

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Charitativní a sociální práce

Bc. Magdaléna Nečasová

Možnosti rozvoje sociálního podnikání na Kyjovsku

Diplomová práce

Vedoucí práce: Ing. Ester Danihelková

2014

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedla v seznamu literatury.

V Brně dne 11. 11. 2014

.....

Podpis autora práce

Ráda bych na tomto místě poděkovala paní Ing. Ester Danihelkové za trpělivost a odborné vedení diplomové práce. Poděkování patří paní Zdislavě Paulíkové za podněty a cenné připomínky při vytváření této práce a dále všem dotazovaným, kteří mi poskytli rozhovory a ochotně odpověděli na mé otázky, neboť bez nich by tato práce nemohla vzniknout. V neposlední řadě děkuji rodině a přátelům za jejich pomoc a podporu.

OBSAH

| | |
|---|----|
| Úvod | 6 |
| 1 Vymezení sociální ekonomiky a její význam | 8 |
| 1.1 Sociální ekonomika na pomezí neziskového a podnikatelského sektoru | 8 |
| 1.1.1 Vymezení nestátních neziskových organizací..... | 8 |
| 1.1.2 Vymezení podnikatelského sektoru | 10 |
| 1.2 Společné znaky sociální ekonomiky, občanského a podnikatelského sektoru..... | 13 |
| 1.3 Vymezení sociální ekonomiky v Evropském pojetí | 14 |
| 1.4 Sociální ekonomika v České republice | 19 |
| 1.5 Sociální podnikání v České republice..... | 20 |
| 1.5.1 Principy sociálních podniků | 22 |
| 2 Společenská odpovědnost organizací jako společný znak se sociálními podniky | 27 |
| 3 Podmínky pro úspěšný rozvoj sociálního podnikání..... | 31 |
| 3.1 Podpora konceptu sociálního podnikání ze strany Evropské unie | 31 |
| 3.2 Podpora vlády | 33 |
| 3.3 Podpora krajů a obcí | 33 |
| 3.4 Ekonomické nástroje..... | 34 |
| 3.4.1. Vlastní prostředky..... | 34 |
| 3.4.2. Půjčky a úvěry | 34 |
| 3.4.3. Příspěvky z aktivní politiky zaměstnanosti..... | 35 |
| 3.4.4 Jiné zdroje..... | 36 |
| 3.5 Vzdělávání a poradenství | 36 |
| 3.6 Shrnutí..... | 37 |
| 4 Metodologie výzkumu | 39 |
| 4.1 Cíl výzkumu a dílčí výzkumné otázky..... | 39 |
| 4.2 Zdůvodnění strategie výzkumu | 39 |

| | |
|--|----|
| 4.2.1 Omezení výzkumu | 41 |
| 4.2.2 Základní charakteristika regionu Kyjovsko | 42 |
| 4.3 Organizace výzkumu | 54 |
| 4.3.1 Výzkumný soubor..... | 55 |
| 4.3.2 Otázky v rozhovoru..... | 65 |
| 4.3.3 Způsob zpracování dat | 66 |
| 5 Analýza rozhovorů a interpretace dat z empirického šetření | 68 |
| 5.1 Sociální podnikání jako koncepce | 68 |
| 5.2 Podpora sociálního podnikání | 71 |
| 5.3 Informovanost..... | 74 |
| 5.4 Sociální podnikání jako příležitost | 75 |
| 5.5 Bariéry..... | 78 |
| Zdroj: Vlastní zpracování poznatků do podoby tabulky..... | 83 |
| 6 Diskuze..... | 84 |
| Závěr | 88 |
| Seznam literatury..... | 92 |
| Seznam obrázků a tabulek..... | 96 |

Úvod

Dělat aktivity, které přináší užitek potřebným a pomáhají jim zkvalitnit život, je touhou i posláním sociálního pracovníka. Je mnoho cest a metod, jak toho dosáhnout. Pro tuto diplomovou práci jsem si vybrala téma, ve kterém se pomoc a solidarita spojuje s podnikatelským duchem. Solidarita, která se projevuje v zaměstnávání obtížně umístitelných osob na trh práce, jako jsou lidé se zdravotním znevýhodněním, maminky po ukončení rodičovské dovolené, osoby v předdůchodovém věku nebo dlouhodobě nezaměstnaní. Lidé, kteří se zaměstnavatelům v dnešním světě nezdají být dostatečně pružní a efektivní. Naštěstí se v našem prostředí začínají objevovat početnější příklady podniků, které obrazejí pozornost k těmto znevýhodněným skupinám a nehledí jen na zisk. Dosažení zisku u nich samozřejmě hraje důležitou roli, ale stejně tak jsou pro ně důležité i přínosy, které vnášejí světlo do života těch, kteří by bez podpory a upravených pracovních podmínek těžko obstáli na trhu práce. A nejen to, jde jim také o užitek pro lokalitu, ve které působí, užitek pro přírodu a v širším významu o přínos pro společnost. S tímto modelem podnikání se již několikátým rokem setkáváme pod označením sociální podnikání. Sociální podniky využívají podnikatelskou činnost k vytváření sociálních hodnot a pozitivních společenských změn. V našich podmínkách se sociální podniky úspěšně rozrůstají a představují zdravou ekonomickou alternativu oproti globálnímu trhu. Někteří odborníci nazývají sociální podnik jako „*tlumič nedokonalostí stávajícího ekonomického modelu*“ (Johanisová, 2007, s. 78). Sociální podniky přinášejí pozitivní dopady pro společnost na celosvětové úrovni. Jen ve vybraných členských státech Evropské unie pracuje podle Zprávy Global Enterprise Monitor z r. 2009 3-7,5% osob v sociálních podnicích orientovaných na udržitelný rozvoj a sociální začlenění (Jetmar, 2012, s. 4). Na straně evropských politik a veřejných institucí, výzkumných a vzdělávacích organizací i subjektů podnikatelského i neziskového sektoru roste zájem o rozšiřování sociálních podniků.

Otázky šíření a rozvoje sociálního podnikání stojí rovněž v zájmu této diplomové práce. Do lokality, ve které žiji a působím na poli sociální práce, doposud fenomén sociálního podnikání výrazně nepronikl. Proto je hlavním cílem diplomové práce ve vybrané lokalitě identifikovat podmínky, které potenciálním subjektům napomáhají nebo naopak brání stát se sociálním podnikem. Teoretická část vymezuje obecně koncept sociální ekonomiky a charakteristiky sociálního podnikání v České republice, jeho místo

v občanské společnosti a poukazuje na provázanost sociálních podniků s podnikatelským a neziskovým sektorem. Závěr teoretické části poukazuje na podmínky a nástroje, které ovlivňují rozvoj a udržitelnost sociálních podniků.

Empirická část práce se zaměřuje na vyhodnocení regionálních podmínek, které představují bariéry a příležitosti pro rozvoj sociálního podnikání na Kyjovsku. K objasnění hlavní výzkumné otázky „*Jaké jsou podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“ byl realizován kvalitativní výzkum za použití metod analýzy dokumentů, vyhodnocením sekundárních dat z veřejné databáze Českého statistického úřadu a primárních dat z polostrukturovaných rozhovorů. Analýza dokumentů a data z veřejného registru umožnily vyhodnotit specifika kyjovského regionu, které mají vliv na prosazení sociálního podnikání. Jelikož v době realizace empirického šetření neexistoval na Kyjovsku žádný sociální podnik, oslovila jsem pro účel výzkumu relevantní skupinu „potenciálních sociálních podnikatelů“ z řad podnikatelů i zástupců neziskových organizací. Práce tedy přináší jedinečný náhled na sociální podnikání od osob, které nejsou přímo zainteresované na sociálním podnikání, ale s danou problematikou je spojuje podnikání, nebo práce se znevýhodněnými skupinami osob. Jejich zkušenosti a názory napomohly vyvodit doporučení pro ty, kteří se na Kyjovsku rozhodnou pustit do sociálního podnikání.

1 Vymezení sociální ekonomiky a její význam

Abychom porozuměli specifikům sociálního podnikání, je důležité pochopit, s jakými oblastmi souvisí a do které části národního hospodářství sociální ekonomika spadá. V odborné literatuře můžeme nalézt několik způsobů členění národního hospodářství. Uvedu čtyřsektorové rozlišení národního hospodářství, které v trojúhelníkovém schématu vyjádřil V. A. Pestoff z hlediska tří kritérií:

- *podle kritéria financování na ziskový a neziskový sektor,*
- *podle vlastnictví na soukromý a veřejný sektor,*
- *podle míry formalizace na formální a neformální sektor* (Rektořík, 2001, s. 16, podle Pestoffa, 1995).

Na Pestoffův model členění národního hospodářství navazuje rozdělení podle principu financování na ziskový (tržní) a neziskový (netržní) sektor, který se dále rozlišuje na veřejný sektor, soukromý sektor a sektor domácností. Jádrem ziskového sektoru je trh. Patří do něj subjekty, které získávají zdroje z prodeje statků a služeb. Do neziskového sektoru spadají subjekty, které nebyly založeny za účelem dosahování zisku, nýbrž kvůli určitému společenskému poslání. Neziskový veřejný sektor je reprezentovaný státem a samosprávou. Cílem je poskytování veřejných služeb. Neziskový soukromý sektor, označovaný rovněž jako „třetí sektor“, charakterizují iniciativy fyzických nebo právnických osob, které existují za účelem naplnění společenského užitku. Sektor domácností tvoří jednotlivci, rodina, domácnosti a neformální komunity. (Rektořík, 2001, s. 14). Sociální ekonomika propojuje trh s aktivitami občanů. Začneme proto oblastí, ve které se subjekty zaměřují na jiné cíle, než na maximalizaci zisku.

1.1 Sociální ekonomika na pomezí neziskového a podnikatelského sektoru

1.1.1 Vymezení nestátních neziskových organizací

V soudobé ekonomice existuje vedle veřejného sektoru a tradičních firem škála aktivit, vykonávaných organizacemi, které nesou v různých zemích různá označení: třetí sektor, nestátní neziskový sektor, dobrovolný sektor a také sociální ekonomika (CVNS, 2005, s. 4). Pro neziskový sektor autoři (Rektořík, 2010; Frič, 2001; Čepelka, 2003) používají pojmenování třetí sektor, dobrovolný nebo nevládní či občanský sektor. Organizace neziskového sektoru vyplňují prostor mezi státními institucemi a ziskovými společnostmi a působí tam, kde stát ani podniky nestačí plně uspokojovat potřeby občanů

(Potůček, 2007). Dnešní podoba nestátních neziskových organizací (dále jen NNO) je zcela konkrétní. Podle nového občanského zákoníku (zákon č. 89/2012 Sb.) neziskové organizace tvoří spolky, nadace a nadační fondy, ústavy, obecně prospěšné společnosti a církevní neziskové organizace podle zákona č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech. Existence těchto organizací je buď z důvodu obecné, nebo vzájemné prospěšnosti. Neziskové organizace mají významnou úlohu ve společnosti, protože *„přispívají k vytváření zaměstnanosti, aktivnímu občanství, demokracii, zajišťují širokou škálu služeb, zastupují zájmy občanů vzhledem k různým (veřejným) úřadům a hrají důležitou roli v podpoře a zaručování lidských práv a vývojové politice. (...) Nestátní neziskové organizace přinášejí nové pohledy a návody řešení reagující jak na místní potřeby a problémy, tak i na velké globální výzvy konce 20. století (například environmentální problémy)“* (CVNS, 2005, s. 6).

Organizace neziskového sektoru se oproti státním nebo ziskovým institucím vyznačují specifickými charakteristikami. Nejznámější rysy pojali ve strukturálně-operacionálním přístupu občanského sektoru autoři Salomon a Anheier (CVNS: 2005, s. 6). Jedná se o komplexní mezinárodně uznávanou charakteristiku nestátních neziskových organizací.

Institucionalizovanost – neziskové organizace mají organizovanou strukturu a všechny musí být právně registrovány.

Soukromost – NNO mají ve své podstatě soukromou strukturu a jsou oddělené od státní správy.

Neziskovost – pojem mylně působí, že organizace nemohou mít vlastní příjem. Neziskovost znamená, že NNO případný zisk nerozdělují mezi své členy, ale použijí jej na naplnění svého poslání.

Samosprávnost – NNO jsou schopné řídit samy sebe. Mají vlastní řídicí struktury a kontrolní systémy.

Dobrovolnost – v neziskových organizacích představují významný podíl zaměstnanců dobrovolní pracovníci (CVNS: 2005, s. 24).

Od organizací v podnikatelském sektoru se odlišují zejména hospodařením s vlastním ziskem, který mohou produkovat v rámci vedlejší podnikatelské činnosti. Český právní systém umožňuje neziskovým organizacím jinou výdělečnou či podnikatelskou

činnost, proto se mohou stát aktéry sociálního podnikání. Zisk z podnikání však musí být použit v souladu se svým posláním nebo k zajištění obecně prospěšných aktivit. Specifika neziskových organizací si nejlépe uvědomíme, pokud je vymezíme oproti veřejnému a soukromému sektoru.

1.1.2 Vymezení podnikatelského sektoru

V podnikatelském sektoru převládá soukromé vlastnictví, podle něhož je podnikatelský sektor nazýván soukromým. Soukromovlastnické subjekty mohou být jak fyzické osoby, které podnikají na základě živnostenského oprávnění, tak právnické osoby. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, upravuje podmínky pro podnikání fyzických osob. Podle tohoto zákona se živnostenským podnikáním rozumí „*soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.*“ Živnosti se rozlišují na ohlašovací a koncesované, ohlašovací živnosti se dále člení na řemeslné, vázané a volné.

Na působení právnických osob v podnikání se vztahuje zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. Tato legislativa definuje právnické osoby jako obchodní korporace, které mohou mít právní formu společnost s ručením omezeným, akciová společnost, veřejná obchodní společnost, komanditní společnost a družstvo.

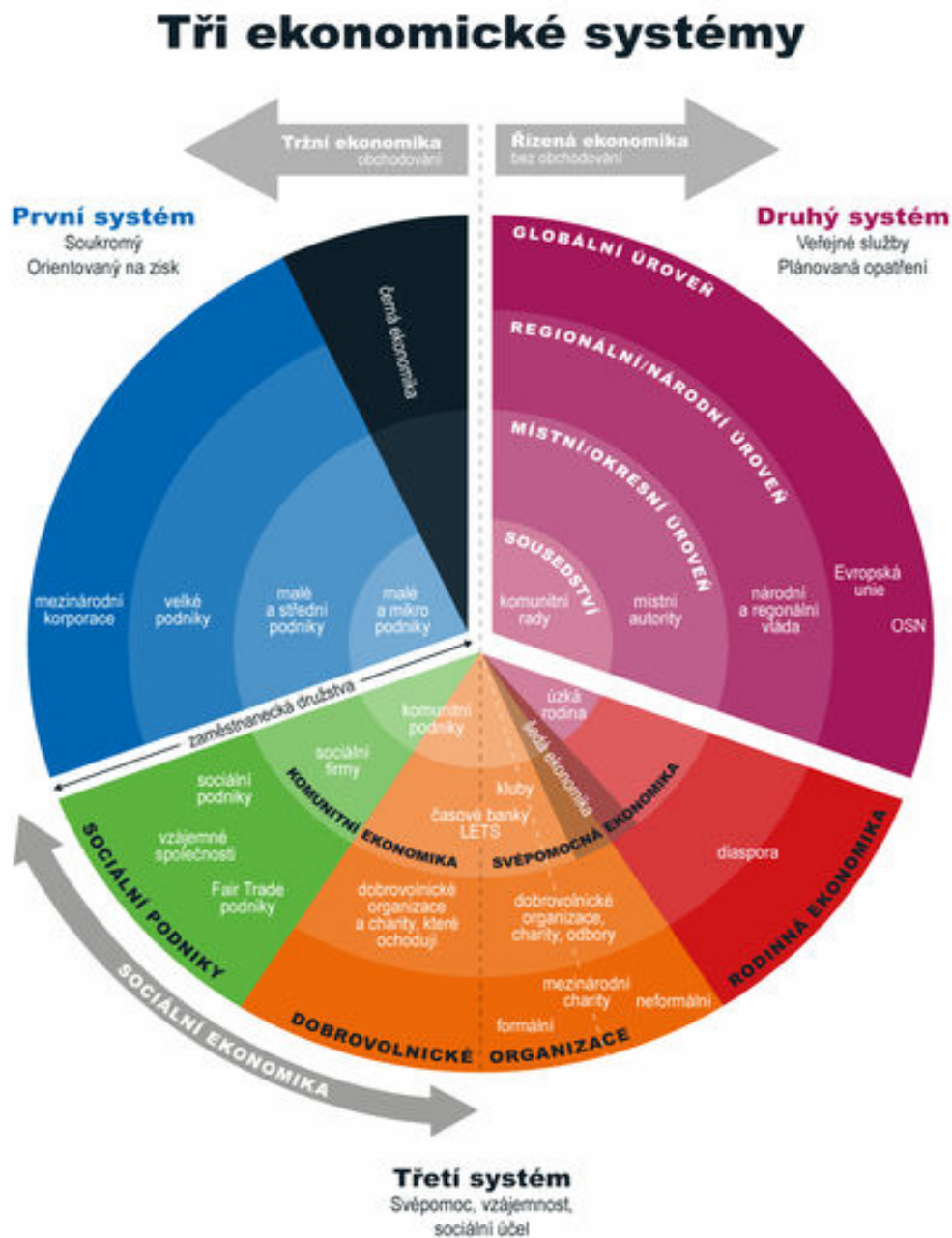
Podnikatelský sektor může být rozlišován podle následujících znaků:

- *právní formy vlastnictví (podniky jednotlivce – živnosti; osobní společnosti – veřejná obchodní společnost, komanditní společnost; kapitálové společnosti – společnost s ručením omezeným, akciová společnost; družstva; veřejné – státní podniky),*
- *sektorů (primární, sekundární, terciální sektor; veřejný a soukromý),*
- *odvětví (sektor zemědělství, průmyslu, služeb),*
- *velikosti (malé, střední, velké),*
- *typu výroby (hromadná, sériová a kusová výroba) (Synek, 2002, s. 58).*

Vnímání podniků by se nemělo jednostranně zaměřovat na samotnou ziskovost, ale také na jejich užitek, který přináší zákazníkům, zaměstnancům a všem ostatním, kteří mají s podnikem co do činění (Synek, 2002, s. 51). Společensky prospěšné aktivity, např. pozornost ke znevýhodněným lidem nebo ekologickou šetrnost, si kladou za dílčí cíl i tzv. společensky odpovědné organizace. Vzhledem k tomu, že koncept společenské zodpovědnosti ziskových podniků sdílí společné hodnoty s principy sociálních podniků,

věnuji společenské zodpovědnosti firem dílčí kapitolu. Základní rozdíl však oproti neziskovým organizacím a potažmo sociálním podnikům spočívá v tom, že ziskové organizace využívají společenské prospěšnosti k získání prestiže, aby dosáhly zisku.

Obr. č. 1: Ukotvení konceptu sociální ekonomiky v národním hospodářství



Zdroj: Tožička, 2013 podle *Three systems of the economy in Social Enterprise* (Pearce, 2003, s. 25)

Obrázek znázorňuje pole pro jednotlivé sektory: soukromý systém orientovaný na zisk, státní sektor s veřejnými službami a třetí systém, nebo také neziskový sektor. Na obrázku vidíme, že pole sociální ekonomiky zasahuje do podnikatelského i neziskového sektoru. Právě do tohoto prostoru patří sociální podniky.

Od vymezení charakteristik neziskového a tržního sektoru se můžeme zaměřit na identifikaci rysů sociální ekonomiky a následně sociálních podniků. Přibývá počet neziskových organizací, které se rozhodly zahájit podnikání. Důvodem, proč neziskové organizace obrací pozornost k vlastní výdělečné činnosti a vyvíjení vedlejší podnikatelské aktivity je jednak snaha po dosažení určité finanční nezávislosti a také naplnění sociálního užitku prostřednictvím podnikatelské aktivity. Vzniká tak průsečík mezi tržním a občanským sektorem. Obě typické charakteristiky: plnění sociálních cílů a vytváření zisku, tedy pojmy „sociální“ a zároveň „podnikání“, propojují organizace, se kterými se již několik let setkáváme i v České republice, pod názvem „sociální podnikání“, „sociální podnik“ a „sociální firma“.

1.2 Společné znaky sociální ekonomiky, občanského a podnikatelského sektoru

Předchozí kapitola nastínila hlavní rysy podnikatelského a neziskového sektoru. Sociální ekonomika se snaží naplnit veřejné zájmy, na které stát nestačí a reaguje na potřeby znevýhodněných a ohrožených skupin obyvatel. Společně s neziskovými organizacemi sdílí společné myšlenky humanismu a solidarity, rozvíjení demokracie, posilování soc. soudržnosti a samosprávnost. Nachází se v průsečíku mezi veřejným, soukromým, tržním a občanským sektorem (Dohnalová, 2009, s. 7). Sociální ekonomika a občanský sektor představují z velké části totožnou oblast společnosti, ve které nejrozmanitější organizace propojují ekonomické a sociální záměry. Odlišují se od sebe ve výkladu rolí a očekávání nestátních neziskových organizací, které mají naplňovat.

V některých zemích se sociální ekonomika s občanským sektorem z větší či menší míry překrývají. Je to způsobeno tím, že sociální ekonomika prostřednictvím podnikání *„sleduje sociální cíle zejména v místních podmínkách se zachováním mnohého, co od občanského sektoru požadujeme (důvěra, sociální kapitál, dobrovolnost, inovace“* (Dohnalová, 2009). Hunčová (2004, s. 55) vnímá sociální ekonomiku jako nástroj k rozvoji

občanské společnosti a přikládá jí participativní, demokratickou, kooperativní a humanizační úlohu v občanské společnosti při řešení negativních důsledků globalizace, která zapříčiňuje krizi komunit a vyčerpání přírodních zdrojů. Společný koncept sociální ekonomiky s nestátními neziskovými organizacemi představila studie Sociální ekonomika a nestátní neziskové organizace v České republice (CVNS, 2005).

- 1. Požadavek na formální strukturu ve vymezení nestátního neziskového sektoru se objevuje v právně-institucionálním přístupu k sociální ekonomice, třebaže v tomto případě jsou pouze uvedeny tři hlavní organizační typy (a navíc je řečeno, že tyto vlastnosti mohou mít i uskupení neformální, tedy bez právní subjektivity).*
- 2. Soukromý/nestátní charakter organizací nestátního neziskového sektoru je implicitně obsažen v konceptu sociální ekonomiky, kde se odkazuje na konkrétní právní typy organizací, které jsou soukromého charakteru.*
- 3. Kritérium samosprávy (self-governance) u strukturálně-operacionální definice zase nachází svůj odraz v požadavku na nezávislost managementu u sociální ekonomiky.*
- 4. Kritérium dobrovolnosti, vycházející patrně především z britské tradice, je v případě vymezení sociální ekonomiky v praxi naplňován jednak svobodnou možností členství, jednak práce členů správních rad je v těchto organizacích většinou dobrovolná“ (CVNS: 2005, s. 11).*

Když porovnáme tyto rysy s charakteristikami neziskových organizací, vidíme, že sociální ekonomika vstupuje na trh jako samosprávný hospodářský subjekt s cílem sloužit svým členům nebo širší společnosti. Z tohoto kontextu vyplývá, že sociální ekonomika je obsáhlá a zahrnuje prvky ziskového i neziskového sektoru.

