.

**Statisztikai nyilvántartás:** a Központi Statisztikai Hivatal számítógépes adatbázisa, amelyet évenkénti kérdőíves adatfelvétel segítségével, valamint az újonnan bejegyzett szervezetek bírósági nyilvántartásából nyerhető adatok felhasználásával rendszeresen frissítenek. Ebben a nyilvántartásban kizárólag azoknak az önálló jogi személyként bejegyzett nonprofit szervezeteknek az adatai szerepelnek, amelyek a → statisztikai definíciónak megfelelnek, és amelyekről az adatgyűjtések során (vagy akár azoktól függetlenül) semmilyen forrásból nem érkezik a megszűnésükre vagy működésük szüneteltetésére utaló információ. Ezért a Központi Statisztikai Hivatal adatbázisa a bírósági regiszternél alacsonyabb, de a valóságot valamivel jobban megközelítő szervezetszámot (körülbelül 47 ezer) jelez.

**Nonprofit szervezetek osztályozásai:**

**Statisztikai osztályozások:** (Zárójelben az adott csoportba tartozó nonprofit szervezetek nonprofit szektoron belüli aránya – 2000-es adatok.)

*Tevékenység szerinti csoportosítás:* kultúra (10,5%), vallás (2,7%), sport (13,7%), szabadidő és hobbi (15,4%), oktatás (14,6%), kutatás (2,2%), egészségügy (4,5%), szociális ellátás (8,8%), polgárvédelem és tűzoltás (1,9%), környezetvédelem (2,2%) településfejlesztés (5,1%), gazdaságfejlesztés (1,9%), jogvédelem (1,2%), közbiztonság védelme (3,0%), többcélú adományosztás és nonprofit szövetségek (1,5%), nemzetközi kapcsolatok (1,4%), szakmai és gazdasági érdekképviselet (8,7%), politika (0,7%).

*Szervezeti formák szerinti csoportosítás:* alapítványok – magán- és közalapítványok (41,8%), társas nonprofit szervezetek – egyesületek,



érdekképviseletek, közhasznú társaságok (58,2%).

*Bevétele nagyság szerinti csoportosítás:* 50 ezer Ft vagy kevesebb (17,0%), 51 és 500 ezer Ft között (31,5%), 501 ezer és 5 millió Ft között (35,2%), 5 millió Ft fölött (16,3%).

*Településtípus szerinti csoportosítás:* főváros (26,2%), megyeszékhely (22,4%), többi város (26,1%), község (25,3%).

*Régiók és megyék szerinti csoportosítás.*

**Domináns tevékenység szerinti osztályozás:**

adománygyűjtő,

adományosztó,

szolgáltatásokat nyújtó,

érdekvédelmi,

önsegélyező jellegű,

társadalmi érintkezést szolgáló, klubjellegű,

hatósági feladatokat átvállaló szervezetek.

**Funkciók szerinti osztályozás:**

szolgáltatások nyújtása,

érdekképviselet,

önsegélyezés,

támogatások és információk közvetítése, koordináció.

*Nonprofit törvény:* 1997. évi CLVI. törvény, amely a → közhasznú státusz megszerzésének feltételeiről, a közhasznú minősítéssel bíró nonprofit szervezetek kötelezettségeiről és az általuk igénybe vehető kedvezményekről rendelkezik.

*Önkéntes szervezet:* a → nonprofit szektor illetve a → civil társadalom azon szerveződései, amelyek működésüket elsősorban tagjaik illetve támogatóik minden anyagi ellenszolgáltatás nélkül végzett közérdekű tevékenységére, → önkéntes munkájára alapozzák.

*Önkéntes munka:* olyan tevékenység, amely személyes indíttatású, szabad, egyéni választáson alapszik; anyagi érdekektől mentes; mások javát szolgálja. Elősegíti, hogy az egyének és a közösségek részesei legyenek saját problémáik megoldásának; tehát egyidejűleg hasznos a támogatásra szorulóknak és az önkéntes munkát végzőknek.

*Öntevékenység, önszerveződés:* a → civil társadalom kereteiben kifejtett aktivitás; az állampolgárok és csoportjaik saját akaratából szerveződő közösségi célú cselekvés.





**QUANGO** (Quasi Non-Governmental Organization): félállami/önkormányzati szervezet, amelynek az a funkciója, hogy az állami támogatások egy részét az államháztartás keretein belül, de az érintettekből és szakértőkből álló döntéshozó testületek bevonásával ossza el. Legismertebb hazai példája a Nemzeti Kulturális Alapprogram. Ilyen formában jön létre a Nemzeti Civil Alapprogram (NCA) is.

**Szektorok közötti együttműködés – partnerség:** az állami, az üzleti és a nonprofit szektor összefogása valamely probléma megoldása érdekében. A célok és a prioritások meghatározásában egyetértés van a felek között. Az egyenrangú kapcsolatban három fő alapelv érvényesül: a kölcsönös haszon elvárásának és kívánalmának az elve, az átláthatóság és a méltányosság, azaz egymás tisztelete és megbecsülése.

**Szerződéses viszony – ellátási szerződés – közfeladat-átvállalás:** közszolgáltatások biztosítására, állami/önkormányzati feladatok átvállalására a nonprofit szervezetekkel kötött írásbeli megállapodás. Ez a szerződés garantálja, hogy a szervezet megkapja az államtól/önkormányzattól a feladat ellátásához normatívaként megállapított pénzüsszeget.

**Szomszédság:** az egyének számára még átélhető, megélhető társadalmi, lakóhelyi – másutt építészeti – egység, amelyben kölcsönösségi alapon szerveződő társadalmi kapcsolatok alakulnak.

**Szponzorálás:** olyan vissza nem térítendő támogatások nyújtása, amelyek ellenében a támogató valamilyen reklámértékkel bíró ellenszolgáltatást kap.

**Szubszidiaritás elve:** a döntéseket polgárközelbe kell telepíteni, a társadalmi szükségleteket lehetőleg a keletkezésük helyéhez legközelebbi szinten kell kielégíteni. Az államnak csak akkor szabad (támogatóként, együttműködőként vagy a feladatot átvállalva) beavatkoznia, ha a helyi közösség nem képes a probléma megoldására. A szubszidiaritás az Európai Uniónak is az egyik legfontosabb alapelve.

**Társas nonprofit szervezetek:** az egyesületek, érdekképviselőek és közhasznú társaságok statisztikai adatközlésekben használatos összefoglaló elnevezése.

**1%:** az adózó állampolgárok az 1996. évi CXXVI. törvény rendelkezése alapján személyi jövedelemadójuk 1%-át felajánlhatják az általuk választott nonprofit szervezetnek. A 2004. január 1-től létrejövő Nemzeti Civil Alapprogram költségvetési támogatása megegyezik az adófizetők által felajánlott összeggel.



A Nonprofit Kutatócsoport Egyesület „Gyakorlat és kutatás” programjának eredményeként készült el négy tájékoztató füzet a nonprofit vezetők, a média, a politikusok, a kormányzati szakemberek és az adományozók számára.

A füzetek elkészítésével próbáltunk hasznos információkkal szolgálni az érintett szakterületek képviselőinek a nonprofit szektorról, illetve az eddig megjelent és általunk feltérképezett kutatások eredményeiről.

Reméljük, hogy hasznos ismeretekkel gazdagítjuk a nonprofit területtel kapcsolatban álló, illetve, majdan kapcsolatba kerülő szakemberek tárházát.