1.3 Vymezení sociální ekonomiky v Evropském pojetí

Pojetí sociální ekonomiky v evropském kontextu se vymezuje vůči ziskovému i neziskovému sektoru a je široké, protože zahrnuje různé typy právnických subjektů s různým posláním. Vymezení sociální ekonomiky se liší podle historických, místních a právních zvyklostí jednotlivých zemí, odlišných pohledů a teoretických přístupů, proto nejde uchopit její jednoznačnou komplexní definici. Rovněž úroveň vyspělosti sociální ekonomiky se v jednotlivých zemích liší. Některé země (Velká Británie, Belgie, Itálie) mají sociální ekonomiku legislativně ošetřenou a koncepčně podchycenou. Jetmar (2012)

uvádí, že míra rozvoje sociální ekonomiky a sociálního podnikání v jednotlivých státech je ovlivněna:

- 1) *hodnotovou orientací společnosti a postoji k marginalizovaným skupinám obyvatelstva,*
- 2) *rolí vlády a veřejného sektoru při řešení sociálního začleňování a zaměstnanosti,*
- 3) *úrovni rozvoje občanské společnosti,*
- 4) *politickou a institucionální tradicí.* (Jetmar, 2012, s. 14)

Záleží tedy na tom, do jaké míry se budou stát a veřejné orgány, občanské iniciativy i podnikatelské subjekty zapojovat do problematiky sociální ekonomiky a sociálního podnikání. Pozvolna si sociální ekonomika získává stále větší zájem ze strany ekonomických i politických institucí. Pro sociální ekonomiku existuje několik definic, které pojmenovaly významné evropské instituce, např. Mezinárodní centrum výzkumu a informací o veřejné, sociální ekonomice a družstvech (CIRIEC)¹, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)² a Evropská síť výzkumných společností (EMES)³.

Sociální ekonomice je věnováno několik odborných publikací, zejména z per autorů Marie Dohnalové, Petry Francové, Magdaleny Hunčové, Jaroslavy Kadeřábkové, Marka Jetmara a dalších autorů. Tématem se zabývá také řada diplomových prací studentů vysokých škol (Koňarová, 2014; Topinková, 2013; Šimková, 2013). Několik let u nás působí instituce (např. P3 People-Planet-Profit, o. p. s., zastřešující platformu TESSEA⁴, Fokus Praha, o. s., koordinující Platformu sociálních firem), které sdružují aktivní činitele sociální ekonomiky, přenášejí zahraniční zkušenosti, propagují model sociální ekonomiky do povědomí široké veřejnosti, vytvářejí partnerství a usilují o uzákonění sociálního podnikání v legislativě.

Podle Zprávy evropského parlamentu (2009) je sociální ekonomika označována jako „solidární ekonomika“, „třetí sektor“, „platforma“ nebo „třetí systém“ a tvoří ji subjekty jako družstva, vzájemné společnosti, sdružení, nadace a další podniky, které splňují charakteristiky sociální ekonomiky.

¹ International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy

² The Organisation for Economic Co-operation and Development

³ European Research Network

⁴ Tematická síť pro sociální ekonomiku

CIRIEC vymezuje sociální ekonomiku jako „*soubor soukromých, formálně založených společností, s rozhodovací samostatností a svobodou členství, jež byly vytvořeny za účelem splnění potřeb jejich členů prostřednictvím trhu a výroby zboží a poskytování služeb, pojištění a finančních služeb, kde rozhodování a jakékoliv rozdělování zisků nebo přebytků mezi členy není přímo svázáno s kapitálem nebo poplatky zaplacenými jednotlivými členy, kteří mají každý jeden hlas. Sociální ekonomika také zahrnuje soukromé a formálně založené organizace s rozhodovací samostatností a svobodou členství, které poskytují netržní služby pro domácnosti a jejichž případné přebytky není možné vyčlenit pro ekonomické agenty, kteří je vytvářejí, kontrolují nebo financují.*“

OECD definuje sociální ekonomiku jako „*organizace přispívající k zaměstnanosti, sociálnímu začleňování, demokratické participaci a budování komunit.*“ Evropská výzkumná společnost EMES do sociální ekonomiky zahrnuje „*podniky družstevního charakteru, vzájemného prospěchu a pojišťování společností, nadace a další typy neziskových organizací, (...) s primárním cílem sloužit potřebám svých členů nebo širšímu veřejnému zájmu namísto maximalizování a rozdělování zisku mezi členy nebo podílníky.*“

Pojem sociální ekonomiky jako první deklaruje od r. 1980 Charta sociální ekonomiky, která byla sepsána ve Francii a identifikuje společné hodnoty subjektů sociální ekonomiky:

- demokratický princip jako základní prvek řízení
- při rozhodování je uplatňované pravidlo jeden člověk - jeden hlas
- svobodné zapojení členů v organizaci
- vztahy mezi členy posiluje vzdělávání a informovanost
- právo na rozvoj každého subjektu
- právo pozitivního přebytku, který musí sloužit společnému zájmu organizace (Dohnalová, Průša, 2009, s. 13).

Odborníci z EMES (Defourny, Borzaga) identifikují dva teoretické přístupy, jejichž kombinace definuje koncept sociální ekonomiky: (Defourny, Borzaga in Sociální ekonomika a NNO v ČR, CVNS, 2005 s. 10)

- 1) normativní přístup, který vytyčuje společné rysy a principy jednotlivých subjektů sociální ekonomiky

2) právně-institucionální přístup, který pojímá tyto typy právnických subjektů: družstva, vzájemně prospěšné organizace, asociace a dle českého právního přístupu některé typy nadací (CVNS, 2005, s. 8).

Subjekty podle obou přístupů naplňují dále tyto principy sociální ekonomiky. Cílem organizací sociální ekonomiky je sloužit členům nebo komunitě. Vytvářet zisk není primární, zisk je reinvestován do organizace nebo slouží k obecnému prospěchu. Řídící struktury organizace jsou nezávislé, uplatňují demokratický rozhodovací proces. Lidé a práce jsou nadřazeni nad ziskem.

Je třeba si uvědomit, že i přes tyto charakteristiky se nacházejí subjekty sociální ekonomiky v dynamickém procesu, proto se mohou přes teoretické vymezení odlišovat v určitých specifikách. Odlišnosti nalezneme i v právních typech subjektů sociální ekonomiky jednotlivých zemí. Ve státech Evropské unie sociální ekonomiku tvoří asociace, vzájemné společnosti, nadace a družstva. Dohnalová (2006, s. 40) označuje tyto základní formy sociální ekonomiky jako „pilíře sociální ekonomiky“. Charakteristiky těchto subjektů jsou vyjádřeny v tabulce.

Tabulka č. 1: Pilíře sociální ekonomiky

| | |
|---|---|
| <p>Družstva</p> <ul style="list-style-type: none"> – dobrovolné o otevřené členství – stejná váha hlasu založená na většině – členové přispívají k základnímu jmění, které je proměnlivé – autonomie a nezávislost – hlavní oblasti činnosti: zemědělství, bankovníctví, výroba, maloobchod a služby | <p>Vzájemné společnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – dobrovolné a otevřené členství – stejná váha hlasu založená na většině – členské příspěvky, není nutný prvotní vklad – autonomie a nezávislost – hlavní oblasti činnosti: zdravotnictví, životní a ostatní typy pojištění, poskytování hypoték |
| <p>Asociace</p> <ul style="list-style-type: none"> – dobrovolné a otevřené členství – stejná váha hlasu založená na většině – členské příspěvky, není nutný prvotní vklad – autonomie a nezávislost – hlavní oblasti činnosti: zajištění služeb oblasti sociální, zdravotní, sportu a rekreace, péče o starší občany a děti, dobrovolnická práce, – zastupování/reprezentace | <p>Nadace</p> <ul style="list-style-type: none"> – řízena správní radou – majetek získán z darů a příspěvků – hlavní oblasti činnosti: financování výzkumu a jeho provádění, podpora mezinárodních, národních a místních projektů jednotlivců i organizací, podpora dobrovolnické služby |

Zdroj: Dohnalová a kol., 2009, s. 14 podle DG enterprise social economy pages, 2005.

Organizace uvedené v tabulce představují základní formy subjektů sociální ekonomiky v evropském pojetí. Další formy sociální ekonomiky nalezneme v jednotlivých státech, které se odlišují podle místních podmínek. Podle Chavese a Monzóna (2007, in Dohnalová, Průša, 2001, s. 69) to jsou rozvojové agentury, integrační podniky, dobrovolná sdružení a organizace, podniky se sociálním zaměřením, střediska sociální integrace a sociálně zaměřená sdružení (Dohnalová, Průša, 2001, s. 69). Jaké formy tvoří sociální ekonomiku v České republice a čím se vyznačují, popíše následující kapitola.

1.4 Sociální ekonomika v České republice

V České republice se subjekty sociální ekonomiky podle předchozího členění „pilířů sociální ekonomiky“ rozšiřují o sociální podniky, nestátní neziskové organizace provozující ekonomickou činnost nebo o instituce, které podporují aktivity sociálních podniků v oblasti vzdělávání, poradenství a financování (Bednáriková a kol., 2011, s. 14). Sociální ekonomika vzniká v demokratickém systému a je vyjádřením organizované občanské společnosti. V České republice byla na počátku 19. století spojována s tradicí vzájemnosti, svépomoci, dobrovolnictví a družstevnictví, tedy se subjekty, které byly postavené na vzájemné důvěře a spolupráci za účelem uspokojování potřeb svých členů. Tyto zdárně se vyvíjející občanské aktivity (a s tím související aktivity sociální ekonomiky) byly přerušeny válečným obdobím a zásahy komunistického režimu. Svobodný spolkový život byl potlačen úplně a družstva fungovala pod diktátem komunistického režimu. Např. výrobním družstvům stát určoval, jaké produkty a kolik jich budou vyrábět, zemědělská družstva byla násilně kolektivizována atd. (Dohnalová a kol., 2011, s. 23). Tyto historické skutečnosti mají za následek pomalejší prosazování sociální ekonomiky do našeho prostředí. Jak bylo řečeno, sociální ekonomika je vyjádřením občanské společnosti, proto se v České republice začala více rozvíjet v 90. letech minulého století v souvislosti se vznikem třetího sektoru po pádu komunistického režimu.

Do povědomí širší veřejnosti se koncept sociální ekonomiky dostal v roce 2002, kdy byla v Praze uspořádána Mezinárodní konference o šíření sociální ekonomiky. Poprvé se tak na významné úrovni diskutovaly otázky trvalého rozvoje, sociální soudržnosti, vytváření zaměstnanosti, modernizace sociální ekonomiky a rozvoje sociálního podnikání. Od té doby se sociální ekonomika stává předmětem zájmu zástupců z veřejných, podnikatelských i neziskových organizací, kteří principy a hodnoty sociální ekonomiky prosazují do společnosti (Dohnalová a kol., 2011).

Asi nejvíce se o prosazování sociální ekonomiky a rozvoj sociálního podnikání na regionální i celostátní úrovni v České republice zasadila zejména TESSEA (Tematická síť pro sociální ekonomiku), kterou koordinuje obecně prospěšná společnost 3P – People, Planet, Profit. Jejím cílem je podpořit rozvoj sociálního podnikání v České republice a zvýšit informovanost o tomto konceptu (Bednáriková a kol., 2011, s. 7). TESSEA je názorovou platformou všech, kteří podporují sociální podnikání v ČR. Sdružuje jak právnické osoby z řad sociálních podnikatelů, tak fyzické osoby a je určena zájemcům

o téma sociálního podnikání z řad široké veřejnosti. V roce 2011 vypracovala společnost TESSEA „Studii infrastruktury sociální ekonomiky v České republice“, která komplexně zachytila soudobý přehled o sociální ekonomice v našich podmínkách. Podle této studie je sociální ekonomika „*souhrn aktivit uskutečňovaných subjekty sociální ekonomiky, jejichž cílem je zvýšit zaměstnanost v místních podmínkách, anebo uspokojit další potřeby a cíle komunity v oblasti ekonomického, sociálního, kulturního a environmentálního rozvoje*“ (Bednáriková a kol., 2011, s. 6).

Mezi subjekty sociální ekonomiky u nás autoři zařazují družstva (ziskový subjekt) a neziskové organizace: spolky, obecně prospěšné společnosti, které zaměstnávají znevýhodněné osoby, nebo vykonávají doplňkovou ekonomickou činnost, a účelová zařízení církví. Novým typem subjektu sociální ekonomiky v České republice je sociální podnik. Jaké je pojetí sociálních podniků v naší zemi, nám přiblíží další kapitola.

1.5 Sociální podnikání v České republice

Podobně jako u vymezení sociální ekonomiky existuje i v případě definování sociálního podniku několik interpretací. Kolektiv odborníků v organizaci TESSEA v roce 2010 sestavil definici sociálního podnikání, podle které se sociálním podnikáním rozumí „*subjekt sociální ekonomie, tj. právnická nebo fyzická osoba, která prostřednictvím podnikatelské aktivity řeší otázky zaměstnanosti, sociální soudržnosti, podporuje solidární chování a uspokojuje další potřeby v oblasti ekonomického, sociálního, kulturního a environmentálního rozvoje*“ (Bednáriková a kol., 2011, s. 9). Podnikatelské aktivity rozvíjí na konceptu trojího prospěchu – ekonomického, sociálního a environmentálního. Tento koncept znamená pro sociální podniky trojí ovlivnění jejich činnosti: vytváření zisku a ekonomický růst, solidární chování a sociální kapitál a respektování životního prostředí pro udržitelný rozvoj (Dohnalová a kol., 2010). Z charakteristiky sociálního podnikání odvodíme sociální podnik, který je vnímán jako „*subjekt sociálního podnikání, tj. právnická osoba nebo její část nebo fyzická osoba, která splňuje principy sociálního podniku; sociální podnik musí mít příslušné živnostenské oprávnění*“ (Bednáriková a kol., 2011, s. 15).

Současný právní řád zatím nevymezuje sociální podniky. Aby se koncept sociálního podnikání mohl prosadit do právních předpisů, vytvořila TESSEA návrh na zapracování sociálních podniků do české legislativy. Ministerstvo průmyslu a obchodu a Ministerstvo

práce a sociálních věcí projednává věcný záměr zákona o sociálním podnikání, který by se měl do parlamentu dostat ke konci příštího roku (2015). *„Návrh pracuje se třemi variantami. Ideální variantou je samostatný zákon o sociálním podniku. Optimální krátkodobou variantou je zapracování „společensky prospěšného zaměstnavatele“ do zákona o zaměstnanosti jako forma cíleného programu v § 120. Minimalistickou variantou, kterou preferuje MPSV, je metodické opatření poskládané z existujících nástrojů aktivní politiky zaměstnanosti, které by bylo pilotně ověřeno ve 3 krajích.“* Rovněž by měl vzniknout mezirezortní orgán Rada pro sociální ekonomiku (<http://www.ceske-socialni-podnikani.cz/cz/novinky/810-navrh-na-zpracovani-socialnich-podniku-do-legislativy>, staženo 9. 3. 2014). TESSEA dále vytvořila pro MPSV návrh na indikátory sociálních podniků a integračních sociálních podniků, které se dají zakomponovat do legislativy, např. do zákona o zaměstnanosti.

Zákony pro oblast sociálního podnikání regulují činnost obchodních korporací nebo podnikatelskou činnost organizací nestátního neziskového sektoru. Neziskovým organizacím zákon nařizuje případný zisk použit k naplnění obecně prospěšného poslání. Zákon o obchodních korporacích, který rokem 2014 vstoupil v platnost, jako subjekt sociálního podnikání reflektuje sociální družstvo. Paragraf 758 vymezuje sociální družstvo jako *„družstvo, které soustavně vyvíjí obecně prospěšné činnosti směřující na podporu sociální soudržnosti za účelem pracovní a sociální integrace znevýhodněných osob do společnosti s přednostním uspokojováním místních potřeb a využíváním místních zdrojů podle místa sídla a působnosti sociálního družstva, zejména v oblasti vytváření pracovních příležitostí, sociálních služeb a zdravotní péče, vzdělávání, bydlení a trvale udržitelného rozvoje.“* (Zákon o obchodních korporacích. Zákon č. 90/2012 Sb. v účinném znění ke dni 24. 8. 2014). Tím, že zákon nenastavuje pravidla pro sociální podnikání, staví začínající sociální podnikatele do situace, kterou právní formu zvolí. Vybrat si mohou podle Zákona č. 90/2012 o obchodních korporacích. Se sociálním podnikáním souvisí další právní předpisy: Zákon č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů).

Sociální podniky mohou mít podobu různých právních forem: společnosti s ručením omezeným, družstva, obecně prospěšné společnosti atd. Sociálním podnikatelem se také může stát fyzická osoba, které podniká na základě živnostenského oprávnění (OSVČ).

Podle druhu podnikání je specifická a vhodná jiná právní norma. Pro zjištění typologie a četnosti sociálních podniků na území celé České republiky provedli odborníci z TESSEA na konci roku 2012 a začátkem roku 2014 rozsáhlou studii sociálních podniků. Podle nejaktuálnější studie bylo v době šetření mezi říjnem a lednem 2014 u nás registrováno 143 sociálních podniků s nejčastější právní formou společnost s ručením omezeným. Oblasti, ve kterých sociální podniky nejvíce působí, se týkají zahradnických služeb, úpravy zeleně, údržby nemovitostí a úklidových prací. Druhou nejoblíbenější oblastí je pohostinství a ubytování, na třetím místě potravinářská výroba a prodej. Nejčastější cílovou skupinou jsou osoby se zdravotním postižením, druhou dlouhodobě nezaměstnaní a třetí etnické menšiny. (Dotazníkové šetření mezi sociálními podniky - únor 2014, 2014, s. 3-5). Podle aktuálního adresáře sociálních podniků (kompletní katalog sociálních podniků je dostupný na informační síti www.ceske-socialni-podnikani.cz), existuje v současné době 205 sociálních podniků (k 13. 11. 2014). Registrace těchto podniků dosud není povinná, dostupné informace jsou pouze na základě podmínek daného registru.

1.5.1 Principy sociálních podniků

Sociální podnikání už v samotném názvu nese vyjádření, že se jedná o činnost s ekonomickými i sociálními rysy. Není určeno právní formou, ale především svou povahou, vlastnostmi a způsobem, jak využívají zisky z podnikatelské činnosti. V předchozí kapitole jsme definovali, čím se vyznačují subjekty sociální ekonomiky. EMES (Defourny, Borzaga, 2004) u sociálních podniků identifikovali tyto principy a hodnoty:

Trvalé aktivity produkující užitek a/nebo poskytující služby

Hlavním cílem sociálních podniků normálně není, na rozdíl od tradičních neziskových organizací, angažovanost v dobročinných aktivitách nebo v přerozdělování finančních toků (jako například u nadací). Jsou však direktivně zapojeny do produkce užitku nebo poskytování služeb lidem a to na permanentní bázi. Zajišťování takového užitku nebo služeb je tedy právě ten nebo jeden z hlavních důvodů pro existenci sociálních podniků.

Vysoký stupeň autonomie

Sociální podniky jsou dobrovolně vytvářeny skupinami lidí a jsou jimi řízeny v rámci autonomního plánování a adekvátně tomu mohou být závislé na veřejných dotacích. Nejsou

však přímo ani nepřímo řízeny veřejnými autoritami nebo jinými organizacemi (svazy, soukromými firmami atd.). Mají také obě práva "hlasu a odchodu" (právo upevňovat svou vlastní pozici stejně jako ukončit svou aktivitu).

Významná rovina ekonomického riskování

Ti, kdo zakládají sociální podnik, předpokládají jistě nebo zčásti risk spojený s těmito iniciativami. Narozdíl od většiny veřejných institucí závisí jejich finanční životnost na úsilí jejich členů a zaměstnanců při zabezpečování adekvátních zdrojů.

Minimální množství placené práce

Stejně jako v případě většiny tradičních neziskových asociací, sociální podniky mohou také kombinovat peněžní a nepeněžní zdroje, dobrovolnou a placenou práci. Přesto aktivity prováděné sociálními podniky vyžadují minimální hladinu placené práce.

Zřetelný záměr prospět společnosti

Jedním ze základních záměrů sociálních podniků je sloužit společnosti nebo specifické skupině lidí. Na stejné úrovni je hlavní charakteristikou sociálních podniků i jejich touha podporovat smysl pro sociální zodpovědnost na lokální úrovni.

Iniciativa nastartovaná skupinou občanů

Sociální podniky jsou výsledkem kolektivní dynamiky lidí patřících ke společnosti nebo skupině, která sdílí určitou potřebu nebo záměr. Tento kolektivní rozměr musí být zachován, přestože je vedení ztělesňováno specifickými jednotlivci nebo skupinou vůdců (Defourny, 2004, s. 7-8).

Od charakteristik sociálních podniků v evropském pojetí se zohledněním koncepce českého sociálního podnikání, odvodili členové řídicích skupin TESSEA principy sociálních podniků v České republice. Pro instituce, které se hlásí k sociálnímu podnikání, by měly tyto principy představovat východiska podnikatelského jednání. Začínajícím sociálním podnikatelům mohou posloužit jako vodítka. V současnosti není platná legislativa, která by vynucovala dodržování těchto pravidel. Sociální podniky mají principy splňovat, nebo k nim alespoň směřovat (Bednáriková a kol., 2011, s. 10).

Tabulka č. 2: Principy sociálního podniku podle TESSEA

| Sociální prospěch | Ekonomický prospěch | Environmentální a místní prospěch |
|---|---|---|
| CHARAKTERISTIKY | | |
| Provozování aktivity prospívající společnosti či specifické skupině (znevýhodněných) lidí. | Vykonávání soustavné ekonomické aktivity | Přednostní uspokojování potřeb místní komunity. |
| Participace zaměstnanců a členů na strategickém směřování podniku. | Nezávislost (autonomie) v manažerském rozhodování a řízení na externích zakladatelích nebo zřizovatelích. | Využívání přednostně místních zdrojů. |
| Případný zisk používán přednostně pro rozvoj sociálního podniku a/nebo pro naplnění veřejně prospěšných cílů. | Alespoň minimální podíl tržeb z prodeje výrobků a služeb na celkových výnosech a jeho dynamika. | Uspokojování přednostně místní poptávky. |
| | Schopnost zvládat ekonomická rizika | Zohledňování environmentálních aspektů výroby i spotřeby. |
| | Trend směrem k placené práci. | Spolupráce sociálního podniku s důležitými místními aktéry. |
| | | Inovativní přístupy a řešení. |

Zdroj: Bednáriková a kol., 2011, s. 10-11.

Charakteristiky sociálního podniku jsou členěné do sloupců podle sociálního, ekonomického a environmentálního prospěchu. Pomocí těchto principů můžeme přesněji definovat sociální podniky v českém prostředí. V principech sociálního podniku nalezneme společně s ekonomickými a sociálními rovněž ekologické souvislosti, které by neměly být opomíjeny. O environmentální přínos sociálního podnikání jsem se zajímala v rámci této práce. Po seznámení s odbornou literaturou a adresářem existujících sociálních podniků na

území České republiky však musím konstatovat, že u většiny sociálních podniků se jedná o propojování ekonomické aktivity se sociální oblastí, nejčastěji při zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Některé sociální podniky jsou přímo činné v environmentální oblasti, přesto musím poukázat na to, že je tento rozměr jen částečně reflektován a nestojí rovnoměrně vůči principům sociálnímu a ekonomickému. Francová při charakterizování sociálního podnikání uvádí naplňování sociálních, ekonomických i environmentálních aspektů. Měly by být v rovnováze a měly by zajišťovat trojí prospěch. Mezi principy sociálního podnikání patří podmínka zohledňování environmentálního rozměru v činnosti podniků, ve kterých uspokojují přednostně místní potřeby a využívají přednostně místní zdroje. Typickým příkladem je sociální podnik Moštárna Hostětín, s. r. o.

Pole působnosti sociálního podnikání je velmi variabilní, protože každá organizace přináší jiný průnik těchto prospěchů. Úzkou provázanost mezi těmito třemi aspekty v české odborné literatuře zastává autorka Nad'a Johanisová, která zdůrazňuje, že mnohdy opomíjený environmentální přínos by měl být stejně rovnoprávný, jako sociální a ekonomický prospěch. Současně uvádí, že v Evropě je dosahování sociálního prospěchu nadřazeno zisku (Johanisová, 2008, s. 16).

Petra Francová charakterizuje pojetí českého sociálního podnikání jako široké, zaměřené převážně na zaměstnávání znevýhodněných osob (tzv. integrační sociální podniky)⁵ a na poskytování obecně prospěšných služeb v oblasti sociálního začleňování a místního rozvoje včetně ekologicky orientovaných činností. Mezi aktéry spadají jak jednotlivci ze znevýhodněných skupin, kteří se věnují podnikání, tak nestátní neziskové organizace, které provozují sociální podnikání jako doplňkovou činnost pro zabezpečení své prospěšné činnosti. Potenciál sociálního podnikání podle Francové spočívá ve schopnosti přispět k udržitelnému řešení nejen podpory znevýhodněných, ale také podpory nezaměstnaných, aktivizaci lokálních komunit či prosazování ekologického chování. Dohnalová a Potůček (2009, s. 3) k uvedenému potenciálu sociálního podnikání přisuzují zlepšení partnerství mezi místními úřady a místními podnikateli, propagování veřejné angažovanosti, která umožní jednotlivcům pracovat na obnově jejich okolí a zvýšení kvality při uspokojování lokálních potřeb místními subjekty.

⁵ Sociální podniky typu WISE jsou sociální podniky pro pracovní integraci. Zkratka WISE pochází z anglického slovního spojení Work Integration Social Enterprise.

Při vyslovení pojmu „sociální podnik“ si můžeme v České republice představit podnik s přidanou hodnotou - podnik, který vykonává různé ekonomické aktivity a je odpovědný k přírodě i lidem. Na rozdíl od jiných komerčních podniků obsahuje vedle hospodářského významu také sociální a ekologický prospěch a vyniká tím, že místo finančního zisku usiluje spíše o zvýšení zaměstnanosti určité znevýhodněné skupiny v regionu, uspokojování lokálních potřeb v oblasti ekonomické, sociální, kulturní a environmentální. Sociální podnik tedy není každý podnik, který sice bere ohled na znevýhodněné skupiny obyvatel a na životní prostředí, ale existuje primárně za účelem zisku. Sociální podnik není ani nezisková organizace, která si přivydělává vedlejší ekonomickou aktivitou na dofinancování svého poslání, protože pro sociální podnik je podnikání jedním ze tří pilířů své existence. Sociální podnik není ani chráněná nebo sociálně terapeutická dílna, protože v nich jde o službu znevýhodněným osobám namísto zaměstnávání v ekonomickém smyslu.

2 Společenská odpovědnost organizací jako společný znak se sociálními podniky

Předchozí kapitola nám ukázala, že se sociální podniky v českém prostředí od ostatních podniků vyznačují svou povahou a přístupem k hodnotám sociálním a ekologickým, které naplňují při provozování výdělečných ekonomických aktivit. Vedle sociálních podniků však existují firmy, které jeví snahy o zakomponování sociálních a ekologických aspektů do svého profilu. Podobně jako sociální podniky se i tyto firmy ve svých strategiích dobrovolně zavazují přinášet trojí prospěch pro společnost. Nejčastěji se tento přístup označuje jako odpovědný přístup firem nebo společenská odpovědnost firem (dále jen CSR)⁶. Sociální podnik je už sám o sobě společensky odpovědnou firmou, ne však v pojetí, jak ji chápe koncept společenské odpovědnosti. Základní rozdíly vysvětlím, ale rovněž poukážu na to, co mají oba koncepty společné. Zástupci sociálních podniků i společensky odpovědných firem se zabývají sociálními i environmentálními otázkami ve své podnikatelské praxi. Stejně jako sociální podnikání stojí koncept CSR na třech pilířích: ekonomickém, sociálním a environmentálním.

„V ekonomické oblasti se pozornost soustředí na transparentní podnikání, pozitivní vztahy s investory, zákazníky, dodavateli a dalšími obchodními partnery. Sledují se také dopady činnosti firmy na lokální, národní i nadnárodní úrovni. V sociální oblasti jde především o přístup k zaměstnancům a podporu okolní komunity. To vede k ovlivňování životní úrovně zaměstnanců i okolí firmy, k vlivu na zdraví, bezpečnost, vzdělávání a kulturní rozvoj. V environmentální oblasti se jedná o dopady činnosti firmy na živou i neživou přírodu, včetně ekosystému, půdy, vzduchu a vody. Firma by svou podnikatelskou činnost měla realizovat tak, aby chránila přírodní zdroje a co nejméně zatěžovala životní prostředí“ (Mašata, Březinová, 2010, s. 68). Firmy dobrovolně zahrnují do své strategie hodnoty jako je úcta ke svým zákazníkům, zaměstnancům a širšímu okolí firmy, přičemž vytvářejí hodnotu jak pro své akcionáře, tak i zájmové skupiny. Narozdíl od dravých obchodních monopolů, kterým jde výlučně o zisk, tito zástupci svým příkladem ukazují cestu příznivě a ohleduplnější ekonomiky. Tomu odpovídá pojetí společenské odpovědnosti podniků Evropské komise, která ji definuje jako *„odpovědnost podniků za dopady jejich činností na společnost“* (MPO, 2014: Strategický dokument Národní akční

⁶ Zkratka pochází z anglického slovního spojení corporate social responsibility

plán společenské odpovědnosti organizací v ČR, s. 3). Koncept společenské odpovědnosti má příznivý dopad na navázání partnerství a spolupráce mezi ziskovým a neziskovým sektorem, které napomáhají k vytváření podmínek pro společensky odpovědné chování a přináší užitek pro fungování zdravé občanské společnosti. Cabaniss na Velehradské konferenci „Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě“ v r. 2005 uvádí, že *„v Evropě jsou základní principy společenské odpovědnosti podniků úzce spjaty s principy otevřené demokratické společnosti a aktivního občanství. Patří mezi ně:*

- *vedení firmy odpovědně takovým způsobem, že ve svých místních společenstvích přispívají ke zdravému ekonomickému i sociálnímu prostředí*
- *zodpovědnost vůči vlastním podílňíkům tím, že firma prosazuje nejvyšší úroveň etické obchodní praxe a dbá sociálních a ekonomických dopadů své práce i jejího vlivu na prostředí*
- *zajištění pracovního prostředí a příležitostí, které zaměstnance posilují a poskytují jim příležitosti sloužit společnosti“* (Cabaniss, 2008. Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě, s. 79).

Koncept sociálních podniků i koncept CSR je spojen s demokratickou společností a aktivním občanstvím, reaguje na situace, ve kterých stát přestává plnit svou roli, kde jsou nedostatky v zákonodárství, ekologických normách či vztazích mezi zaměstnanci a zaměstnavateli. Společenská odpovědnost firem stojí v zájmu představitelů státní správy. Mirek Topolánek na Velehradské konferenci „Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě“ v r. 2005 zdůrazňuje společenskou odpovědnost podnikatelů a její propojení s demokratickou společností: *„Prvotním posláním podnikatelů a podniků je vytvářet hodnoty, které uspokojují lidské potřeby vyjádřené jejich poptávkou, a v rámci směny maximalizovat zisk. Aby mohli toto poslání plně uskutečňovat, musí existovat stabilní společenské uspořádání, se kterým jsou občané schopni se ztotožnit a které nevnímají jako nepřátelské vůči své důstojnosti a životním nadějím. Společenskou odpovědnost podniků (...) proto chápu jako trvalý úkol hledět při svém podnikání či při řízení podniku nejen na dosahování maximálního zisku, ale i na společenskou a finanční podporu aktivit od praktické solidarity s různě znevýhodněnými lidmi přes vzdělávací programy, které posilují základy právě tohoto uspořádání – potřebnou stabilitu, řád a předvídatelnost“* (Topolánek, 2008. Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě, s. 61). Že se zájem o koncept společenské odpovědnosti firem dostává do prostředí

vládních činitelů svědčí i fakt, že Ministerstvo průmyslu a obchodu v letošním roce (2014) schválilo Strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v České republice. Některé ze strategických priorit tohoto dokumentu se přímo či implicitně týkají opatření na podporu sociálního podnikání.

Strategické priority:

- *Aktivní partnerství veřejné správy se zaměstnavatelskými, podnikatelskými a odborovými svazy.*
- *Zohlednění provádění CSR při udělování grantů či přidělování dotací.*
- *Podpora sociálního podnikání*
- *Dodržování pokynů pro společensky odpovědné zadávání veřejných zakázek při respektování právního rámce EU.*
- *Stanovení strategie společensky odpovědného zadávání veřejných zakázek dle národních i regionálních potřeb.*
- *Zpřístupnění veřejných zakázek pro malé a střední podniky.*

Zvýšení konkurenceschopnosti a transparentnosti veřejných zakázek (MPO, 2014: Strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v ČR, s. 17). Dalšími společnými prioritami pro sociální podnikání je podpora zaměstnávání osob se zdravotním postižením a zvýšení míry zaměstnanosti cílových skupin, do kterých spadají ženy, starší zaměstnanci ve věku 55 – 64 let, mladí od 15 – 24 let a osoby s nízkou kvalifikací (MPO, 2014. Strategický dokument Národní akční plán společenské odpovědnosti organizací v ČR, s. 26-27).

Oproti sociálním podnikům je rozdíl konceptu CSR v tom, že tato strategie přináší hodnotu především vlastníkům podniku a nepředstavuje podstatu fungování firmy. Narozdíl od sociálních podniků, u kterých je naplnění společensky prospěšného záměru podstatou samotné existence.

Na tomto místě uvedu zástupce podniků v okrese Hodonín, kteří se otevřeně hlásí k CSR. Uvedu příklady, jakým způsobem naplňují společenskou odpovědnost. Jedná se o firmy VaK Hodonín, a. s., Nemocnice TGM Hodonín, HPM TEC, s. r. o., Hustopeče, Berendsen Textil Servis, s. r. o., Velké Pavlovice, Mydlil, s. r. o., Břeclav (Bártlíková, 2014. Deník: Příloha regionálních deníků, 28. 3. 2014). Tyto organizace pomáhají potřebným formou sponzoringu nebo dobrovolnictví v různých oblastech - vzdělávání, soc. služby či životní prostředí. Koncept CSR prosazují také tím, že dávají práci lidem v kraji

s velkou nezaměstnaností, umožňují práce na zkrácený nebo flexibilní úvazek, práci z domova, přístup k firemnímu vzdělávání během mateřské a rodičovské dovolené a další zaměstnanecké benefity. Kromě odpovědného chování k zaměstnancům, zákazníkům a společnosti mají zabudovány systémy řízení kvality a životního prostředí podle norem ISO 9001 a 14001, aktivně se snaží aplikovat nové metody a technologie na snižování provozních nákladů, spotřeby elektrické energie apod. Díky těmto postojům si nejen budují kladnou image i odlišnost od konkurence, ale dlouhodobě investují do celkového rozvoje podniku. Dalším příkladem může být zapojení měst do statutu fairtradeového města. Např. město Hodonín, které se stalo prvním držitelem titulu fairtradeového města na jižní Moravě, zohledňuje společenskou odpovědnost a nabízí svým občanům lepší přístup k podpoře spravedlivého obchodu. Město postupně zařazuje do výběrových řízení na veřejné zakázky i sociální kritéria, která by spravedlivý obchod zohledňovala (Bártlíková: Deník. Příloha regionálních deníků, 28. 3. 2014).

Pokud je tento trend zakotven nejen ve firemní strategii místních podniků, ale také ve veřejné správě, spatřuji otevřenější prostředí pro přijetí sociálních podniků, lepší komunikaci mezi těmito subjekty a také příležitost pro sociální podniky při získávání veřejných zakázek.

3 Podmínky pro úspěšný rozvoj sociálního podnikání

Předchozí kapitoly směřovaly k vymezení sociálního podniku. Identifikovali jsme, že se sociální podnik podobá organizacím ziskového i neziskového sektoru, protože provozuje podnikatelskou činnost zaměřenou na výrobu zboží nebo poskytování služeb za účelem dosažení zisku. Sociální podnik existuje kvůli zlepšení životních podmínek jedinců a pozitivních dopadů na společnost a zisk využívá k naplnění těchto užitků. Firmy, uplatňující koncept společenské odpovědnosti, této strategie využívají za účelem zvýšení prestiže a zisku, nikoli z důvodu primárního cíle fungování podniku a podstaty své existence. Ukázali jsme, že sociální podniky znamenají velký přínos pro místní komunitu i celou společnost, protože přinášejí tzv. trojí užitek. Aby sociálních podniků u nás existovalo více, potřebují určité podmínky, aby byly sociální podnikatelé nejen motivováni, ale také podporováni k budování nových sociálních podniků. Dříve, než se přeneseme do empirické části, uvedu stěžejní oblasti, které hrají klíčovou roli v rozvoji sociálního podnikání. Dohnalová (2007, s. 7) pro rozvoj sociálního podnikání v České republice rozlišuje podmínky v oblasti ekonomické, legislativní a společenské.

Ekonomické podmínky určují přístup sociálních podnikatelů ke kapitálu. V kapitole uvedu ekonomické nástroje, které podporují sociální podnikání, v praktické části potom charakteristiky lokálního trhu, které ovlivňují vznik nebo průběh podnikání.

Legislativní podmínky udávají regulaci sociálního podnikání, které mohou sociální podnikatele brzdit, byrokraticky zatěžovat, nebo naopak pobízet.

Společenské podmínky souvisejí se skutečnostmi uvnitř občanské společnosti. V předchozích kapitolách jsme se mohli dočíst, že potlačení občanské společnosti v minulém režimu mělo za následek přerušování přirozeného rozvoje sociálního podnikání a do dnešní doby přenesl nedůvěřivé či negativní vnímání společnosti k sociálním podnikům. Podmínky pro sociální podnikání se v naší zemi významně zlepšily se začleněním České republiky do Evropské unie. Zejména díky finanční podpoře ze strany Evropské unie, šíření myšlenek konceptu sociální ekonomiky a příkladů dobré praxe ze zahraničí, byla u nás „uvedena do života“ převážná část sociálních podniků.

3.1 Podpora konceptu sociálního podnikání ze strany Evropské unie

Koncept sociální ekonomiky zastřešují mezinárodní organizace (EMES, OECD) a je součástí významných strategických dokumentů. Štrasburská deklaráce z ledna 2014

představuje naplňování závazků Evropské unie vůči sociálním podnikům a poukazuje, kolik významných přínosů mají sociální podniky pro Evropu.⁷

Zpráva Evropského parlamentu o sociální ekonomice ze dne 26. 1. 2009 zdůrazňuje roli sociální ekonomiky, protože posiluje základní principy evropského sociálního modelu (Výbor pro zaměstnanost a sociální věci, 2009, s. 5). Z pohledu Evropské unie nabízí sociální ekonomika „*osobitý model podniku, který umožňuje přispívat ke stabilnímu a udržitelnému růstu, ke zlepšení sociálního postavení znevýhodněných osob a jejich opětovnému společenskému začlenění. Sociální ekonomika má do značné míry potenciál pro sociální inovace a povzbuzuje ty, kdo se setkávají s obtížemi, aby našli řešení svých vlastních sociálních problémů, např. s ohledem na sladění profesního a soukromého života, na rovnost mužů a žen, kvalitu rodinného života a péči o děti, starší osoby a osoby s postižením*“ (Výbor pro zaměstnanost a sociální věci, 2009, s. 5).

Hospodářský a měnový výbor zdůrazňuje (v souladu s cíli Lisabonské strategie) klíčovou úlohu sociální ekonomiky pro dosažení udržitelného rozvoje a sociální, environmentální a technické inovace, růstu a plné zaměstnanosti. Orgány Evropské unie si jsou vědomy přínosů sociální ekonomiky, proto ji podporují finančními nástroji. Na poli Evropské komise se sociálním podnikáním zabývá DG Employment, DG Enterprise⁸, DG Internal Market⁹ a Evropský hospodářský a sociální výbor¹⁰ (Bednáriková a kol, 2011, s. 33).

V období 2014-2020 mají sociální podnikatelé možnost čerpat finanční prostředky z Evropského fondu pro regionální rozvoj (EFRR) v rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Výzvy na podporu vzniku nových a rozvoje existujících podnikatelských aktivit v oblasti sociálního podnikání jsou vyhlášeny v rámci Integrovaného regionálního operačního programu (IROP).

⁷ Mezinárodní konference ve Štrasburku [online]. 2014 [cit. 21.4. 2014].

Dostupné z: http://www.dacr.cz/info_socialni.php

⁸ Directorate-General for Enterprise and Industry (Generální ředitelství Evropské komise pro podniky a průmysl)

⁹ Directorate-General for Internal Market and Services (Generální ředitelství Evropské komise pro vnitřní trh a služby)

¹⁰ European Economic and Social Committee

Dále bude možné získat z Evropského sociálního fondu v Operačním programu Zaměstnanost 2014-2020 dotace na podporu sociálních firem a projektů zaměřených na podporu zaměstnanosti, rovných příležitostí mužů a žen, sociální začleňování a adaptibilitu zaměstnanců a zaměstnavatelů.¹¹

3.2 Podpora vlády

Na úrovni vlády se sociálním podnikáním zabývá Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV), Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO), Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR) a Ministerstvo pro lidská práva, menšiny a rovné příležitosti. Samostatný vládní orgán, který by zastřešoval koncept sociálního podnikání, zatím vytvořený nemáme. Jmenované rezorty podporují sociální podnikatele zejména granty. V roce 2009 podpořilo MPSV rozvoj sociálního podnikání prostřednictvím dvou výzev (č. 30 OP LZZ a č. 8 IOP) z fondů Evropské unie. (Kurková, Francová, 2012, s. 13) Tato podpora výrazně pomohla při založení mnoha současných sociálních podniků v ČR. V roce 2013 byly obě výzvy ukončeny a sociální podniky jsou odkázány na jiné spektrum zdrojů.

Dalším projektem MPSV je Projekt sociálního podnikání v ČR, který by měl trvat do roku 2015. Cílem tohoto projektu je podpora sociálních podnikatelů formou lokálních konzultantů a koučů, kteří poskytují individuální poradenství k sociálnímu podnikání. Cílovou skupinou projektu jsou současní či budoucí zaměstnavatelé, kteří chtějí realizovat nebo realizují podnikatelské záměry v oblasti sociálního podnikání v České republice.¹²

Přesto je institucionální podpora pro sociální podnikatele ze strany veřejného sektoru nedostatečná. Jetmar (2012) jako důvod uvádí nedostatečné sladění politiky zaměstnanosti, sociálního začleňování a sociálního podnikání. Aby se přispělo k rozvoji sociálního podnikání, měly by se tyto politiky nejprve harmonizovat (Jetmar, 2012, s. 5).

3.3 Podpora krajů a obcí

Orgány samosprávy obcí a krajů představují další část veřejného sektoru, která se může podílet na podpoře sociálního podnikání. Součástí politiky těchto subjektů jsou vypracované programy a strategické dokumenty pro rozvoj daného regionu. Studie MPSV

¹¹ Sociální fond v ČR [online]. 2014 [cit. 16. 10. 2014]. Dostupné z: <http://www.esfcr.cz>

¹² (Evropský sociální fond v ČR [online]. 2014 [cit. 11. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.esfcr.cz/projekty/podpora-socialniho-podnikani-v-cr>).

z r. 2009 uvádí jako jeden z významných nástrojů rozvoje sociálního podnikání právě *provázanost s programovými dokumenty obcí, mikroregionu i regionů, které reagují na konkrétní potřeby lokálního i regionálního společenství. Tento nástroj strategického řízení legitimizuje podporu vybraných (podnikatelských) aktivit a představuje nástroj pro jejich stimulaci. Obsahuje vazby na finanční a další nástroje umožňující rozvoj subjektů sociální ekonomiky* (STUDIE MPSV, 2009, s. 4).

Pokud je sociální podnikání součástí rozvojových programů, lze předpokládat kladný postoj pro sociální podniky ze strany orgánů místní správy, které mají zájem na rozvoji a zvýšení přínosů dané lokality. Města a kraje rovněž vyhláší dotační programy, takže mají ve svých kompetencích, jestli se v určité výzvě rozhodnou podpořit sociální podniky.

3.4 Ekonomické nástroje

Vedle grantových programů existují další zdroje financování pro sociální podniky. Zejména v začátcích je důležitá finanční podpora, která poskytne vstupní investici na překlenutí počátečního období, než se bude schopen sociální podnik financovat z vlastních prostředků. U nás zatím není jasně vymezena dlouhodobější ekonomická podpora sociálního podnikání. Pro financování sociálního podnikání je možné využít tyto zdroje, které se mohou kombinovat: vlastní prostředky; granty; půjčky a úvěry; příspěvky ze zákona o zaměstnanosti a jiné zdroje. (Kurková, Francová, 2012, s. 13)

3.4.1. Vlastní prostředky

Pro zajištění provozu sociálního podniku je důležité mít vlastní prostředky získané z vlastní podnikatelské aktivity. Také je důležité vytvářet vlastní rezervy, které pokryjí náklady v době, kdy žádné finance nebudou k dispozici. Dosažení ekonomického zisku je jedním z pilířů sociálního podnikání. Bez vlastních prostředků by sociální podnikatel nemohl naplňovat společensky prospěšné poslání.

3.4.2. Půjčky a úvěry

Pro sociální podnikatele existuje nízká dostupnost investičních a především provozních úvěrů ze strany bank. Bankám se sociální podniky ve srovnání s běžnými podniky jeví jako rizikové. Sociální podnikatelé mají problém s ručením za poskytnutý úvěr, protože banky požadují jako zástavu nemovitost, kterou většina podniků nevládní,

nebo požadují zajištění úvěrů ručiteli (Jetmar, 2011, s. 9). Na půjčky a úvěry pro sociální podnikání je možné dosáhnout v programech na podporu malého a středního podnikání (Jetmar, 2010, s. 4). Dostupnou finanční podporu představují některé bankovní produkty České spořitelny, Československé obchodní banky nebo Uni Credit Banky. Česká spořitelna v rámci své strategie Corporate Social Responsibility měla v roce 2012 projekt Financování sociálních podniků. Cílem projektu bylo poskytnout sociálním podnikatelům a podnikům v České republice odpovídající financování jejich aktivit.¹³

Československá obchodní banka na podporu sociálního podnikání v roce 2014 vyhlásila již druhý ročník grantového programu Stabilizace sociálních podniků. Partnerem při realizaci je organizace P3 – People, Planet, Profit, o.p.s. Grant pomáhá rozvoji stávajících sociálních podniků prostřednictvím finanční podpory a odborného poradenství. Podpořené projekty musí být realizovány během roku 2015.¹⁴

3.4.3. Příspěvky z aktivní politiky zaměstnanosti

Sociální podnikatelé mohou dosáhnout na příspěvky z aktivní politiky zaměstnanosti. Součástí této politiky je podpora zřizování nových pracovních míst poskytováním příspěvků zaměstnavatelům při zaměstnávání uchazečů o zaměstnání. Nástroji jsou zejména příspěvky v rámci aktivní politiky zaměstnanosti na vytváření nových pracovních míst, společensky účelná pracovní místa, příspěvek na zapracování a příspěvek při přechodu na nový podnikatelský program.¹⁵

Příspěvek na vytvoření chráněného pracovního místa a příspěvek na částečnou úhradu provozních nákladů chráněného pracovního místa jsou opatření na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením. Na tyto příspěvky mají nárok pouze sociální podniky zaměstnávající osoby se zdravotním postižením. Důsledkem toho je, že sociální podniky zaměstnávají převážně znevýhodněné osoby. Dotace by měla plnit funkci

¹³ Česká spořitelna [online]. 2014 [cit. 2. 3. 2014]. Dostupné z:

http://www.csas.cz/banka/content/inet/internet/cs/sc_9140.xml).

¹⁴ Československá obchodní banka [online]. 2014 [cit. 20. 8. 2014]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/Csob/O-CSOB/Spolecenska-odpovednost/odpovedne-podnikani/Stranky/CSOB-grantovy-program-stabilizace-socialnich-podniku.aspx>).

¹⁵ Integrovaný portál MPSV [online]. 2014 [cit. 14. 3. 2014].

Dostupné z: <https://portal.mpsv.cz/sz/zamest/dotace/apz>).

vyrovnávacího příspěvku kvůli zvýšeným nákladům a snížení efektivity práce znevýhodněných osob. Důležité však je, aby si tito zaměstnanci na sebe dokázali vydělat (Jetmar, 2011, s. 7). Součástí aktivní politiky zaměstnanosti je i poradenství.

3.4.4 Jiné zdroje

Jiné zdroje představují veškeré finanční i nefinanční prostředky, které mohou sociálním podnikům pomoci. Může to být např. bezplatné poradenství, konzultace, vybavení a zařízení od firem. Ze strany města je to poskytnutí zlevněného nájemu, nabídka budovy nebo pozemku pro podnikání. Finančně i materiálně mohou podpořit soukromí donátoři. Zaměstnanci z jiných firem, studenti a spřízněné osoby představují dostupnou pracovní výpomoc jako dobrovolníci (Kurková, Francová, 2012, s. 14).

Pro udržitelnost sociálních podniků je nutné podporovat spolupráci mezi finančním sektorem, nevládními organizacemi a veřejným sektorem, aby byly dostupné finanční nástroje nejen při rozjezdu, ale také v průběhu činnosti. Měl by být také vytvořen účinný systém účetních a daňových zvýhodnění, slev na sociálním zabezpečení a příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných skupin, zajištění výhodných mikroúvěrů a státních dotací, které pomohou sociálním podnikatelům obstát v tvrdém konkurenčním boji (Jetmar, 2012, s. 36). Pokud však chce sociální podnik obstát, musí se především snažit o dostatečné zajištění vlastních příjmů a kladných finančních toků. Dostupnost finančních nástrojů je však jedním z prvků podpory sociálního podnikání. Důležité jsou rovněž aktivity zaměřené na posílení dovedností sociálních podnikatelů. Může se jednat o poradenství před zahájením i v průběhu podnikání. Dále je třeba zvyšovat povědomí o významu sociální ekonomiky pro zaměstnanost a sociální začleňování mezi místními aktéry. (Jetmar 2012, s. 6)

3.5 Vzdělávání a poradenství

Podpora rozvoje sociálního podnikání vyžaduje šíření povědomí o hodnotách a přínosech sociálního podnikání. V České republice se na prosazování sociální ekonomiky a sociálního podnikání podílí zejména TESSEA, kterou jsem již v této práci představila.

Další organizací, která se věnuje propagaci myšlenek sociálního podnikání je Centrum sociální ekonomiky – CSE, které vzniklo v roce 2012 jako projekt Centra

sociálních služeb Praha (Dohnalová a kol. 2012). Mezi významné nástroje podpory patří také zprostředkování informací z oboru sociální ekonomiky, metodická podpora a rozvoj manažerských dovedností podnikatelů, kteří působí v neziskovém sektoru nebo i oblastech malého a středního podnikání (MPSV, 2009, s. 4). Poradenství nabízí organizace P3 - People, Planet, Profit, která má svou síť osmi ambasadorů, jež prosazují inovativní podnikání po celé ČR. Podnikání prosazují rovněž Okresní hospodářské komory. V Brně existuje organizace Regionální TOP centrum podnikatelek. Vhodné je podporovat kompetence podnikatelů prostřednictvím vzdělávání na středních a vysokých školách. Na českých univerzitách (UJEP Ústí nad Labem, FHS UK Praha, JČU České Budějovice, UPOL Olomouc a dalších) přibývají studijní programy se zaměřením na sociální ekonomiku a sociální podnikání a zájem o tuto problematiku roste v odborných i laických kruzích (Rychtář, 2011, s. 3). Pro udržitelnost sociálního podniku je potřebné nabízet jako podpůrný nástroj systém vzdělávání a poradenství, který bude „kopírovat životní cyklus podnikatele (...) ve fázi dalšího rozvoje s ohledem na reálné problémy, se kterými se aktivní sociální podnikatel potýká“ (Bendáriková, Francová, 2011 s. 34)

3.6 Shrnutí

Teoretická část představila specifika sektorů národního hospodářství a ukázala propojenost sektorů v ukotvení sociální ekonomiky. Veřejný sektor ovlivňuje sociální podniky nastavením podmínek pro jejich fungování – legislativou, infrastrukturou, výběrem daní, odpovědným zadáváním veřejných zakázek, aktivní politikou zaměstnanosti apod. Sociální podnik přináší pro stát trojí přínos – zaměstnává lidi ze znevýhodněných skupin, uspokojuje potřeby občanů prodejem výrobků nebo poskytováním služeb, odvádí státu daně a bere ohled na okolí. Vzrůst sociálního podnikání výrazně ovlivnilo nastavení společenských podmínek po roce 1989, kdy došlo k obnově občanské společnosti a navázání na tradice spolků, dobrovolnictví a družstevnictví. Bohužel i v současné době se sociální podnikatelé potýkají s důsledky minulého režimu a naráží na nedůvěru, neznalost konceptu sociální ekonomiky a nedocení hodnoty alternativních organizací (Dohnalová, 2007, s. 26). Pro rozvoj a udržitelnost sociálních podniků je stěžejní spolupráce a partnerství veřejného, tržního i občanského sektoru. Proto je důležité vytvořit vazby mezi hospodářskými komorami, které sociálním podnikatelům pomůžou v orientaci v podnikatelském prostředí, mezi sdruženími malých a středních podniků či zastupiteli

měst, obcí a krajů. Je nutné zapojit „aktéry zdola“ z cílových skupin a zainteresovaných stran. Důležitá je existence provázaného komplexního systému podpory, účinná komunikace a spolupráce. Tím jsou myšleny zastřešující legislativa, vytvořené podpůrné finanční nástroje, nabízená mediální podpora, šířené know-how, příklady dobré praxe a otevřený postoj společnosti pro koncept sociálního podnikání. Pokud tyto oblasti nebudou účinně fungovat, budou bariérami na cestě v rozvoji sociálního podnikání.

4 Metodologie výzkumu

V této kapitole se dostáváme do empirické části diplomové práce, ve které zdůvodním metodologii výzkumu, hlavní a dílčí výzkumné otázky, strategii výběru výzkumného vzorku a techniku sběru dat. Následně uvedu základní údaje o informantech, provedu analýzu získaných dat a představím nejdůležitější poznatky z výzkumného šetření, které vedou k objasnění výzkumného cíle.

4.1 Cíl výzkumu a dílčí výzkumné otázky

Cílem empirického šetření je získat vhled do problematiky sociálního podnikání v lokálních podmínkách Kyjovska a objasnit hlavní výzkumnou otázku: „*Jaké jsou podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“ Abych mohla odpovědět na hlavní výzkumnou otázku (HVO), potřebuji odhalit podpůrné nástroje a existující překážky pro vznik a rozvoj tohoto konceptu v regionu. Proto jsem HVO dále rozvinula do těchto dílčích výzkumných otázek (DVO):

DVO 1: *Jaké jsou regionální podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?* Cílem DVO 1 je zjistit specifika Kyjovského regionu podle struktury trhu, zaměstnanosti, výše mezd v regionu a demografické situace vybrané lokality.

DVO 2: *Jaká opatření podporují sociální podnikání na Kyjovsku?* Cílem DVO 2 je zjistit, zda existují možnosti finanční i nefinanční podpory pro místní začínající podnikatele ze strany města a ostatních institucí.

DVO 3: *Co brání v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku?* DVO 3 sleduje specifika spojená s identifikováním bariér, které zamezují rozvoji sociálního podnikání.

4.2 Zdůvodnění strategie výzkumu

Na zakládání sociálních podniků, jak bylo zaznamenáno v teoretické části práce, působí vliv okolního prostředí i podmínky uvnitř podniku. Na území České republiky prosperuje okolo dvou set sociálních podniků (v době zpracování diplomové práce v r. 2014). Přesto na mapě sociálních podniků, kterou spravuje TESSEA, najdeme prázdná místa, kde nebyl doposud žádný sociální podnik vybudován. Mezi ně patří i pro tento

výzkum vybraná geografická lokalita Kyjovsko. V českém prostředí byly realizovány výzkumy zaměřené převážně na obecné podmínky pro sociální podnikání v České republice (CVNS: 2005, Dohnalová a kol.: 2009, MPSV: 2009, Bednáriková, Francová: 2011) a šetření zaměřené na zmapování situace existujících sociálních podniků, zpracovaných týmem společnosti P3 (2013, 2014). Nadřazená východiska mého empirického šetření jsou poznatky o situaci konceptu sociálního podnikání v České republice, vyplývající z těchto výzkumů. Nejprve jsem provedla teoretickou analýzu výzkumných šetření, abych získala potřebné informace o současném stavu sociálního podnikání v České republice. Informace z výzkumných dokumentů byly již shrnuty v závěru teoretické části této práce.

Žádný z realizovaných výzkumů se podrobněji nevztahoval na vybranou lokalitu. Abych mohla hlouběji proniknout do tématu sociálního podnikání ve vybrané lokalitě a získala odpovědi na zkoumanou problematiku, zvolila jsem metodu kvalitativního výzkumu. V kvalitativním výzkumu se jedná o paletu rozdílných postupů, které však vycházejí z jednoho základního principu – zkoumat určitý prvek nebo fenomén v přirozených podmínkách, snažit se mu porozumět a vytvořit pokud možno jeho komplexní obraz (Reichel, 2009, s. 62). Disman (1998) uvádí, že kvalitativní metoda umožňuje získat mnoho informací od malého vzorku jedinců. *„Záměrem výzkumníka provádějícího kvalitativní výzkum je pomocí celé řady postupů a metod rozkrýt a reprezentovat to, jak lidé chápou, prožívají a vytvářejí sociální realitu“* (Škvaříček, Šedřová a kol., 2007, s. 17). Jako vhodnou metodu pro sběr dat jsem pro účel mého výzkumu zvolila analýzu dat a kvalitativní výzkum technikou polostrukturovaného rozhovoru, protože umožňuje získat bohatý materiál k vytyčenému okruhu témat a odkrývat další skutečnosti související s výzkumným problémem. *„Strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami sestává z řady pečlivě formulovaných otázek, na něž mají jednotliví respondenti odpovědět. Data získaná v jednotlivých rozhovorech se nebudou strukturně lišit. Struktura informací je dána sekvencí otázek“* (Hendl, 2005, s. 173). Otázky jsou uvedeny v této práci a nejdůležitější poznatky z rozhovorů, vztahující se k objasnění výzkumné otázky, jsou součástí textu empirické části práce. Výzkumná technika rozhovoru má své klady i zápory. Hendl (2005, s. 62) jako výhodu rozhovoru spatřuje ve způsobu zaznamenávání a v tom, že dovoluje kontrolu situace při sběru dat. Rovněž Reichel (2009, s. 111) zdůvodňuje pozitiva při použití této metody – předem připravená témata a otázky

může výzkumník podle situace přehazovat, ale tak, aby byly vybrány všechny. Polostrukturovaný rozhovor si výzkumník částečně řídí a díky větší volnosti je metoda vhodná k vytvoření přirozenějšího kontaktu s informantem. Nevelká míra formalizace výzkumníkovi ulehčuje práci při třídění a zpracovávání údajů (Reichel, 2009, s. 112). Kromě výhod zvolené techniky si uvědomuji rovněž omezení, mezi které patří filtrování informací dotazovaným a zkreslování informací, vyplývající z přítomnosti výzkumníka v často umělých podmínkách realizace výzkumu (Hendl, 2005, s. 162).

Kvůli chybějícím zástupcům sociálních podnikatelů z důvodu absence existujících sociálních podniků v Kyjovském regionu jsem musela přizpůsobit strategii výzkumu tak, aby se mi dostalo odpověď na výzkumnou otázku vhodným způsobem. Pro získání klíčových poznatků pro zodpovězení HVO jsem doplnila výzkumnou techniku sběru dat pomocí polostrukturovaných rozhovorů o analýzu dokumentů. V této technice se výzkumník zabývá tím, co je již k dispozici, ale musí data vyhledat a správně jim porozumět (Hendl, 2005). Hendl dále uvádí, že získaná data z analýzy dokumentů nejsou vystavena zkreslení, jako u rozhovorů. Díky této technice jsem mohla získat související data o výzkumném souboru a informace o specifikách Kyjovského regionu z veřejné databáze českého statistického úřadu. Za předpokladu, že by na Kyjovsku existovala expertní skupina či platforma pro sociální podnikání, doplnila bych výzkumné metody o brainstorming, protože by tato *„řízená diskuse expertů pomohla navodit příznivou atmosféru pro vznikání nových, tvůrčích a neotřelých myšlenek, úvah, postupů, nápadů aj. týkajících se řešení zadaného problému“* (Reichel, 2009, s. 139).

4.2.1 Omezení výzkumu

Rozsah výzkumu je ovlivněn restrikcí na předem dané téma. (Hendl, 2005, s. 173). Vybraný výzkumný vzorek v geografické lokalitě Kyjovsko je velmi specifický, proto mohou být závěry z tohoto empirického šetření platné jen pro toto prostředí a tudíž si výzkum neklade ambice, aby se jeho výsledky daly zobecnit na širší lokality. Jak uvádí Reichel (2009, s. 22), zkoumaná skutečnost má svá specifika a značný stupeň neurčitosti, pokud by byl v jiných podmínkách výsledek odlišný. *„Proto je nutné si neustále připomínat, že jakýkoli zkoumaný aspekt je vždy součástí širšího kontextu, který je vícedimenzionální a současně neustále proměnlivý.“* V kvalitativním výzkumu jsou dále empirické výsledky poznamenány mírou nepřesnosti, která pramení jednak ze způsobů

získávání informací – ať jde o rozhovor či studium dokumentů, jednak postojí výzkumníka i dotazovaných. (Reichel, 2009, s. 22). Tohoto jsem si byla při výzkumu vědoma a ačkoli vznikl výzkum z osobních motivů, snažila jsem se od zkoumaného držet určitý odstup, abych zachovala neutralitu a zachytila zkoumaný předmět v co nejvíce reálné podobě.

4.2.2 Základní charakteristika regionu Kyjovsko

V této části práce uvedu vybrané charakteristiky Kyjovského regionu, které spatřuji z pohledu sociálního podnikání za důležité. V různých směrech utváření vnější podnikatelské prostředí a mohou působit na motivaci k založení i na samotnou realizaci sociálního podnikání.

Region Kyjovsko leží na jihovýchodní Moravě v okrese Hodonín, který je součástí Jihomoravského kraje. Centrem správního území regionu je Kyjov, od roku 2003 město s rozšířenou působností. Správní obvod Kyjov má v rámci okresu největší rozlohu 470 km² a žije zde 55790 obyvatel (k 31.12.2013), což činí hustotu zalidnění 118,7 obyvatel na km². Do regionu Kyjovsko náleží celkem 42 obcí. V rámci obce s rozšířenou působností (ORP) Kyjov mají 4 obce statut města (Bzenec, Kyjov, Vracov a Ždánice) a 4 obce statut městyse (Archlebov, Dambořice, Žarošice a Žeravice). Město Kyjov má 11 448 obyvatel, obcí s nejmenším počtem obyvatel je Skalka se 171 obyvateli (zdroj ČSÚ k 31.12.2013).

Geografickým umístěním má region blízko do Rakouska (vzdálenost Vídeň – Kyjov je necelých 120 km) a na Slovensko (vzdálenost do Bratislavy je necelých 100 km). Právě tato příhraniční poloha je vhodná, z hlediska budoucího rozvoje regionu a sociálního podnikání, když vezmeme v potaz příhraniční spolupráci a přenos dobrých příkladů z praxe.

Obr. č. 2 Mapa SO ORP Kyjov (zdroj ČSÚ)



Specifika regionu

Příznivé přírodní podmínky jsou dobrým předpokladem k zemědělské produkci, zejména k pěstování obilovin a vinné révy. V rámci území převažuje zemědělská půda, která zaujímá asi 2/3 rozlohy území, dále lesní pozemky a nakonec zastavěné plochy. Oblast v okolí Kyjova má charakter pahorkatiny, kde se střídají vinohrady, sady a zemědělské plochy. Území je bohaté na množství nerostných surovin – ropu, plyn, lignit, šterkopísky atd. V rámci České republiky je Kyjovsko výjimečné ve svém postoji k lidovým tradicím, folklóru a křesťanským hodnotám. Udržují se zde tradice lidových písní, krojů, slavností a tradičních řemesel (Židlický, 2011). Jedinečné kulturní a historické bohatství souvisí s cestovním ruchem a přínosem zisku z turismu. Pro tradice a bohatství Kyjovska jsou vinařství, památky a přírodní krásy nejen symbolem, ale i zdrojem a potenciálem možného ekonomického a sociálního rozvoje.

Sociální a demografická specifika Kyjovska

Z hlediska populačního vývoje byl vývoj produktivní složky obyvatelstva na Kyjovsku celkem příznivý díky tomu, že v průběhu 90. let vstoupily do produktivního

věku (15-64 let) silné ročníky, narozené v 70. letech. V současné době však lze očekávat výrazné zrychlení tempa demografického stárnutí obyvatelstva, zejména v souvislosti s odchodem silných poválečných ročníků narozených v druhé polovině 40., a na počátku 50. let (Střednědobý plán rozvoje sociálních služeb na Kyjovsku do roku 2012). Za poslední tři roky (k r. 2014) došlo k významnému poklesu obyvatel, až o 3000 méně, než v r. 2010. Příčinou je stěhování obyvatel za prací do Brna a dalších větších měst. Přesto můžeme vidět v porovnání s jinými regiony České republiky vyšší podíl mladých lidí do 15 let jako určitou perspektivu pro budoucnost Kyjovska. Nepříznivá je vzdělanostní skladba obyvatel, kdy největší skupina lidí dosáhla střední vzdělání bez maturity. Vysokoškolsky vzdělaných lidí je zde 8,4%.

Tabulka č.3 :Vzdělanost na Kyjovsku (zdroj ČSÚ 2011, Sčítání lidu, domů a bytů)

| Obyvatelstvo ve věku 15 a více let podle nejvyššího ukončeného vzdělání: | v % |
|--|------|
| základní vč. neukončeného | 21,8 |
| střední vč. vyučení (bez maturity) | 39,1 |
| úplné střední s maturitou a vyšší odborné vč. nástavbového | 27,4 |
| vysokoškolské | 8,4 |

Kyjovsko patřilo v 60. a 80. letech v rámci Jihomoravského kraje k oblastem s nižším podílem vzdělanosti, podobně jako jiné agrární oblasti, např. Břeclav a Znojmo. V těchto oblastech byl nízký podíl kvalitních průmyslových odvětví a terciární sektor. Od devadesátých let se situace zlepšuje zejména v souvislosti s úmrtností starších obyvatel s nejnižší úrovní vzdělání a na druhé straně zvyšováním podílu mladších obyvatel se středním i vysokoškolským vzděláním.

Ekonomická charakteristika Kyjovska

Ekonomická situace regionu je silně poznamenána změnou struktury zemědělských podniků s nízkým zastoupením průmyslu a dosud nerozvinutou terciární sférou. Zánik velkých průmyslových podniků a snížená zaměstnanost v zemědělské sféře, které patřily v minulosti k hlavním zaměstnavatelům oblasti, má za nepříznivý důsledek vysokou nezaměstnanost. Nezaměstnanost v regionu dosahuje téměř 14%, čímž se Kyjovsko řadí k oblastem s nejvyšší mírou nezaměstnanosti v ČR.

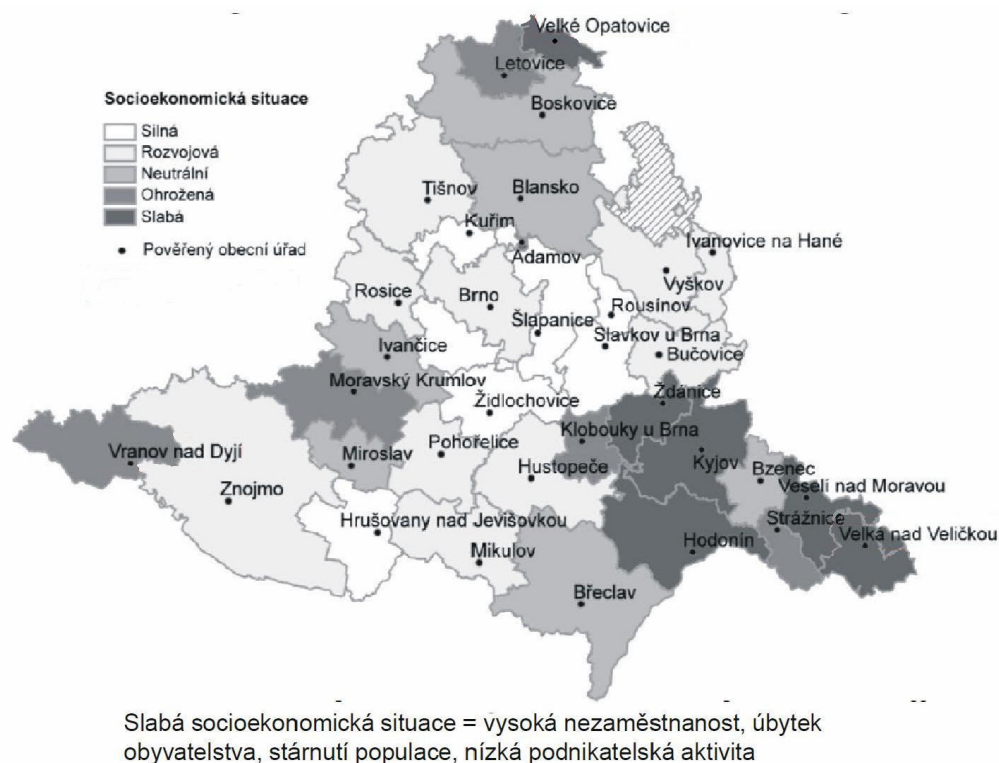
Tabulka č.4 : Nezaměstnanost za správní obvod Kyjov k 31. 12. 2011 (zdroj ČSÚ)¹⁶

| | |
|--|-------|
| Evidovaní uchazeči o zaměstnání | 3 880 |
| z počtu uchazečů dosažitelní (%) | 96,4 |
| z počtu uchazečů občané se zdravotním postižením (%) | 14,6 |
| z počtu uchazečů absolventi (%) | 7,6 |
| z počtu uchazečů osoby s délkou evidence nad 12 měsíců (%) | 41,6 |
| Volná pracovní místa | 36 |
| Počet uchazečů na 1 volné pracovní místo | 107,8 |
| Míra nezaměstnanosti (%) | 13,89 |

¹⁶ Informace o nezaměstnanosti v ČR v době zpracování diplomové práce v roce 2014 jsou veřejně k dispozici do roku 2011. Dle informací krajské správy ČSÚ a konzultace s paní Ing. Jonášovou novější data zatím nejsou k dispozici. Důvodem je integrace informačních systémů MPSV.

Nerovnováha na trhu práce má za následek předimenzovanou poptávku uchazečů o zaměstnání na jedno volné pracovní místo. Pracovní uplatnění stěží hledají zdraví práceschopní občané v produktivním věku, natož skupiny se zdravotním nebo jiným znevýhodněním. Pro sociální podnikání má situace na trhu práce význam z toho pohledu, že s narůstající a dlouhodobou nezaměstnaností zároveň narůstá množství osob, které spadají do cílových skupin sociálních podniků. Nezaměstnanost s sebou přináší řadu negativních dopadů, od psychických potíží nezaměstnaných po majetkové problémy a v neposlední řadě sociální vyloučení. Tuto alarmující situaci dokládá níže uvedená mapka, kterou vypracovala Regionální rozvojová agentura jižní Moravy v roce 2010.¹⁷

Obr. č. 3 Socioekonomická situace v Jihomoravském kraji¹⁸



¹⁷ Meziroční změny socioekonomické situace k roku 2014 nejsou velké, pro základní orientaci aktuální situace postačí tato mapka z r. 2010.

¹⁸ Dostupné na <http://trajm.cz/podpora-slabsim-mikroregionum> k 1. 11. 2014, upraveno autorkou.

Ačkoliv je Kyjovsko dotčené vysokou mírou nezaměstnanosti, působí zde řada velkých a prosperujících firem. Průmyslové podniky působí v oblasti sklářství, výrobě plastů, strojírenství a stavebnictví. Celkový přehled ekonomických subjektů dokládá tabulka.

Tabulka č. 5: Ekonomické subjekty se sídlem na území správního obvodu k 31. 12. 2013 (zdroj ČSÚ):

| | |
|--|--------|
| Ekonomické subjekty celkem (podle Registru ek. subjektů) | 11 645 |
| fyzické osoby | 9 703 |
| z toho zemědělství podnikatelé ²⁾ | 328 |
| právnícké osoby | 1 942 |
| z toho obchodní společnosti | 912 |

Největším zaměstnavatelem regionu jsou sklárny Vetropack Moravia Glass, a. s. Kyjov a dále Šroubárna Kyjov, spol. s r. o. ve strojírenském průmyslu. Další významné firmy působí v oblastech zpracování plastů: J. P. Plast, s. r. o. Kyjov, Brisk, výrobní družstvo Ježov u Kyjova a Trtík, spol. s r. o. Stavěšice. Mezi další významné zaměstnavatele na Kyjovsku patří Nemocnice Kyjov, ČSAD Kyjov, a. s., Pelikán Hardcopy CZ, s. r. o. Kyjov, WIKY, spol. s r. o. Kyjov, KM Beta a. s. a v potravinářském průmyslu Delta Mlýny, s. r. o. (Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007, s. 11). Hospodářskou strukturu významně doplňují malé firmy, které v některých případech spolupracují s výše uvedenými firmami.

Tabulka č. 6: Počet subjektů podle počtu zaměstnanců k 31. 12. 2013 (zdroj ČSÚ):

| | |
|--|-------|
| bez zaměstnanců | 4 113 |
| 1-9 zaměstnanci (mikropodniky) | 869 |
| 10-49 zaměstnanci (malé podniky) | 197 |
| 50-249 zaměstnanci (střední podniky) | 41 |
| 250 a více zaměstnanci (velké podniky) | 5 |
| nezjištěno | 6 420 |

Většina firem je koncentrována v Kyjově, což může stěžovat dostupnost zaměstnání pro obyvatele z okolních obcí. Existují však i menší a střední firmy, které sídlí v okolních obcích. Ačkoli došlo ke značnému úbytku zaměstnanců v zemědělství, stále patří tato oblast k výrazné hospodářské struktuře regionu. Velká část zemědělců pracuje ve vinohradnictví (Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007, s. 12).

Tabulka č. 7: Podíl ekonomických subjektů podle vybraných odvětví hospodářské činnosti k 31.12.2013 (zdroj ČSÚ):

| | |
|--|------|
| zemědělství, lesnictví a rybářství | 6 % |
| průmysl celkem | 16 % |
| stavebnictví | 17 % |
| obchod, ubytování, stravování a pohostinství | 22 % |

K zaměření tématu tohoto výzkumu je potřeba uvést údaje o zaměstnanosti osob se zdravotním postižením. Firmy s více jak 25 zaměstnanci naplňují jednu ze zákonných povinností náhradního plnění, podle zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, tím, že zaměstnávají minimálně 4% osob se zdravotním postižením. Jak jsme mohli vidět v tabulce „Nezaměstnanost za správní obvod Kyjov“, osoby se zdravotním postižením zaujímají téměř 15% z celkového počtu evidovaných uchazečů o zaměstnání. Počet firem, ve kterých mohou najít pracovní uplatnění, je v regionu nedostatek. Na Kyjovsku se nacházejí pouze 3 podniky, které dávají možnost pracovního uplatnění osobám se zdravotním postižením nad 50% z celkového počtu zaměstnanců. V případě náhradního plnění zákon o zaměstnanosti zvyhodňuje pouze osoby se zdravotním postižením, ostatní cílové skupiny nebere v potaz. Proto je z finančního hlediska pro sociální podnikatele výhodnější, zaměstnat zdravotně postižené osoby. Na Kyjovsku však podle zaměření poskytovatelů soc. služeb existuje širší spektrum cílových skupin (osoby s duševním onemocněním, osoby které vedou rizikový způsob života nebo abstinující, matky s dětmi...), pro které je potřebné vytvořit pracovní příležitosti s přizpůsobenými podmínkami, jež mohou nabídnout právě sociální podniky.

Tabulka č. 8: Přehled organizací zaměstnávajících více než 50% osob se zdravotním postižením v Kyjovském regionu:

| | |
|---------------------|---|
| Název firmy: | Brisk |
| Právní forma | Družstvo |
| Provozovna | Ježov u Kyjova |
| Předmět činnosti | Výroba obalů z papíru a lepenky, výroba PET lahví, obchodní činnost |
| Počet zaměstnanců: | 28, z toho 18 osob se zdravotním postižením (zdroj: http://www.briskvd.cz 20.3. 2014) |

| | |
|---------------------|---|
| Název firmy: | Kartonáž Kyjov |
| Právní forma | Družstvo |
| Provozovna | Kyjov, Za Humny 3301 |
| Předmět činnosti | Výroba kartonáže a výrobků z lepenek |
| Počet zaměstnanců: | 15, z toho 10 osob se zdravotním postižením (zdroj: MPSV, 2013) |

| | |
|---------------------|---|
| Název firmy: | Plastic Ware |
| Právní forma | Družstvo |
| Provozovna | Kyjov, Za Humny 3301 |
| Předmět činnosti | výroba PET lahví pro potravinářský a chemický průmysl |
| Počet zaměstnanců: | 8, z toho všichni osoby se zdravotním postižením (zdroj: MPSV 2013) |

Technické podmínky a dopravní dostupnost regionu

Většina obcí Kyjovského regionu má vymezené rozvojové plochy a podnikatelské zóny v územním plánu. „V území je dostatek ploch pro podnikání, tzv. venkovských „brownfields“ na území bývalých zemědělských farem.“ (Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007, s. 16). Část obcí má dokončené komplexní pozemkové úpravy, což přináší potenciál pro podnikatelské příležitosti, zejména podporu rozvoje podnikání ve venkovských regionech (Betášová, 2006, s. 41).

Kyjovskem prochází několik významných dopravních tahů. Jsou to silniční i železniční trasy ve směru Brno – Uherské Hradiště a v širším záběru komunikace, které navazují na dálniční síť České republiky, Slovenska a Rakouska. Díky dopravnímu systému IDS JMK existuje dobré spojení mezi Kyjovem a okolními obcemi. Dopravní

obslužnost regionu a dopravní infrastrukturu lze hodnotit jako uspokojivou. (Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007, s. 13).

Sociální podnikání ve strategických dokumentech

Sociální podniky budou mít pro svůj vznik lépe nastavené podmínky, pokud bude tento koncept ukotven v programových dokumentech rozvoje měst a obcí. Rozvojové a strategické plány mají identifikované priority a stanovené strategie, jak cíle naplnit. Jestliže je jedna z priorit uvedena jako rozvoj podnikatelských aktivit, lze předpokládat, že se některá opatření vztahují i na sociální podnikatele. Ideálním příkladem by byla určitá provázanost subjektů, jak ji známe např. z komunitního plánování sociálních služeb. V tomto případě by se na vytváření programového dokumentu podíleli podnikatelé, občané i zástupci místní samosprávy, aby společně vytyčili problém, k jehož řešení mohou přispět sociální podnikatelé. *„Základní složkou regionální politiky na všech úrovních územně správních jednotek je strategické plánování jako východisko pro stanovení základních priorit, cílů a strategií, jak dosáhnout požadovaného rozvoje. Strategické plánování se vedle územního rozvoje rovněž zabývá sociálními, kulturními, ekonomickými, ekologickými a dalšími otázkami(...). Strategický plán navíc identifikuje problémy obce či regionu především z hlediska obyvatel, občané spolupracují na jeho vytváření a strategické plánování tak může být platformou partnerství a spolupráce jednotlivých subjektů a zájmových skupin.“* (Mašata, Březinová, 2010, s. 53).

Na tomto místě nemohu opomenout činnost Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu (dále jen KSP), která v r. 2007 vypracovala Strategický plán LEADER¹⁹. KSP je dobrovolné, nevládní a neziskové sdružení občanů a právnických osob, které spojuje zájem o rozvoj regionu Kyjovského Slovácka. Aktivity rozvíjí na Slovácku, ve spádovém obvodu města Kyjov (odtud název Kyjovské Slovácko). Založené bylo v dubnu roku 2002. Pro organizaci je charakteristická činnost fungující na principu partnerství zástupců místního podnikatelského, veřejného a soukromého sektoru.

Členy místní akční skupiny jsou jednak právnické osoby - veřejné subjekty (město Kyjov, okolní mikroregiony), podnikatelé, neziskové organizace, Okresní hospodářská

¹⁹ Zkratka LEADER je odvozena z francouzského slovního spojení „Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale“, což v překladu znamená „Propojení rozvojových aktivit a venkovské ekonomiky“ (Čarková: MAS „Kyjovské Slovácko v pohybu“. Urbanismus a územní rozvoj. 2008, s. 37)

komora Hodonín, různé spolky, zájmové skupiny a občané (Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007, s. 45-49). Podle zveřejněného seznamu členů usuzují, že jsou v KSP zapojeni klíčoví představitelé z podnikatelského i sociálního prostředí. Významnými partnery KSP jsou také Úřad práce Kyjov, ČSOB Kyjov a velký zaměstnavatel v regionu, firma Vetropack Moravia Glass, a. s.

Základní cíle sdružení jsou zejména:

- a) výběr, administrace a kontrola projektu pro program LEADER;
- b) administrativní, organizační a poradenská pomoc při rozvoji území Kyjovského Slovácka a zpracování rozvojových projektů;
- c) propagační, popularizační a publikační činnost k tématu regionálního rozvoje;
- d) vzdělávací akce (prednášky, semináře);
- e) informační činnost;
- f) zprostředkování zahraničních kontaktů a partnerů ;
- g) zajišťování monitoringu území, vyhotovování analýz a strategických plánů (Stanovy MAS Kyjovské Slovácko v pohybu).

V letech 2007-2013 získalo KSP na podporu své činnosti a realizaci programu LEADER dotace z Evropské unie v rámci Operačního programu Rozvoje venkova ČR na období 2007-2013. Prostřednictvím programu LEADER a jiných spolek podpořil stovky projektů obcí, neziskových organizací a drobných podnikatelů v regionu. V současné době (r. 2014) se sestavuje nový akční plán pro nadcházející období, tzv. Komunitně vedený místní rozvoj 2014-2020. Na novém akčním plánu se podílí členové, kteří jsou na základě zájmů rozvoje konkrétní oblasti, rozdělení do 4 pracovních skupin: 1) volnočasové aktivity, 2) zemědělství 3) rozvoj obcí a 4) podnikání, které zahrnuje průmysl, služby, obchod, cestovní ruch, zaměstnanost, výzkum, vývoj a inovace.²⁰

Proč se zmiňuji o KSP v souvislosti se sociálním podnikáním? Jak je zřejmé z cíle sdružení i z jednoho ze čtyř hlavních zájmů pro další období – totiž rozvoj podnikání, KSP podporuje firmy, malé podniky i OSVČ s inovativním záměrem. Finanční pomoc mohou získat podnikatelé, kteří se např. zabývají cestovním ruchem nebo se věnují rukodělným a tradičním řemeslům. Nejvíce se podpory dostává projektům, „*kteří se týkají obcí, neziskových organizací nebo farností. Prostě ty, co slouží k rozvoji*“ (Munzarová:

²⁰ Více na MMR: <http://www.mmr.cz/cs/Microsites/PSUR/Vyzva-c-2/MAS/Kyjovske-Slovacko-v-pohybu>).

Hodonínský deník, 6. 1. 2014). Toto je jasnou výzvou pro sociální podnikatele s inovativním podnikatelským záměrem a potenciálem pro rozvoj sociálního podnikání na Kyjovsku.

Vzhledem k tomu, že nový strategický plán LEADER na budoucí období není vyhotoven (k 10. 9. 2014), zvolila jsem pro analýzu dokumentů „Strategický plán rozvoje města Kyjova: Akční plán 2013-2014“ a „Strategický plán rozvoje města Kyjova pro období let 2013-2020“. Cílem bylo zjistit, zda je téma sociálního podnikání zahrnuté do strategických a rozvojových plánů. Strategický plán rozvoje města Kyjova je koncipován jako dlouhodobý rozvojový dokument a „*představuje ucelenou sadu standardních, prakticky ověřených kroků, nástrojů a procesů řízení změn, vlastní provádění změn v praxi i průběžné sledování a vyhodnocování jejich průběhu a výsledků*“ (Strategický plán rozvoje města Kyjova 2013-2020, s. 6). Aktéři regionální politiky ve strategických plánech identifikovali silné a slabé stránky města Kyjova a sestavili strategii a opatření, které mají vytyčené priority naplnit. Po prostudování těchto dokumentů jsem sice nenarazila na konkrétní zmínku o „sociální ekonomice“ nebo „sociálním podnikání“, identifikovala jsem však několik bodů, které nastavují vhodné podmínky pro rozvoj sociálního podnikání. První bod se týká vytvoření příznivého podnikatelského prostředí, který je zahrnut v jedné z hlavních čtyř priorit Strategického plánu rozvoje města 2013-2020:

1. Vzdělávání, volnočasové aktivity a cestovní ruch.
2. Město a ekonomika.
3. Doprava, technická infrastruktura a životní prostředí.
4. Sociální jevy a zdravotnictví.

Priorita „Město a ekonomika“ implicitně zahrnuje vztyčné body pro sociální podnikání, protože má za cíl „*vytvořit ve městě příznivé podnikatelské prostředí, které bude podněcovat vznik nových a rozvoj stávajících firem, které budou ve městě investovat, zaměstnávat obyvatele a dále diverzifikovat jeho ekonomiku směrem k aktivitám s vyšší přidanou hodnotou*“ (Strategický plán rozvoje města Kyjova 2013-2020, s. 10) Tohoto cíle s rozvojem nových pracovních příležitostí se má dosáhnout za pomoci spolupráce města a podnikatelských subjektů. Priorita „Město a ekonomika“ se dále rozšiřuje na dílčí oblast „Podpora zaměstnanosti, zaměstnatelnosti a sociální inkluze“. V této oblasti si město klade za cíl vytvářet podmínky pro integraci zdravotně postižených občanů, včetně vytváření rovných podmínek prostřednictvím těchto opatření:

- *Podpora chráněného a asistovaného zaměstnávání prostřednictvím propagace, podpory a organizování aktivit vedoucích k motivaci a aktivizaci osob se zdravotním postižením k pracovní činnosti a k jejich umístění a udržení na chráněném trhu práce.*
- *Podpora tvorby pracovních míst zvyšováním rozmanitosti pracovních příležitostí ve městě, tvorby pracovních míst a tím zajištění vyšší příjmové úrovně obyvatel. Vytváření společensky účelných pracovních míst, zapojení absolventů do pracovního procesu apod.*
- *Podpora podnikatelských subjektů, zejména malých a začínajících podnikatelů při hledání vhodných prostor pro podnikání, poskytování poradenství, propagace činnosti, podporované zaměstnávání.*
- *Spolupráce města s úřadem práce pro využívání služeb úřadu práce, aby došlo ke zvýšení spolupráce města, podnikatelských subjektů a úřadu práce. Využití rekvalifikačních kurzů pro zaměstnance, poradenství, koordinace a podpora zřizování volných pracovních míst v rámci veřejně prospěšných prací (Strategický plán rozvoje města Kyjova 2013-2020, s. 28).*

Do dalších tematických oblastí z pohledu výzkumu a spojitosti se sociálním podnikáním patří priority „Životní prostředí“ jakožto environmentální pilíř sociálního podnikání a dále „Podpora lokálního partnerství a komunitní spolupráce“. Zde se město dostává k důležité provázanosti, a to ke „*spolupráci města, soukromého a neziskového sektoru - společné aktivity, prezentace apod.*“ (Strategický plán rozvoje města Kyjova 2013-2020, s. 31). Uvedené strategické cíle mají společné charakteristiky se sociálním podnikáním, což se jeví jako příznivý začátek pro usazení sociálního podnikání do místní ekonomiky.

Shrnutí

V provedené analýze jsem se zaměřila na vnější regionální podmínky, které mají vliv na podnikatelské prostředí. Z výčtu podnikatelských subjektů se nenašel jediný, který by se hlásil ke konceptu sociálního podniku. Trh pokrývají firmy a podnikatelé působící nejčastěji ve strojírenství, stavebnictví, sklářství, výrobě plastů a dále v zemědělství. Je otázkou, jestli je trh s množstvím nabízených výrobků a služeb na tak nízký počet obyvatel ve městě a okolních obcích dostatečně pokrytý, nebo v něm zůstává prázdné místo pro sociální podnik. Pro svůj konkrétní podnikatelský záměr by začínající sociální podnikatel musel provést důkladnou analýzu struktury trhu. Analýza tohoto výzkumu mu může

usnadnit orientaci a upozornit na specifika Kyjovského regionu. Rovněž jsem uvedla cílové skupiny, které by zasluhovaly zvýšenou pozornost z hlediska zaměstnanců pro sociální podniky. Ačkoli se většina sociálních podnikatelů v naší republice zaměřuje na osoby se zdravotním postižením, v případě Kyjovského regionu se jako cílové skupiny zaměstnanců sociálních podniků jeví uchazeči o zaměstnání s délkou evidence na úřadu práce nad 12 měsíců, abstinující osoby se zkušenostmi s drogou nebo středoškoláci bez praxe. V situaci, kdy je region zasažen téměř 14% nezaměstnaností, se vybízí řešení vytvořit pracovní místa „s vyšší přidanou hodnotou“. Na tuto a další palčivé výzvy jsou zaměřeny snahy města na podporu rozvoje podnikatelských aktivit, jak jsme mohli identifikovat ve strategických a rozvojových plánech, a dále projekty realizované místní akční skupinou Kyjovské Slovácko v pohybu. Vícekrát zazněla důležitost spolupráce na úrovni veřejných a podnikatelských subjektů a neziskových organizací. Tato koordinace je velmi důležitá pro fungování sociálních podniků. Sociální podnikatelé pochází jak z řad existujících podnikatelů, tak z řad neziskových organizací. Na Kyjovsku doposud nemáme žádného zástupce. Proč tomu tak je, co brání nebo schází potenciálním sociálním podnikatelům, aby se sociálními podnikateli stali, a co je proto potřeba udělat, na to se pokusí odpovědět další část výzkumu.

4.3 Organizace výzkumu

Jelikož je práce zaměřena na zkoumání podmínek pro sociální podnikání na Kyjovsku, zaměřila jsem se v první části výzkumu na vnější podmínky, které mají vliv na vznik sociálních podniků. Doposud se výzkum ubíral k zodpovězení DVO 1: *„Jaké jsou regionální podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?“* Vnější okolí může pro sociální podnikání představovat jak příležitosti (např. zvyšování populace – nárůst zákazníků), tak hrozby (např. pokrytí trhu – vysoká konkurence, vysoká nezaměstnanost – nízké příjmy a nízká kupní síla). Mnoho vnějších podmínek ovlivňuje stát (podmínky politické, nastavení legislativy, aktivní politika zaměstnanosti, ekonomická stabilita, daňové zatížení a zvýhodnění, ochrana životního prostředí, technologická vyspělost). Tyto podmínky jsou nadřazeny výzkumu a jak již bylo shrnuto v závěru teoretické části, vycházím z předpokladu, že pro rozvoj sociálního podnikání musí být tyto podmínky dobře nastavené.

Regionální podmínky jsem rozlišila podle těchto hledisek:

- 1) Specifická demografická situace Kyjovska. Věková a vzdělanostní struktura obyvatelstva ovlivňuje sociální podnikání jednak jako potenciální zaměstnanci sociálních podniků, jednak jako zákazníci (Brožová, 2003, s. 40)
- 2) Míra zaměstnanosti. Pokud se vyskytuje vysoká míra nezaměstnanosti, dochází k obrovskému přetlaku na jedno místo. V důsledku toho nachází daleko obtížněji zaměstnání znevýhodněné skupiny obyvatel, což může být výzvou pro zřízení sociálního podniku, který by tyto osoby zaměstnával.
- 3) Struktura trhu – počet podnikatelských subjektů, které můžou identifikovat volné místo pro sociální podnikání, jednak odhadnout míru konkurence. Podnikatelské subjekty poskytující náhradní plnění mohou být potenciální aktéři sociálního podnikání.
- 4) Materiální podmínky na podporu podnikání – vybudovaná infrastruktura, průmyslové zóny jakožto předpoklad pro vznik podnikatelských aktivit a dopravní obslužnost a dostupnost.

Data k objasnění těchto podmínek byly čerpány a utříbeny metodou analýzy dat z veřejné databáze českého statistického úřadu.

Pro zodpovězení DVO 2: „*Jaká opatření podporují sociální podnikání na Kyjovsku?*“ a DVO 3: „*Co brání v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku?*“ jsem navštívila informanty, se kterými jsem pro kvalitativní výzkum provedla polostrukturované rozhovory.

4.3.1 Výzkumný soubor

Jednotkami vzorku jsou subjekty, od kterých jsem sbírala informace do výzkumu. Při volbě metody výběru výzkumného souboru v kvalitativním přístupu se podle Charvátka (2004) in Miovský (2006, s. 128) prakticky vždy jedná o kombinaci více různých metod výběru. Metoda výběru výzkumného souboru by měla být podřízena cílům výzkumu a v jeho průběhu se může měnit v rámci průběžně se měnících podmínek a potřeb (Miovský, 2006, s. 130). Původně byl záměr provést rozhovory se zástupci již existujících sociálních podniků. Při zpracovávání diplomové práce jsem narazila na fakt, že na Kyjovsku žádný sociální podnik nepůsobí. V okrese Hodonín se podle adresáře sociálních podniků, který byl vypracován v projektu TESSEA (dostupný na webu ceske-socialni-

podnikání k 10. 10. 2014) a podle informací, předaných emailovými konzultacemi od ambasadorky sociálního podnikání pro Jihomoravský kraj, Mgr. Lenky Šebelové (ze dne 14. 5. 2013), nachází pouze dva sociální podniky. Jedná se o firmu Šedová clean service, o.p.s. v Rohatci, zabývající se čistícími a úklidovými pracemi a firmu Hamm s. r. o. v Mikulčicích, zabývající se výrobou a distribucí tradičních jídel. Pro naplnění cíle empirického šetření jsem při výběru vzorku zvolila záměrný (účelový) výběr, v rámci kterého výzkumník vyhledává účastníky podle určitých vlastností. Záměrný výběr spočívá v tom, že výzkumník vybírá vhodné informanty s potřebnými znalostmi a zkušenostmi z dané oblasti, kterou se chystá zkoumat (Miovský, 2006. s. 130). Do výzkumného vzorku jsem zahrnula informanty ze ziskového i neziskového sektoru podle tohoto klíče: pracují na vedoucích či manažerských pozicích a mají vhléd do problematiky podnikání nebo zaměstnávání znevýhodněných skupin osob či podnikající v oboru, který má potenciál pro vznik sociálního podniku:

- 1) Ing. Pavel Celý, podnikatel, statutární zástupce podniku Houslařská dílna Pavel Celý, s. r. o., zastupitel města Kyjova
- 2) Michal Švagerka, ředitel Okresní hospodářské komory Hodonín
- 3) Ing. Igor Rychlík, podnikatel, finanční manažer Sociálně-psychiatrického centra- Fénix, o.p.s. Kyjov
- 4) Ing. František Svoboda, ředitel firmy EKOR, s. r. o. Kyjov
- 5) Josef Půček, předseda bývalého výrobního družstva invalidů Kyjovan v Kyjově
- 6) Bc. Helena Ženíšková, DiS., odborná konzultantka Ligy vozíčkářů v Hodoníně
- 7) Ing. Martin Paulík, manažer firmy Solar Power, s. r. o., pobočka Hodonín

Od dotazovaných jsem zjišťovala jejich pohledy na problematiku sociálního podnikání, které směřovaly k vyhodnocení příležitostí a bariér na cestě rozvoje sociálního podnikání v Kyjovském regionu. Pro lepší orientaci ve výzkumu jsem dotazovaným přidělila kódy: Pavel Celý: 1R, Michal Švagerka: 2R, Igor Rychlík: 3R, František Svoboda: 4R, Josef Půček: 5R, Helena Ženíšková: 6R, Martin Paulík: 7R.

Respondenti

V této části uvedu základní a pro účel výzkumu nezbytné údaje o osobách, které se podíleli na rozhovorech a o podnicích nebo organizacích, ve kterých působí.

1) Ing. Pavel Celý, statutární zástupce Houslařské dílny Pavel Celý, s. r. o., zastupitel města Kyjova

Stěžejní oblastí podnikání Houslařské dílny Pavel Celý, s. r. o., je výroba, opravy a prodej strunných hudebních nástrojů a příslušenství. Obchodní sídlo podniku je v Bohuslavicích u Kyjova č. 4018. Houslařská dílna od r. 1997 fungovala v Kyjově, od r. 2003 svou provozovnu přestěhovala do Zlína na adresu L. Váchy 517.

Do činnosti podniku spadá:

- výroba smyčcových hudebních nástrojů
- opravy a servis smyčcových hudebních nástrojů
- výroba kopií historických smyčcových nástrojů
- prodej nových i starších strunných hudebních nástrojů
- prodej strun a veškerého hudebního příslušenství
- výchova učňů v oboru Uměleckořemeslná stavba hudebních nástrojů (Houslařská dílna Pavel Celý, s. r. o. [online]. 2014 [cit. 16. 10. 2014]. Dostupné z: <http://www.cely.cz/default.aspx>).

Z pohledu sociálního podnikání více rozvedu poslední bod jmenované činnosti, protože nese důležitý sociální aspekt. Středisko odborné přípravy učňů v rámci houslařské dílny je v této podobě ojedinělou institucí v celé České republice. Mistr v dílně předává mladým houslařům teoretické a praktické znalosti a dovednosti. Učni tak získají potřebné kompetence, čímž zvýší svoji zaměstnatelnost. Jak hrdě uvedl pan Celý, 10 lidí, kteří prošli „pod jeho rukama“, se tímto řemeslem živí. Z tohoto pohledu se výchova učňů v houslařské dílně podobá integračnímu sociálnímu podniku: houslařská dílna jako tréninkové pracoviště pro osoby z cílové skupiny, ve které získají podporu a pracovní dovednosti, aby se pak mohli uplatnit na trhu práce.

Firma je zároveň rodinným podnikem. Stejně pojmenovaný syn pana Celého provozuje společnost Pavel Celý, s. r. o. Doplnuje aktivity Houslařské dílny - Pavel Celý, s. r. o. o velkoobchodní a maloobchodní prodej hudebního příslušenství, řezbářských nástrojů a speciálního nářadí pro houslaře. Firma Pavel Celý, s. r. o. dále provozuje portál a objednávkový systém Sdružení houslařských dílen a řezbářů. Pro internetový obchod uplatnil zaměstnání jeden člověk se zdravotním postižením.

Pan Celý je také dlouholetý zastupitel města Kyjova, předseda Komise pro spolkovou činnost, člen Kulturní komise a člen Komise životního prostředí. Podílel se na tvorbě Strategického plánu rozvoje města Kyjova 2013-2020, o kterém byla řeč výše. Společně s ostatními členy zastupitelstva se podílí na správě města, předkládá návrhy a odpovídá za dodržování schválených plánů. Z hlediska rozvoje sociálního podnikání člověk na důležitém místě.

2) Michal Švagerka, ředitel Okresní hospodářské komory Hodonín

Rozhovor s panem Švagerkou jsem uskutečnila na základě doporučení ambasadorky sociálního podnikání pro Jihovýchod, paní Lenky Šebelové. V podnikatelském prostředí významně ovlivňuje rozvoj i stabilitu podnikání Hospodářská komora České republiky. Posláním Hospodářské komory České republiky je vytvářet příležitosti pro podnikání, prosazovat a podporovat opatření, která přispívají k rozvoji podnikání v České republice, a tím i k celkové ekonomické stabilitě státu.

Služby hospodářské komory dle zákona č. 301/1992 Sb.:

- poskytují svým členům poradenské a konzultační služby v otázkách spojených s podnikatelskou činností,
- vydávají vyjádření podle zvláštních předpisů a odborná stanoviska,
- organizují vzdělávací činnost a spolupracují s orgány státní správy v zajišťování informačního servisu, profesního vzdělávání a forem rekvalifikace a při řešení problémů zaměstnanosti,
- na základě předchozího souhlasu členů zabezpečují propagaci a šíření informací o jejich podnikatelské činnosti,
- dbají, aby členové komor vykonávali podnikatelskou činnost odborně a v souladu s obecně závaznými právními předpisy,
- navazují a rozvíjejí styky s komorami a odbornými institucemi v zahraničí a uzavírají s nimi dohody, šíří znalosti o ekonomických podmínkách a právních předpisech týkajících se obchodních vztahů se zahraničím a v souvislosti s tím vydávají a rozšiřují informativní a odborné publikace,
- vystavují osvědčení o skutečnostech důležitých v právních vztazích, které vznikají v mezinárodním obchodě, tato osvědčení mají povahu veřejných listin,
- zřizují a spravují zařízení a instituce na podporu rozvoje podnikání a vzdělanosti,

- spolupracují s podnikatelskými svazy a sdruženími na základě dohod uzavřených v souladu se statutem komor,
- zřizují stálé smírčí komise k předcházení obchodním sporům mezi svými členy,
- vykonávají vlastní hospodářskou činnost na podporu řádného plnění svých úkolů a v souladu se svým posláním,
- ve své působnosti se podílejí na odborné přípravě k výkonu povolání a podporují školská zařízení zřízená k tomuto účelu,
- vedou evidenci členů komor. (*Zákon České národní rady o Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky. Zákon č. 301/1992 Sb. v účinném znění ke dni 24. 6. 2014*).

V okrese Hodonín působí Okresní hospodářská komora Hodonín (dále jen OHKH) ve dvou rovnocenných centrech v Kyjově a Hodoníně. V Kyjově sídlí OKHK na Svatoborské ul. č. 591, 697 01 Kyjov. OHKH je samosprávnou organizací podnikatelů hájící jejich zájmy. Členem se může stát právnická nebo fyzická osoba se sídlem nebo bydlištěm na území České republiky, která provozuje podnikatelskou činnost. Ke konci roku 2013 evidovala OHKH 147 členů, což ji řadí mezi 10 největších okresních hospodářských komor v ČR. OKHK si udržuje silnou pozici v regionu a je partnerem drtivé většiny měst a obcí okresu Hodonín. Začínající sociální podnikatelé by služby OHKH nejvíce využili v poradenství, navázání kontaktů, zlepšení orientace na místním trhu. Dále je v záměru OHKH na podporu začínajících podnikatelů provozovat podnikatelský inkubátor.

3) Ing. Igor Rychlík, podnikatel, finanční manažer soc. služby Fénix Kyjov

Jako osoba samostatně výdělečně činná Ing. Igor Rychlík podniká téměř 10 let. Sídlo pro podnikání má v Kyjově na Komenského ul. č. 41, ale v rámci obchodování s barvivou vykonává podnikatelskou činnost na území celé ČR. Předmět podnikání je zprostředkování obchodu a služeb, inženýrské činnosti a související technické poradenství. Dalším důvodem, proč jsem pana Rychlíka oslovila pro zapojení do výzkumu, je skutečnost, že je aktivním členem řídicí skupiny Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu, která již byla v diplomové práci představena. Na tomto místě zdůrazním, že skupina KSP vytváří podmínky pro realizaci inovativních projektů a podporuje místní iniciativy, ať už z řad neziskového, státního nebo soukromého sektoru. Jednou z priorit je podpora začínajících

i déle působících místních podnikatelů, což je významnou pomocí pro ty, kteří uvažují o zahájení sociálního podnikání na Kyjovsku. Pan Rychlík je rovněž předsedou správní rady Sociálně-psychiatrického centra Fénix, o. p. s. Pro tuto organizaci pracuje jako dobrovolník ve funkci finančního manažera. Sociálně-psychiatrické centrum - Fénix, o.p.s. poskytuje psychiatrické, psychologické a sociální služby lidem s duševním onemocněním. Pro tyto osoby jsou nabízené služby komplexem péče od léčebně preventivní přes krizovou intervenci, rehabilitaci až k sociální integraci. Služby centra jsou poskytovány v Integrované psychiatrické ambulanci, Denním stacionáři pro duševně nemocné. Centrum poskytuje akreditované vzdělávací kurzy pro pracovníky v sociálních službách a pro učitele. Péče organizace je rovněž směřována na rodinné příslušníky, příbuzné a blízké osoby cílové skupině. Pro návaznost na poskytované služby a integraci cílové skupiny do pracovního života zamýšlí organizace vytvořit chráněné pracoviště. (Sociálně-psychiatrické centrum Fénix, o. p. s. [online]. 2014 [cit. 2. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.fenix-centrum.cz>).

4) Ing. František Svoboda, ředitel firmy EKOR, s. r. o. Kyjov

Společnost EKOR, s. r. o., jsem do svého výzkumu zahrnula ze tří hledisek, které mají společné charakteristiky s pilíři sociálního podnikání. Sociální hledisko: firemní politika je ohleduplná ke svým zaměstnancům. Ekonomické hledisko: společnost je dynamická a prosperující, zisk investuje do růstu organizace. Environmentální profil: předmět podnikání a firemní procesy jsou šetrné k životnímu prostředí. EKOR, s. r. o. provádí služby v oblasti odpadového hospodářství. Zabývá se primární separací komunálních odpadů v téměř všech obcích na Kyjovsku. Firma sídlí na Havlíčkově ul. 1398/49a) v Kyjově a vlastní ji města a obce v Kyjovském regionu. Z hlediska počtu zaměstnanců se jedná o velkého zaměstnavatele. V době realizace diplomové práce (r. 2014) v EKORu pracovalo 69 zaměstnanců, z toho 1 osoba se zdravotním postižením.

Předmět podnikání:

- nakládání s odpady, vč. nakládání s nebezpečnými odpady
- separovaný sběr, svoz a skládkování komunálního odpadu
- sběr a využití separovaného odpadu
- svoz bioodpadu, provoz kompostárny, výroba a prodej kompostu
- provoz sběrných dvorů, výkup barevných kovů, železa a papíru

- poskytování technických služeb, zimní údržba komunikací
- mobilní drcení dřevní hmoty
- specializovaný maloobchod
- přípravné práce pro stavby, recyklace stavební suti (EKOR, s. r. o. [online]. 2014 [cit. 21. 10. 2014]. Dostupné z: <http://www.ekor.cz/zakladni-udaje.html>).

Management firmy si zakládá na zlepšování svého environmentálního profilu. Usiluje o zkvalitňování životního a pracovního prostředí a uplatňuje preventivní přístup pro environmentální potřeby současných a budoucích generací. Zároveň se aktivně podílí na osvětové činnosti pro děti na základních školách i pro širokou veřejnost, což má pozitivní dopad na zvýšení vyříděných surovin a snížení komunálního odpadu.

5) Josef Půček, předseda bývalého výrobního družstva invalidů Kyjovan v Kyjově

Kyjovan jsem do výzkumu zahrnula z důvodu, že naplňuje téměř všechny kritéria sociálního podniku podle TESSEA. Kyjovan podle obchodního rejstříku oficiálně zanikl ke dni 18. 9. 2012. Činnost tohoto desetiletí prosperujícího podniku pomyslně pokračuje dál v podnikatelské činnosti několika současných firem: Kartonáž Kyjov, družstvo; BRISK, družstvo, Ježov u Kyjova; ANN-GLASS Anna Pucharová, s. r. o. Sobůlky, J. P. Plast, s. r. o. Kyjov a další. Aniž by měl Kyjovan v názvu „sociální podnik“, při realizaci výzkumu se ukázalo, že byl Kyjovan v tomto ohledu „nadčasovou organizací“ a mohl by jít mnoha sociálním podnikům příkladem. Pokud si výzkum klade za úkol zodpovědět otázku: „*Jaké jsou regionální podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“, spatřovala jsem jako klíčové objasnit okolnosti zániku tak významné a společensky prospěšné firmy.

Kyjovan byl jedním z nejvýznamnějších zaměstnavatelů v Kyjovském regionu, který nejenže uplatňoval svou produkci na trhu (ekonomický prospěch), ale zároveň plnil sociální funkci tím, že zapojoval do výroby více jak 50% (podle stanov z r. 1981 dokonce více jak 70%) osob se zdravotním znevýhodněním (sociální prospěch). Podnikatelským zaměřením a výrobními procesy naplňoval i environmentální kritéria. Hlavním společenským posláním tohoto družstva bylo zaměstnávat osoby se zdravotním postižením, vytvářet pro ně vhodné pracovní podmínky a umožnit jim společenské uplatnění.

Předmět podnikání Kyjovanu:

- nakládání s odpady vyjma nebezpečných

- pronájmy nebytových prostor
- silniční motorová doprava
- hostinská činnost
- zpracování skla
- kovoobrábění
- plastikářská výroba
- výroba a prodej kartonáže
- výroba, instalace a opravy elektrických strojů a přístrojů
- výroba nástrojů
- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej (Kyjovan, výrobní družstvo invalidů [online]. 2014 [cit. 21. 4. 2014]. Dostupné z: <http://obchodnirejstrik.cz/kyjovan-vyrobnni-druzstvo-invalidu-30627>).

Družstvo mělo deset provozoven, z nichž bylo sedm umístěno v Kyjově a zbývající tři v Hodoníně, Dubňanech a Žeravicích. KYJOVAN, výrobní družstvo invalidů, vznikl v roce 1959. V první fázi existence tohoto družstva byla hlavním programem výroba laboratorního skla. Postupem doby a nárůstem pracovníků se výroba rozšiřovala na provozy elektro, kartonáž, výrobu plastů, kovovýrobu a laboratorní sklo. Celkem zahrnoval pestrý sortiment přes 200 druhů výrobků. Ze sociálního přínosu bych uvedla následující přednosti družstva. Záznam z roku 1975 uvádí: *„Výrobní družstvo Kyjovan je chloubou města Kyjova a to z několika důvodů. Nejenže v provozovnách v Kyjově, ale i v provozovnách v okolí nachází uplatnění občané se změněnou pracovní schopností. Charakter výrobního družstva Kyjovan je svým účinkem výrobnou s charakterem sociálním. Z 530 pracovníků je 389 osob, to je 73,4 %, se sníženou pracovní schopností. Občané našeho města i z okolí, kteří by pro svoji sníženou pracovní schopnost byli často odkázáni k mučivé nečinnosti, zde nachází své uplatnění. Družstvo celou svojí strukturou výroby, zařízeními, která jsou namnoze uzpůsobena požadavkům invalidů, plní hluboce humánní úlohu.“* (Kronika města Kyjova, 1975). Kromě toho družstvo nabízelo péči o své pracovníky a ve své výrobě mělo tzv. útvar pracovní rehabilitace, který zajišťoval komplexní zdravotně psychologickou a sociální péči o členy. Za zmínku stojí, že v roce 1979 v Kyjovanu pracovalo přes 100 domácích pracovníků se změněnou pracovní schopností, jimž se jednou za měsíc přivážel materiál a odvážely zhotovené výrobky. *„Kyjovan je velkým přínosem nejen pro samotné město, ale i pro jeho okolí, neboť*

zaměstnává i řadu pracovníků domácích, kteří své povolání provozují přímo doma a není proto nutné, aby za práci jezdili třeba do Kyjova. Je to určitá služba družstva vlastním pracovníkům, jimž odpadá doprava, která jim často dělá velké potíže.“ Kyjovan naplňoval i principy partnerství a spolupráce se zainteresovanými stranami: „Vzorně spolupracuje se všemi orgány i podniky v městě a je jejich dobrým partnerem.“ (Kronika města Kyjova, 1979). Zajímavé také bylo, jak uvádí záznam z roku 1980, že „výrobky družstva jsou samozřejmě bez jakékoliv dotace nebo ohledu na to, že je vyrábí pracovníci se sníženou pracovní schopností. Na trhu podléhají stejným kritériím jako výrobky vyrobené kdekoli jinde. Musí mít vlastnosti odpovídající kvalitativním normám uznávaným v našem státě. Z environmentálních charakteristik bych uvedla tuto: „Družstvo každoročně hodnotí vliv své činnosti na životní prostředí. Odpad z výroby z oblasti kovo, elektro, plastů a skla je pravidelně sledován a likvidován odvozem do Sběrných surovin.“ (Kronika města Kyjova, 1981). Rozbití vnitřního trhu v 90. letech mělo za následek, že se výroba dostala do útlumu a v některých provozovnách došlo k redukci pracovníků. V roce 2001 se Kyjovan dostal do konkurzu, přes vzniklé problémy však ještě několik let zůstal provoz zachován až do jeho zániku. Podaří se dnes v Kyjově vybudovat sociální podnik, který by podobně jako Kyjovan vynikal sociálními, ekonomickými i environmentálními přednostmi?

6. Bc. Helena Ženíšková, DiS., odborná konzultantka Ligy vozíčkářů v Hodoníně

Při charakteristice sociálního podnikání v teoretické části práce bylo uvedeno, že pojetí českého sociálního podnikání je zaměřené převážně na zaměstnávání znevýhodněných osob. Paní Ženíšková je odbornicí v problematice pracovního začlenění zdravotně znevýhodněných osob. Liga vozíčkářů byla založena roku 1990 jako občanské sdružení s názvem Liga za práva vozíčkářů. Pomáhá lidem se zdravotním postižením v České republice. Posláním organizace je podporovat lidi se zdravotním postižením v každodenním životě, v práci, volném čase a při řešení obtížných situací, aby mohli žít podle svých představ.

Cílem Ligy vozíčkářů je dosáhnout toho, aby klient se zdravotním postižením:

- a) byl aktivní a samostatný,
- b) vzdělával se a rozvíjel,
- c) byl informovaný o svých právech a možnostech a byl schopen je využít,
- d) uplatňoval své schopnosti a dovednosti při hledání, získávání a udržení zaměstnání

i v jiných oblastech života

e) aktivně trávil volný čas. (Liga vozíčkářů [online]. 2014 [cit. 7. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.ligavozic.cz/o-nas/struktura-poslani>).

Liga vozíčkářů se rovněž podílí na systémových změnách v přístupu veřejnosti ke zdravotně postiženým a klade si za cíl dosáhnout toho, aby byla veřejnost informovaná o životě s postižením a tyto lidi přijímala a respektovala. Těžištěm každodenní činnosti organizace je poskytování sociálních služeb osobám se zdravotním postižením, které podporují a rozvíjí jejich dovednosti tak, aby dosáhly co nejvyšší míry vlastní soběstačnosti. Vzhledem k tématu zkoumané problematiky sociálního podnikání skýtají právě tyto služby největší potenciál možných sociálně podnikatelských aktivit, tj. aktivit s vlastním finančním přínosem pro organizaci. Tomu se nejvíce přibližuje služba sociální rehabilitace s potenciálem rozvoje do sociálně podnikatelských aktivit. Sociální rehabilitace Ligy vozíčkářů, ve které jsem pro výzkum získávala informace, má sídlo na ul. Štefánikova 15 v Hodoníně a působí v celém okrese, včetně Kyjovského regionu.

7) Ing. Martin Paulík, manažer firmy Solar Power CZ, s. r. o., pobočka Hodonín

Firmu jsem zahrnula do výzkumu proto, že zaměření její podnikatelské činnosti a zkušenost se zaměstnáváním znevýhodněných osob představuje potenciál pro případné budoucí sociální podnikání. Solar Power CZ v Hodoníně se sídlem na Brněnské ul. č. 681/5 se zabývá alternativními zdroji energie, zejména termickými solárními systémy. V regionu je jednou z mála firem, které zahrnují environmentální přesah do svých podnikatelských aktivit. Solar Power CZ je dynamická společnost s vizí pro zelenou a ekonomickou energii kdekoli v regionu. Posláním organizace je dodávat čistou energii z obnovitelných zdrojů a tím uchovávat čistější planetu pro současné i budoucí generace. Tímto záměrem organizace realizuje odpovědnost za životní prostředí a v důsledku zlepšují zdraví společnosti. V pracovních postupech využívají nejnovější ekologické technologie s osvědčenými technickými metodami. Firma má za partnera největšího dodavatele solárních systémů v Evropě - firmu SONNENKRAFT. Z pohledu výzkumu má SONNENKRAFT ve své firemní strategii zahrnutou společenskou odpovědnost organizace, bere ohled na své zaměstnance, životní prostředí a udržitelný růst. Firma Solar Power CZ na svém pracovišti vytvářela pracovní podmínky, aby v ní mohly pracovat osoby

se zdravotním postižením. V současné době (r. 2014) ve firmě pracuje 8 osob, z nichž jeden zaměstnanec spadá do kategorie zdravotně znevýhodněných.

4.3.2 Otázky v rozhovoru

- 1) Setkal/a jste se s pojmem sociální podnik/sociální podnikání? Jak vnímáte tento koncept, s čím jej spojujete?
- 2) Znáte na Kyjovsku nebo v okrese Hodonín firmy, které se hlásí ke konceptu sociálního podniku? Pokud ne, znáte firmy, které zaměstnávají znevýhodněné osoby (zdravotně postižené, osoby pobírající invalidní důchod, dlouhodobě nezaměstnané na úřadu práce...)
- 3) S jakými problémy se podle Vás tyto firmy potýkají?
- 4) Jak se Vám jeví podpora státu a regionálních institucí v oblasti sociálního podnikání?
- 5) Setkal/a jste se se strategií rozvoje firem na Kyjovsku, ve kterém se počítá s konceptem sociálního podnikání?
- 6) Domníváte se, že je o sociálním podnikání dostatečná informovanost?
- 7) Myslíte si, že je sociální podnikání dlouhodobě ekonomicky udržitelné bez dotací a grantů?
- 8) V čem vidíte příležitost pro sociální podnikání v kyjovském regionu? Jakou oblast na trhu by z Vašeho pohledu mohlo zaujmout?
- 9) V čem spatřujete bariéry pro rozvoj sociálního podnikání na Kyjovsku?
- 10) Co Vám brání nebo schází v tom, aby se Vaše firma stala sociálním podnikem?
- 11) Co bude potřeba z Vašeho pohledu udělat pro rozvoj těchto podnikatelských aktivit?

Jelikož je způsob získávání a kvalita shromážděných dat hlavní determinantou důvěryhodnosti výsledků, bylo důležité, aby byly rozhovory realizované v klidném prostředí a v dostatečném časovém prostoru, aby se dostalo na všechny připravené otázky, které poskytly informace pro zodpovězení výzkumného cíle. Rozhovory byly provedeny v nerušeném prostředí v kanceláři podle předem připravených otázek. Každý rozhovor probíhal v časovém rozsahu kolem 90 minut, což byla dostatečná doba pro získání potřebných údajů. Na začátku byli dotazovaní seznámeni s předmětem diplomové práce, cílem výzkumu a způsobu využití získaných dat. Všichni dotazovaní poskytli souhlas se záznamem rozhovoru, zveřejněním jmen a získaných dat. Pořadí otázek jsem

přizpůsobovala průběhu rozhovoru. Když bylo potřeba, přidala jsem pro srozumitelnost doplňující otázky. Dotazovaným jsem nechávala na odpovědi volný průběh, což v některých případech znamenalo získání informací z oblastí, které nebyly záměrem objasnit, ale přinesly důležité dokreslení zkoumané problematiky ve specifických podmínkách Kyjovska. Pro doplňující objasnění DVO 2 a DVO 3 jsem využila sběr dat metodou analýzy dokumentů. Dokumenty pro studium a provedení této analýzy tvořily: Strategický plán rozvoje města Kyjova 2013-2020, Strategický plán rozvoje města Kyjova: Akční plán 2013 – 2014, Program rozvoje města Kyjova na léta 2011 – 2014, Akční plán rozvoje sociálních služeb na Kyjovsku na rok 2014, Střednědobý plán rozvoje sociálních služeb na Kyjovsku do roku 2012 – Komunitní plán, Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER, 2007. Další dokumenty se týkaly skutečností o dotazovaných:

Stanovy Okresní hospodářské komory Hodonín, Stanovy Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu, Stanovy Ligy vozíčkářů, Kronika města Kyjova, výpisy z obchodního rejstříku, tiskové zprávy firmy Sonnenkraft.

4.3.3 Způsob zpracování dat

Při analyzování kvalitativních dat jsem postupovala následujícím způsobem. Data z rozhovorů jsem v praktické části zredukovala na nejdůležitější poznatky. Jak doporučuje Hendl (2005, s. 208), ze získaných informací jsem vybrala jen klíčové znalosti informantů, které mají vazbu se zkoumaným jevem. Data byly tříděny a zpracovávány podle nalezených společných témat. Tento proces je označován jako kódování. *„Kódování je přiřazování klíčových slov či symbolů k částem textu tak, aby byla umožněna snadnější a rychlejší práce s těmito částmi a bylo možné prostřednictvím kódů kdykoli snadno pracovat s většími významovými celky. Proces kódování je de facto procesem identifikace a systematického označování významových celků podle vytvořených kritérií.“* (Mioviský, 2006, s. 220). Reichel označuje kódování v kvalitativním výzkumu jako *„rozčleňování množin a souborů údajů na dílčí celky, segmenty a jejich následné pojmenování a třídění, případně klasifikování a kategorizování. To se během analýz několikrát opakuje a postupně vyjasňuje a zpřesňuje.“* (Reichel, 2003, s. 165). Miles a Huberman (1994) rozlišují mezi první a druhou úrovní kódování. První úroveň přiřazuje kódy úsekům textu. Druhá úroveň shlukuje kódy první úrovně do smysluplných skupin podle témat. V přepsaných rozhovorech jsem do částí textu zaznamenávala kódy. Ty jsem následně porovnávala

a vyhledávala v nich společná témata, které jsem vyčlenila do kategorií. Od vybraných kategorií se výzkum posunul do fáze interpretace poznatků. Výstupy jsem shrnula do SWOT analýzy. Jedná se o zkratku anglických slov – Strengths, Weaknesses, Opportunities a Threats (Blažková, 2007, s. 161). Tuto strategii jsem využila pro komplexní vyhodnocení silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb rozvoje sociálního podnikání na Kyjovsku.

5 Analýza rozhovorů a interpretace dat z empirického šetření

V této části výzkumu jsou předloženy zpracované informace, které jsem obdržela v rozhovorech se sedmi respondenty. Do přepsaných záznamů z rozhovorů jsem k jednotlivým částem textu přiřazovala kódy, které souvisely s tématem výzkumných otázek. Díky zapsaným kódům jsem vizuálně mohla porovnávat a vysledovat společná témata, která jsem shrnula do těchto pěti kategorií:

1. sociální podnikání jako koncepce
2. podpora sociálního podnikání
3. informovanost
4. sociální podnikání jako příležitost
5. bariéry sociálního podnikání

Pro výstižnost jsem použila doslovné výroky, které jsou uvedeny v uvozovkách kurzivou. Když bylo potřeba doplňující vysvětlení, uvedla jsem vlastní poznámky do závorek.

5.1 Sociální podnikání jako koncepce

První kategorie zahrnuje pohledy dotazovaných na sociální podnikání, co si pod pojmem sociální podnikání představují a zda se s tímto konceptem již setkali. Pro účely výzkumu by bylo obtížně identifikovat podmínky pro sociální podnikání, aniž bychom věděli, jestli je dostatečné povědomí o tomto konceptu a zda není spojované s předsudky.

1R se o sociálním podnikání dozvěděl v souvislosti s působením v zastupitelstvu města Kyjova. Přesto z rozhovoru vyznělo, že svoji představu o sociálním podniku jako takovém spojuje s chráněným pracovištěm nebo s poskytovateli sociálních služeb, kteří se zaměřují na pomoc znevýhodněným občanům.

2R se s problematikou sociálního podnikání setkal. Organizace, ve které pracuje (OHKH) byla zapojena do projektu EQUAL. Z podpory tohoto projektu OHKH zastřešila informační zázemí s bezplatným poradenstvím pro začínající sociální podnikatele. Sociální podnikání nevnímá jako nový fenomén. Spíše než do podnikatelské sféry jej zařazuje spíše do veřejné správy. *„Sociální podnikání jako takové není nic nového. Dříve se o tyto lidi (osoby z cílových skupin) staraly obce, jak známe z domovského práva. Dávaly jim zaměstnání například jako pasáči. Vždycky to byl někdo z vrchu. Dnes firmy málo nabírají zdravé lidi, natož hendikepované. Stát by měl být iniciátor. Ted' se pracně vymýšlí*

něco (sociální podniky), co už tu dávno bylo. Projektům z Evropské unie na podporu sociálního podnikání chybí selský rozum. Navíc sociální podnikání neřeší příčiny, jen důsledek.“

3R podobně jako 1R si pod sociálním podnikem představuje chráněné dílny. Doposud se nesetkal s firmou, která by se hlásila ke konceptu sociálního podnikání. Přesto dokázal svými slovy vystihnout podstatu sociálního podnikání, když uvedl: *„Sociální podnikání obecně je filantropická činnost. Když je člověk jako podnikatel úspěšný, měl by to (sociální podnikání) dělat z morálního přesvědčení, aby jeho úspěch přinesl užitek lidem kolem sebe.“*

V teoretické části práce bylo pojednáno o konceptu společenské odpovědnosti firem, protože se sociálními podniky sdílí společné hodnoty trojího užítku. Výzkum ukázal, že někteří podnikatelé tento koncept zaměňují se sociálním podnikáním.

4R povědomí o sociálním podniku má, ale z vlastní zkušenosti se s nimi nesetkal. Podle něj můžeme na sociální podnikání nahlížet ze dvou rovin pohledu. *„Jedna rovina pohledu je, že sociální podnikatelé jsou ti, kteří mají potřebu zaměstnávat lidi „outsidery“ - lidi, kteří se těžko uchytí na trhu práce. Druhá rovina je v pohledu podnikatele na vlastní zaměstnance, že jim umožňujeme dobré podmínky. Máme ve firmě sociální program na zvýhodnění zaměstnanců, je to vlastní záměr firmy. Platíme pojistku zaměstnancům, dáváme stravenky nebo jiné zaměstnanecké výhody. Ke všem zaměstnancům uplatňujeme individuální přístup. Když má někdo ze zaměstnanců problém, ať už ze zdravotních, nebo osobních důvodů, dohodneme se na individuálním řešení. Z tohoto pohledu jsme sociální podnik.“* Toto chování je charakteristické pro společensky odpovědného zaměstnavatele. Podle principů sociálního podnikání, které schválila TESSEA, však nemůžeme firmu Ekor označit za sociální podnik. Sice řeší problematiku odpadového hospodářství (environmentální užitek), dosahuje zisku a investuje jej do rozvoje firmy (4R uvedl, že pro rozvoj firmy je nutné dosahovat minimálně 5% zisku). Firma nedosahuje zisku, aby jej použila na řešení společenského problému a nezaměstnává osoby z cílových skupin, s výjimkou jednoho zaměstnance se zdravotním postižením.

5R jakožto bývalý předseda výrobního družstva invalidů má sociální podnikání spojené s tradiční formou družstevnictví a dodává: *„Ted' se o tom (sociálním podnikání) mluví hodně, ale už tehdy za Kyjovanu jsme byli v družstvu nazýváni jako lidi se sociálním cítěním.“* Představy o sociálním podnikání spojuje se svými zkušenostmi v družstvu – jako

podnik, ve kterém pracuje převážná většina osob se zdravotním znevýhodněním. Dále vyzdvihl, že by měl sociální podnik zajišťovat podporu zaměstnancům, jak je obvyklé v družstvu. Např. jim umožnit dostatečné přestávky na oddech, „*nehnat pracovní tempo a tolerovat časté marodění*“.

6R přišla do styku s pojmem sociální podnikání v rámci výzvy na získání dotace pro klienty Ligy vozíčkářů a dále ve spolupráci s Národní radou tělesně postižených, která prováděla monitoring zjišťování potřeb právě k problematice sociálního podnikání. 6R jmenovala ve spojitosti s evropským grantem paní Šedovou v Rohatci, která řídí sociální podnik Šedová clean service, o. p. s. Konkrétnější představu o sociálním podnikání nemá, ale sdělila své zkušenosti s firmami, které zaměstnávají klienty Ligy vozíčkářů v okrese Hodonín. Naráží na postoj: „*Proč zaměstnávat někoho s komplikacemi, když je tak vysoká nezaměstnanost.*“ Uvítala by sociální podniky jako místo, kde by našly osoby se znevýhodněním pracovní uplatnění.

7R si představuje pod sociálním podnikem firmu, která zaměstnává znevýhodněné občany. Rovněž jmenoval sociální podnik Šedová v Rohatci. 7R nevnímá pozitivně sociální podniky, které čerpají dotace z evropských fondů. „*Jako odpůrci dotačních podpor se mi nelíbí, že tyto firmy nejsou soběstačné a žijí jen z dotací. Některé sociální firmy jen kvůli dotacím vznikají, zaměstnávají „bílé koně“ a nevytvářejí hodnoty. Na druhou stranu v sobě mám i poměrně silné sociální cítění, takže bych rád dal šanci i těm, kteří jsou nějakým způsobem znevýhodnění.*“

Z uvedených výpovědí sleduji, že dotazovaní koncept sociálního podnikání spojují s poskytováním sociálních služeb nebo s chráněnými pracovišti. Dva podnikatelé charakterizují sociálního podnikatele jako člověka, který svůj úspěch vkládá do projevů altruismu, aby z něj měli ostatní užitek. 6R by existenci sociálních podniků v regionu uvítala jako místo pracovního uplatnění pro klienty se zdravotním znevýhodněním, kteří se jinak s velkými obtížemi uchytí v zaměstnání. Všichni dotazovaní spojují sociální podniky s cílovou skupinou osob se zdravotním postižením. Není to nic překvapujícího, protože většina existujících sociálních podniků v České republice je orientována právě na prospěch této cílové skupině. Sociální podniky se však soustřeďují i na jiné cílové skupiny. Z charakteristik sociálního podnikání z pohledu dotazovaných jsem identifikovala dva různé pohledy na sociálního podnikatele:

- 1) sociální podnikatel jako altruista a podnikatel se sociálním cítěním,

- 2) sociální podnikatel jako businessman, který chce z dotací na sociální podnikání přilepšit rozpočtu vlastní firmy.

Dva dotazovaní zásadně nesouhlasí s tím, aby sociální podnikatelé čerpali dotace na sociální podnikání, naopak zdůrazňují soběstačnost těchto subjektů. 2R sociální podniky svěřuje do kompetencí veřejné správy a vnímá je jako iniciativu, která by měla přicházet „shora“ nežli „odspodu“.

5.2 Podpora sociálního podnikání

Druhá kategorie vystihuje, jak se dotazovaným jeví podpora sociálního podnikání ze strany státu, z dotačních výzev, od krajů, obcí, z Úřadu práce, bank, Okresní hospodářské komory atd.

1R se z pohledu zastupitele zdá dobrá podpora města pro oblast sociálních služeb. V této spojitosti by se podle jeho názoru dočkaly podpory i sociální podniky. *„Město se docela stará, sociální problematika se týká jeho obyvatel a má zájem ji řešit.“* 1R se podílel na vytváření Strategického plánu rozvoje města Kyjova pro období let 2013–2020 a stanovené cíle se snaží prosazovat. Tento dokument je podle něj pro všechny zastupitele závazný. S tím souvisí závazek nepřímé podpory pro podnikatele budováním podnikatelských zón, zlepšení infrastruktury, zpřístupnění objektů pro podnikání atd. Jako podnikatel se však setkal s opačným přístupem. *„Měli jsme dílnu s prodejnou v Kyjově přímo na náměstí. Bojovali jsme s bary a hernami o prostory, město zajímala jen výše nájmu a už je nezajímalo, co tam bude. Nakonec jsme se museli přesunout do Zlína, nedostali jsme sebemenší úlevu na dani a nájem byl přemrštěný. Ted' má Kyjov opačný problém, má prázdné prostory a snaží se do nich nalákat podnikatele.“* V začátcích podnikání se 1R nedočkal výrazné podpory ze strany bank. *„Absolutně nevstřícný přístup od bank. Obešel jsem všechny banky. Oni by mi půjčili, kdybych ručil mnohonásobně vyšší hodnotou, pro mě to byly nevýhodné podmínky. Nedosáhl jsem na žádné půjčky s ekonomickou logikou.“* 1R má dobré předpoklady sociálního podnikatele, protože má zkušenosti s podnikáním i se zaměstnáváním osob s cílových skupin. Ve svém podniku vzdělává učně a kooperuje s odborným učilištěm. Rovněž zaměstnává v pobočce firmy osobu se zdravotním postižením. Dotazovanému se podle jeho výpovědi nedostalo žádné podpory ze strany státu. *„Nikdy jsem od nikoho nic nedostal, ani na učně. Jenom jeden kluk se u mě vyučil za podpory Úřadu práce. Jinak nám s tím dělají problémy, úředníci a OSSZ. Stát je největší zloděj.“* I přes nedostatečnou

podporu a překážky, spojené se zaměstnáváním hendikepované osoby a formací učňů, úspěšně funguje bez vnější pomoci.

2R charakterizuje podporu sociálních podnikatelů z pohledu vlastní organizace jako podporu na formální úrovni. Určitá podpora vychází ze strany úřadu práce. K tomu ale dodává: *„Příspěvky z úřadu práce motivují pouze ty, kteří se rozhodnou pro segment sociálního podnikání s cílovou skupinou zdravotně postižených. Z tvrdého tržního prostředí vychází tvrdé chování firem, kladou důraz na efektivitu a produktivitu zaměstnanců. Náhradní plnění, že zaměstnají někoho se zdravotním postižením, firmy kombinují s pracákem a evropskými fondy.“* Ze strany státu vidí nedostatečnou podporu a v souvislosti s náhradním plněním zdůrazňuje: *„Stát by měl být iniciátor a jít příkladem. Idea zákona je na 25 lidí 1 hendikepovaný. Kolik lidí s postižením sedí na úřadech a pracuje ve státních podnicích? Nikdo, nebo jen minimum.“* 2R při rozhovoru sdělil určitou představou, jak by mohly komerční firmy podporovat sociální podniky. Jako příklad uvedl, že komerční firma zadá sociálnímu podniku určitou část zakázky. *„Proč by část zakázky nemohla dát firma lidem v sociálním podniku, když ji udělají stejně dobře“* V případě zadávání zakázek firmy motivuje to, že splní povinnost náhradního plnění. Další možnost podpory spatřuje v informační a materiální podpoře. *„Firmy si mezi sebou vyměňují kontakty, můžou spolupracovat a pomáhat si. Sociální podniky můžou s firmami navázat spolupráci a zjistit, jestli třeba nevyřazují nějaké vybavení, které by se jim hodilo.“* K podpoře ze strany města dává R2 jako příklad zadání veřejné zakázky. *„Město by mohlo využít služeb sociálního podniku na údržbu veřejného prostranství.“* Uvedené odpovědi potvrzují doporučení, že je pro fungování sociálního podnikání důležitá spolupráce se subjekty podnikatelské sféry i veřejnosprávních institucí, jak bylo již poukazované v teoretické části práce.

3R je aktivní člen Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu. Místním podnikatelům se podle něj dostává poradenské i finanční podpory ze strany této skupiny. 3R se setkal se vstřícným přístupem města při zprovoznění Sociálně psychiatrického centra Fénix. Z této zkušenosti usuzuje, že by město bylo vstřícné i k podnikateli, který chce zahájit sociální podnikání, pokud by měl něco společného se sociální oblastí. Podle názoru 3R by měly sociální podniky vznikat bez dotací a měly by být soběstačné. Stejný názor sdílí i 4R. Podporu by uvítal v nižších odvodech a menším daňovém zatížení.

5R se podpora sociálního podnikání zdá nedostatečná. Jistou podporu podle něj mají sociální podniky s právní formou družstvo, které jsou členy Svazu českých a moravských výrobních družstev (SČMVD). Ve SČMVD mají sociální podnikatelé přístup ke kontaktům a vzájemně si s ostatními členy vyměňují zakázky. Ze strany státu by 5R ocenil větší úlevy na daních a kompenzaci příspěvky, které by (sociálním podnikatelům) doplnily ztrátu za to, že zaměstnají někoho s hendikepem.

6R sdělila, že je podpora sociálního podnikání i těch, kteří se pro sociální podnikání rozhodnou, jednoznačně nedostatečná. *„Co se týče legislativy, vyřizování náročné administrativy, vyjednávání s úřady, tady se naráží. Od Úřadu práce se dostává podpory ve formě dotací. Neziskové organizace získávají podporu z ministerstev, krajů a rozpočtů obcí, dosáhnou i na evropské fondy. Sociálním podnikatelům, kteří zaměstnají někoho se zdravotním postižením, poskytuje poradenství Svaz tělesně postižených v Kyjově a Liga vozíčkářů. V rámci toho poradenství pro zaměstnavatele Liga pomáhá při vyřizování dotací z Úřadu práce. Obecně podporuje podnikatele Okresní hospodářská komora. Udržitelnost sociálních podniků bez dotačních titulů nevidí jako reálnou. „Ráda bych řekla, že ano, ale v současné situaci myslím, že ne. A určitě v těch začátcích, než se to zajede, rozjede, tam je potřeba částka z dotace. Firma, která je zajatá, má větší šanci na udržení. Jinak je to rizikové. Hodně by se dalo udělat v oblasti zaměstnanosti a podporovat firmy, pokud by pro ně bylo finanční zvýhodnění. To platí i pro sociální podnikatele.“*

7R o žádné, kromě dotačních podpor, neví. S dotační podporou 7R nesympatizuje. *„Jak už jsem říkal, jsem odpůrcem dotační politiky, protože neuvěřitelně mění ekonomické souvislosti a „kroutí“ trh. Ale myslím, že by bylo vhodné zaměřit se více na informovanost. Nemyslím si, že mám dost jasno v tom, jak to celé funguje. Věřím tomu, že pokud by všechno fungovalo bez dotací, tak by nám všem bylo líp. Dotace jednou stejně vyschnou a firmy pak zkrachují, protože nebudou schopné se uživit.“* 7R zdůrazňuje samofinancování sociálních podniků a nezávislost na jakýchkoliv příspěvcích.

Všichni z dotazovaných nezaznamenali výraznou podporu sociálního podnikání ani ze strany státu, ani ze strany místních institucí. Pokud bychom porovnávali výhody právních forem sociálních podniků v oblasti podpory, z výpovědi 5R se jeví právní forma družstvo pro sociální podnik o něco lépe, protože jej zastřešuje Svaz českých a moravských výrobních družstev. Větší podpory se podle názorů respondentů dostává sociálním podnikům, které do pracovního procesu začleňují osoby se zdravotním

znevýhodněním. V oblasti dotační podpory se mezi dotazovanými setkáváme s rozdílnými interpretacemi. 6R se domnívá, že jsou dotace pro sociální podniky nezbytné minimálně při rozjezdu jejich podnikání. Většina dotazovaných však zastává názor, že by se lépe fungovalo bez dotací a vyzdvihují prvek soběstačnosti podniků.

5.3 Informovanost

Rozbor výpovědí v této kategorii odkrývá úroveň informovanosti o sociálním podnikání. Tato kategorie byla prostoupena ve všech kladených otázkách a každá dílčí odpověď vypovídá o tom, do jaké míry je o sociálním podnikání na Kyjovsku rozšířená informovanost. Odpovědi jednoznačně dokazují fakt, že je o sociálním podnikání na Kyjovsku nedostatečné povědomí.

1R se domnívá, že je o sociálním podnikání dostatečná informovanost. Z upřesňujících otázek však vyšlo najevo, že sociální podnikání spojuje s činností sociálních služeb. Dostatečnou informovanost tudíž spatřuje v oblasti aktivit poskytovatelů sociálních služeb, nikoli v oblasti sociálního podnikání. Stejný pohled má 3R.

2R v Okresní hospodářské komoře Hodonín (OHKH) nabízí bezplatné poradenství pro začínající sociální podnikatele. Dalo by se říci, že přispívá k šíření myšlenek sociálního podnikání. Přes tuto nabídku se však nesetkal s osobami, které by jevily vážný zájem zahájit sociální podnikání. Na pobočce OHKH, ani ve spojitosti s Městským úřadem v Kyjově podle R2 doposud neproběhla propagační kampaň či seminář, které by šířily informace o sociálním podnikání. Kyjovsko podle R2 nemá žádnou vůdčí osobu, která by prosazovala tento koncept. Sociální podnikání spojuje spíše s aktivitami veřejného a neziskového sektoru, než s podnikatelskou sférou. Povědomí o sociálním podnikání vnímá jako velmi nízké. Podobný názor uvedl a rozšířil R7, podle kterého by vedle státu měly sociální podniky provozovat neziskové organizace. *„Samotné sociální podniky si dokážu představit jen jako firmy, zřízené neziskovkami, které budou generovat mírný zisk pro pokrytí svých aktivit. Jako samotný druh podnikání si to úplně představit nedokážu. Pokud v tom budou peníze, nebudou to zaměstnavatelé dělat z přesvědčení, ale kvůli zisku.“*

4R na otázku: „Domníváte se, že je o sociálním podnikání dostatečná informovanost?“ důrazně uvedl: *„Ne, nikdo se tím nezabývá. Moc se o tom neví a není dost*

příkladů, aby to bylo vnímané dobře. To „sociální“ je negativní výraz, lidi si pod tím představují něco negativního.“

5R sice sdělil, že se o sociálním podnikání mluví hodně, konkrétnější představy už nedokázal vyjádřit. Výpověď 6R vystihuje názory i ostatních dotazovaných, proto uvedu interpretaci R6. *„Myslím si, že o sociálním podnikání není dostatečná informovanost. Když člověk pátrá, tak se dopátrá, ale bylo by dobré víc aktuálních přehledných informací. Člověk se musí zajímat, když se chce o tom dovědět. Pojem sociální podnikání už slyšela většina veřejnosti, ale už nemají, co konkrétního si pod tím představit a jak to funguje.“*

7R potvrzuje: *„Rozhodně není dostatečná informovanost o sociálním podnikání. Kdyby moje žena nebyla aktivní v oblasti neziskového sektoru, tak bych nejspíš vůbec nevěděl, o čem je řeč.“*

Při realizaci výzkumu jsem narazila na nízkou informovanost o sociálním podnikání u všech dotazovaných. Ačkoli je na území České republiky vytvořena dostatečná informační síť, na Kyjovsku většina lidí neví, co si pod tímto fenoménem přestavit. Důvodem může být to, že v lokalitě výzkumu neexistuje sociální podnik, tedy žádný průkopník, který by v kyjovském regionu příkladem dobré praxe se sociálním podnikáním seznamoval veřejnost. Sociální podnikání dotazovaní vnímají jako organizaci zaměstnávající zdravotně postižené osoby. Již nezohledňují další aspekty, že sociální podnikání přináší trojí prospěch. Všichni shledali přínos sociálního podniku v souvislosti se zaměstnáváním lidí, kteří si běžně nenajdou práci. Největší užitek přikládají znevýhodněným zaměstnancům, kteří díky sociálním podnikům získají pracovní uplatnění. *„Největší výhodu spatřuji v zapojení těchto lidí do normálního života. Jejich pobyt na pracovištích by změnil i názor mnohých lidí a pak by se i zdravotně znevýhodnění snadněji zaměstnávali, protože by nebyli zatíženi předsudky.“*

5.4 Sociální podnikání jako příležitost

Názory z pohledu oslovených podnikatelů, zástupců veřejné a neziskové sféry, zda a jaký potenciál má sociální podnikání pro své budoucí fungování v regionu, v čem vidí příležitosti a další související zjištění, jsou sumarizovány v této kategorii. Specifikům kyjovské lokality se věnovala dílčí kapitola výzkumu.

Při zamyšlení se nad otázkou příležitostí pro sociální podnikání, kladl 1R možný potenciál do souvislostí se specifiky regionu. *„S podnikáním má Kyjov problém,*

s pracovními příležitostmi souvisí počet obyvatel a za poslední léta došlo k velkému odlivu. Když si člověk vezme, kolik je tu lidí, tak co můžou potřebovat? Na služby je Kyjov moc malý. Myslím si, že chybí jednoduché služby, např. opravárenství, ale na to je nedostatek lidí. Malé, drobné podnikání je ve službách, všechno musí vycházet od odbytu zákazníků.“ 1R příležitost pro SP nachází v opravárenských službách. Další příležitosti se podle 1R týkají oblasti zemědělství. *„Kyjovsko je dost agrární kraj, v současné době zemědělství zaměstnává minimum lidí. Dřív v zemědělství pracovalo několik set lidí, dnes jen pár desítek. To by se mohlo obnovit“.*

2R v identifikaci příležitostí vycházel z pokrytí regionálního trhu a tradičního zemědělství. Pokud by se měl podle 2R sociální podnik někde uplatnit, tak právě tam, kde je díra na trhu. *„V Kyjově si dokážu představit jako sociální podnik kavárnu nebo jídelnu. Mně jako zákazníkovi jde o to, abych se dobře najedl a za přijatelnou cenu. Už je mi jedno, jestli to připravili zdraví, nebo postižení. Kyjov je významná vinařská oblast, ale málo vinařů dělá bio víno. Je to trend, tady by se mohlo sociální podnikání uplatnit.“* Začínajícím sociálním podnikatelům doporučuje zaměstnávat zdravotně znevýhodněné. Dávali by firmám motivaci k odebírání výrobků, aby mohly uplatnit zákonnou povinnost náhradního plnění.

Další příležitost vidí 2R ve spolupráci kraje se sociálními podniky při zadávání veřejných zakázek na údržbu veřejného prostranství. *„Krajská příspěvková organizace by mohla dávat sociálním podnikům prioritně zakázky na údržbu zeleně, čištění příkopů, vyřezávání dřevin kolem silnic. Myslím si, že by mělo být povinné, aby místa pro zaměstnávání těchto osob zřizovaly obce. V oblasti údržby zeleně, svozu odpadů, úklidu apod. je velká šance tyto lidi zaměstnat.“* R2 poukázal na příležitost pro sociální podniky, pokud se budou ucházet o veřejnou zakázku, ve které bude zadavatel zohledňovat sociální kritéria. Odpovědné zadávání veřejných zakázek, při kterém kraje nebo města ve výběrovém řízení zohlední určitá sociální kritéria, je velkou příležitostí pro sociální podniky. Model zodpovědného zadávání veřejných zakázek funguje v řadě evropských zemí a pomalu se rozvíjí i v České republice. Zkušenost s tímto podpůrným nástrojem sociálního podnikání přineslo v letošním roce MPSV, které dalo zakázku na údržbářské práce Sociálnímu podniku Černý most, s. r. o. (Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. 2014 [cit. 20. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/18869>).

Podle 3R není v Kyjově dostatek příležitostí pro sociální podnikání. *„Na služby je Kyjov moc malý. Příležitostí je nedostatek. I kdyby se v Kyjově podařila založit bez dotací třeba kavárna, tak by se tu neuživila, protože se tu neuživí normální kavárna.“*

4R je k příležitostem pro sociální podnikání otevřenější. *„Nedá se to jednoznačně říct, jestli něco vyrábět, nebo poskytovat službu. Mohla by se uchytit drobná výroba, ale je otázka, co se vyrábí. V jakémkoliv oboru vznikne, tam se může uplatnit, pokud bude mít dobrý podnikatelský záměr. Kolegové z Elektrovinu nebo Sekolu mají chráněnou dílnu na zpětný odběr elektrospotřebičů. Rozebírají spotřební elektroniku, kuchyňské spotřebiče, herní autamaty. Mají svoje provozovny, ale možná by se něco takového uživilo v Kyjově.“*

5R by uvítal, kdyby sociální podniky umožňovaly drobné rukodělné práce zdravotně znevýhodněným přímo z domu. *„Za Kyjovanu nám vozili práci domů. Rozváželi nám materiál na zpracování po celém okrese, do Žeravic, Osvětman, do Dubňan. Lidi navijeli cívky nebo malovali na sklo. Hodně se skládaly luxusní krabičky. Mohli si (zdravotně znevýhodnění zaměstnanci) udělat práci doma. Za týden si z firmy pro hotové výrobky přijeli.“*

6R spatřuje příležitost pro všechny komerční podnikatele, aby se stali sociálním podnikem, v zaměstnávání schopných lidí ze zdravotním znevýhodněním. Tím mohou získat následující výhody: *„Můžou mít spolehlivé zaměstnance, motivované, kteří nepřebíhají a nechtějí odejít někam jinam. Mohou získat kvalitní zaměstnance – to, co do něj (sociální podnikatel jako zaměstnavatel) investuje, se mu vrátí a nebude za rok zaškolovat jiného. Zkrácenými úvazky může pokrýt práce, které by jinak zdravými zaměstnanci nepokryl.“* Podobně jako 2R vidí 6R výhodu v odpočtu daní a splnění zákonné povinnosti (náhradní plnění) v případě, že by zaměstnával osoby se zdravotním postižením. 5R a 6R navrhuje jako příležitost pro sociální podnikatele zadávat práci cílové skupině v domácím prostředí. Díky tomu sociálním podnikatelům odpadne výrazná část provozních nákladů. Několik desetiletí tato pracovní forma fungovala v případě družstva Kyjovan. Zaměstnanci Kyjovanu měli možnost vykonávat dílčí manuální práce přímo doma. 6R uvádí jako příklad této formy zaměstnávání v IT oboru. Tato forma však naráží na legislativní překážky a není vhodná pro cílové skupiny vyžadující přímou podporu a odborné vedení.

I v těchto interpretacích nalezneme rozdíly podle toho, zda mají dotazovaní blíže k neziskovému nebo podnikatelskému prostředí. 1R, 2R a 4R vidí příležitosti pro sociální

podnikání podle ekonomicko-marketingových zásad. Pokud se chce sociální podnikatel uplatnit a uspět, musí najít volné místo na trhu a prodávat takový produkt nebo službu, o kterou je zájem. Jako konkrétní příležitosti spatřují v oblasti drobných služeb, např. v opravárenství, zpracování druhotných surovin, dále zaměření na produkci potravin, vinařství nebo údržbu veřejného prostranství. V ideálním případě by podle R2 a R6 mohl kraj nebo obce zadávat zakázky na úpravu veřejné zeleně či úklidové práce. Polovina dotazovaných vidí příležitost v zaměstnávání osob se zdravotním znevýhodněním. Jednak jsou podle zkušeností R6 a R1 tyto osoby motivované a loajální vůči zaměstnavateli a jednak získají konkurenční výhodu mezi odběrateli díky náhradnímu plnění.

5.5 Bariéry

Tato kategorie vystihuje bariéry pro rozvoj sociálního podnikání z pohledu dotazovaných.

Identifikace bariér umožňuje odhalit, jaké překážky by sociální podnikatelé museli překonat při záměru provozovat podnikatelskou činnost ve vybrané lokalitě. Identifikované bariéry podle odpovědí 1R můžeme rozdělit do těchto oblastí:

-Byrokracie a administrativní zátěž. *„Byrokracie je zásadní problém, je to jedna z největších brzd v podnikání. Pořád člověk neví, co mu hrozí. Každá koruna, vše se musí vykazovat, je to hrozně náročné. Musíme dávat například deset tisíc na byrokracii a nájem. Pořád chodí kontroly, člověk si musí dát pozor. S úředníky mám špatné zkušenosti, většinou je to špatné jednání, buzerace, nejvíc finančák a sociálka.“*

Na základě zkušeností 1R ve vztahu k zaměstnávání osoby se zdravotním postižením shledává rovněž bariéru při vyřizování administrativy. *„My to bereme odpovědně a přesto s tím máme velké starosti.“*

-Geografická pozice regionu a technická vybavenost. *„Kyjov má excentrické umístění vůči republice, v podstatě je to pohraničí. Kdyby byl uprostřed republiky, má lepší dostupnost a lepší přístup k dodavatelům. Já když se potřebuju dostat za zákazníkem, strávím celý den na cestě. Nejbližší dálnice je v Brně, tady jsou mizerné okresky. Třeba v zimě se kamiony se zbožím přes Strážovický kopec vůbec nedostanou.“*

-Snížená pracovní efektivita zaměstnanců sociálních podniků a nedostatečné finanční kompenzace. *„Se zaměstnáváním zdravotně postižených jsou problémy, stejně si na sebe nevydělají. Osobně si myslím, že se takový podnik neobejde bez dotací, někdo to musí*

zaplatit, nic se nevytvoří z ničeho. My doplácíme na našeho zaměstnance, doplácíme mu sociální a zdravotní pojištění, musíme mu dávat výplatu. Rozhodně ten výkon tomu neodpovídá, ten člověk na sebe nevydělá. Musí se počítat s jakýmsi dobročinným přístupem.“

-Špatné společenské klima. „Myslím, že je pro sociální podnikání špatná doba. Celková politická situace není dobrá. Každý se stará o sebe, proč by ten poslední člověk měl dělat něco navíc? Ve společnosti je špatná atmosféra, nespokojenost, řevnivost. Lidi odcházejí z Kyjova pryč a pro tak málo lidí není dost služeb. V Kyjově lidi mají dost peněz, ale radši zajdou do supermarketu, než aby si koupili něco od postižených.“

Největší bariéry z odpovědi 2R jsou následující:

-Vysoké daňové zatížení podnikatelů. Podle 2R vysoké daňové zatížení neumožňuje podnikatelům rozšiřovat činnost na sociální podnikání, protože by se jim výrazně zvýšily náklady a neobstáli by v konkurenci.

-Vysoká konkurence je z pohledu 2R další bariéra. „V současné době vládne silný konkurenční boj, firmy musí minimalizovat náklady, být efektivní a obstát v konkurenci. Zaměstnat člověka, který nepodává dostatečný výkon, stojí firmu peníze a to se jí nevyplatí. Nakonec je konečnému spotřebiteli jedno, od koho výrobek nebo službu koupí. Zajímá ho, jestli je za přijatelnou cenu a jestli je výrobek nebo služba kvalitní. Firmy odvádí státu velké daně, takže jsou už dost solidární, už nemají kam dál zajít, aby se udržely. Pokud stát od podnikatelů vybírá polovinu příjmů, je zodpovědnost sociálního podnikání na státu, ne na podnikatelích.“

-Nezájem o koncept sociálního podnikání. Podle 2R „sociální podnikání není v zájmu sdružení podnikatelů, ani v zájmu místních neziskovek.“ Nezájem jako překážku uvedl rovněž 3R. „Město to neřeší, chybí iniciativa, aby město vyhlásilo „soutěž“ pro sociální podniky. Kdyby s tím někdo přišel, narazí na odpor. Podnikatelům je potřeba poskytnout možnost, kde podnikat.“ V této souvislosti zmiňuje jako bariéru nedostatek a nedostupnost prostor pro podnikání. „Podnikatelé tu nemají podmínky. Ceny nájmu jsou přehnané. Majitelé objektů nechávají raději budovu prázdnou, než aby snížili nájem nebo dali alespoň první rok podnikateli slevu.“ Výraznou překážku shledává, podobně jako 1R, v náročné byrokracii a komunikaci s místními úřady. „Měla by se zlepšit spolupráce s finančním úřadem. Kyjovské firmy mají problémy s finančákem, chodí časté kontroly.

Raději si nechají uvést sídlo podnikání v Praze nebo Brně, kam na ně nechodí kontrola tak často.“ 3R a 1R se shodují ve výpovědích, kde uvádějí jako bariéru sníženou efektivitu zaměstnanců a náročnou administrativu. „Tím, že jsou zaměstnanci něčím omezení, musí se jim přizpůsobit pracovní podmínky, pracovní doba, nároky a tempo. (...) Předpokládám, že je s tím spojené hodně papírování.“

4R nevidí oporu v legislativě. Doporučil by lepší návaznost na vládní program a osvětu. *„Třeba v případě naší kompostárny, leží tam hromady bio odpadu a nevíme, co s tím. Kdyby Ministerstvo zemědělství nařídilo zemědělcům povinnost používat určité procento bio hnojiv, měli bychom hned odběratele a všichni by byli spokojeni. Když se to vztáhne na sociální podniky, kdyby vláda nařídila od nich něco kupovat, tak budeme muset kupovat a podniky budou mít komu prodávat.“*

5R identifikoval bariéru v nepříznivém vývoji tržního prostředí. *„Nevím, kde by se teď sociální podnik uchýtil. Za minulého režimu firmy prosperovaly, po revoluci nastal zlom. Změnily se podmínky pro podnikání, vznikly nové konkurenční firmy. Malé firmy – naši odběratelé - zanikly a vytlačily je velké firmy. Současný trh je nasycený zbožím a výrobky, je vysoká konkurence a problém v odbytu výrobků - nejsou odběratelé. Navíc je trh deformovaný levnými cenami.“* Z těchto důvodů 5R zastává názor, že se sociální podnikání na Kyjovsku nerozvine. *„Myslím, že to nebude vznikat, sice dostanou dotace, ale i tak to nebude nadlouho.“*

6R v první řadě spatřuje jako bariéru nedostatečnou legislativu pro sociální podnikání, a to neuzákonění sociálního podnikání jako takového. Dále do překážek zahrnuje nízkou podporu ze strany státu. Sociální podnikatelé *„nemají finanční bonusy, které by jim vykompenzovaly ztrátu za to, že zaměstnají znevýhodněného člověka. V porovnání se zdravým zaměstnancem podává nižší výkon a víc by se jim vyplatilo najmout zdravého. Pro sociální podnikatele je tvrdá doba.“* Další překážky 6R spojuje s nepříznivou ekonomickou situací a dopravní dostupností v regionu. *„Tady v regionu jim (sociálním podnikatelům) může působit problémy celková ekonomická situace Kyjovska s vysokou nezaměstnaností. Můžou se setkat s tím, že se k nim zaměstnanci (ze znevýhodněné cílové skupiny) nebudou mít jak dostat. Myslím si, že je nízká dostupnost z okolních obcí a zaměstnanci hodně projedou. Mám zkušenost, že dost často odmítají práci právě kvůli dojíždění. Dlouhodobě nezaměstnaní, lidi vyššího věku a nízkého vzdělání mají nízkou motivaci a nejsou ochotni dojíždět.“* V praxi 6R, podobně jako R1

a 3R, vidí další bariéru ve vyjednávání s úřady a ve vyřizování náročné administrativy, která může začínající sociální podnikatele odrazovat.

Podle 7R sociální podnikatelé můžou narážet na náročnou administrativu a byrokracii. *„Z pohledu naší firmy je největší problém byrokracie, proto bychom do toho nikdy nešli. Jsme schopní zaměstnat i někoho se změněnou pracovní schopností, ale nejsme ochotní ho zaměstnat s dotací. Pro nás, jako malou firmu, si zvýšenou zátěž v oblasti papírování nemůžeme dovolit. Na jednoho postiženého bychom potřebovali půl administrativní síly, na což nemáme.“* Další bariéra z výpovědi 7R náleží do oblasti nedostatečné schopnosti soukromého podnikatele pracovat s cílovou skupinou. *„U těch, co jsou léta mimo pracovní proces, nebo u více mentálně postižených, nevím, jestli bych s nimi dokázal vyjít. Každý zaměstnavatel se jim raději vyhne, neumíme s nimi jednat. Asi potřebují asistenta a myslím, že je pro ně nejvhodnější, aby pracovali ve chráněném prostředí.“*

Uvedené bariéry jsou překážkami v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku. Vedle vnějších bariér je nejčastějším důvodem, proč se netransformovat v sociální podnik, náročná práce s cílovou skupinou. Dotazovaní uváděli, že ke svému podnikání potřebují stoprocentně zdravé a práceschopné zaměstnance. Jakékoliv odchylky pro ně představují zvýšené náklady a zvýšené nároky na vedení, administrativu a čas. V této spojitosti vynikají neziskové organizace, protože s cílovými skupinami pracují a mají s nimi větší zkušenosti. Podle názorů většiny dotazovaných sociální podnikání patří spíše do kompetencí neziskových organizací. Na Kyjovsku existuje větší počet fungujících dobrovolných neziskových občanských iniciativ. Věřím, že právě ony budou prvními aktéry sociálního podnikání na Kyjovsku.

Na základě analýzy dat a výpovědí respondentů se jevílo jako nejvhodnější shrnutí výstupů do SWOT analýzy. Koncepce kvalitativního výzkumu u informantů směřovala ke zhodnocení příležitostí a bariér v oblasti sociálního podnikání. Analýza strategických dokumentů, demografické situace, struktury trhu, materiálních podmínek na podporu podnikání a dalších dat, která vypovídají o specifické situaci regionu Kyjovsko, nabízí ucelený pohled na regionální podmínky a odpovídají na DVO 1: *„Jaké jsou regionální podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?“* Kvantifikace regionálních podmínek byla ve SWOT analýze rozdělena do všech čtyřech oblastí. Odpovědi respondentů byly shrnuty

do DVO 2 a DVO 3. DVO 2: „*Jaká opatření podporují sociální podnikání na Kyjovsku?*“ byla zdrojem pro brainstorming v oblasti silných stránek a příležitostí. DVO 3: „*Co brání v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku?*“ naopak poskytla nápady v oblasti slabých stránek a hrozeb.

Tabulka č. 9: SWOT analýza příležitostí a překážek sociálního podnikání na Kyjovsku

| Silné stránky | Slabé stránky |
|--|---|
| Tradiční formy sociální ekonomiky: zastoupení výrobních družstev | Absence subjektu sociálního podnikání v regionu, chybí příklad dobré praxe |
| Komunitní centra, Místní akční skupiny | Nedostatek informací o konceptu sociálního podnikání |
| Podpora podnikatelů Okresní hospodářskou komorou Hodonín | Nedostatek uplatnění pro cílové skupiny |
| Podpora podnikání ve strategických dokumentech města Kyjova | Nedostatek kompetencí podnikatelů při práci s cílovou skupinou |
| Záměr podporovat zaměstnávání zdravotně znevýhodněných ve strategických dokumentech | Neochota podnikatelů zaměstnávat pracovníky, se kterými je „práce navíc“ |
| Podpora města organizací v sociální sféře | Negativní vnímání pojmu „sociální“ |
| Blízkost hranic s Rakouskem, partnerství a přenos dobré praxe | Zákonné regulace |
| Dostatek prostor pro podnikání v konkrétních lokalitách | Neochota spotřebitelů měnit zavedené zvyklosti, rozhodování podle výše ceny |
| Kladný postoj k lidovým tradicím a tradičním řemeslům | Cenová nedostupnost podnikatelských prostor |
| Zájem o potřebu místní produkce, regionální potraviny | Nedostatek investičních pobídek a daňových zvýhodnění |
| Velké množství výrobních subjektů: odběratelé, zadavatelé zakázek pro sociální podniky | Špatný přístup zaměstnanců místních úřadů k podnikatelům |
| Aktivní politika zaměstnanosti | Úbytek obyvatelstva, nedostatek zákazníků |
| Poradenství a koučink podnikatelů | Nedostatek vhodných finančních nástrojů |
| Granty z veřejných zdrojů na inovativní projekty | Nedostatečná dopravní dostupnost |

| Příležitosti | Hrozby |
|---|---|
| Informační sítě, propagace | Neschopnost udržet se na trhu bez podpory dotačních programů |
| Podpora aktivit cílových skupin | Vysoké daňové zatížení podnikatelů |
| System regionálního marketingu místních produktů a služeb | Nasycenost trhu výrobky a službami |
| Podnikatelské inkubátory ve spolupráci s Okresní hospodářskou komorou | Předsudky vůči sociálním podnikatelům |
| Příprava společných projektů a projektů v rámci přeshraniční spolupráce | Nedostupné finanční produkty v začátcích podnikání |
| Příprava zón pro podnikání | Náročná byrokracie a administrativa |
| Celoživotní vzdělávání v podnikatelských oborech | Předsudky v oblasti zaměstnávání cílové skupiny ve spojitosti s čerpáním dotací |
| Potenciál pro výrobní a zemědělské podnikání, orientace na bio výrobky | Špatná komunikace mezi organizacemi a státem |
| Inovativní produkt sociálního podnikání | Nevhodná legislativa |
| Dotační programy na inovativní podnikání a zaměstnávání cílové skupiny | |
| Loajálnost a motivovanost zaměstnanců z cílové skupiny | |
| Veřejné zakázky z obcí a kraje | |
| Zakázky soukromých podnikatelů pro uplatnění náhradního plnění | |

Zdroj: Vlastní zpracování poznatků do podoby tabulky

6 Diskuze

V empirické části práce jsem zjišťovala odpověď na HVO: „*Jaké jsou podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“ Z výzkumu vyplynulo, že sociální ekonomika na Kyjovsku tradici měla a má, zejména v zastoupení družstev. Nicméně žádný z těchto identifikovaných subjektů nerozšířil svoji činnost o sociální podnikání. Na Kyjovsku neexistuje žádná nezisková organizace, která by provozovala sociální podnik jako zdroj svých příjmů pro realizaci poslání, ani žádná obchodní korporace, která by „podnikala sociálně“. V teoretické části byl čtenář seznámen s možnými nástroji podpory při začátcích sociálního podnikání na národní úrovni. V praktické části výzkumu se čtenář mohl dozvědět, na koho se nejlépe obrátit, jaká fakta zohlednit. Výstupy z výzkumu jsem formulovala do přehledu příležitostí a nejzásadnějších bariér, které umožní začínajícím sociálním podnikatelům na Kyjovsku lépe se orientovat v místním podnikatelském prostředí.

Při sumarizaci poznatků získaných z analýzy regionálních podmínek pro zodpovězení DVO 1: „*Jaké jsou regionální podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“ jsem dospěla k závěru, že demografické a ekonomické ukazatele charakterizují Kyjovsko jako oblast se slabou socioekonomickou situací, jako region zasažený vysokou nezaměstnaností. Tato situace si vyžaduje opatření, které by zmírnilo její negativní důsledky a zlepšilo životní úroveň cílových skupin a v konečném důsledku úroveň regionu. Dobrá znalost místních podmínek může být dobrým začátkem před zahájením sociálního podnikání. Potenciál pro sociální podnikání se jeví v místním přírodním bohatství. Kyjovsko má dostatek zemědělských ploch, neudržované pole a sady, tedy možné zdroje pro podnikání v zemědělské oblasti, kde by sociální podnikání mohlo navázat na tradici zemědělské produkce a orientovat se na regionální potravinářské speciality, které v Čechách získávají stále větší přízeň zákazníků. Další příležitost najdeme v oblasti tradičních řemesel v návaznosti na místní folklór. Na Kyjovsku je dostatek podnikatelských prostor i průmyslových zón pro podnikání a v rozvojových koncepcích města je v plánu tyto zóny rozšiřovat a přitáhnout nové podnikatele. Pro místního podnikatele v zahájení podnikání však může být překážkou vysoký nájem těchto prostor a absence počátečního zvýhodnění ze strany města. V této oblasti může dojít ke zlepšení, protože podle výpovědí respondentů i z vlastní zkušenosti má město Kyjov kladný postoj k sociálním službám a projektům souvisejících se sociální problematikou. Vedle přímé

finanční podpory jim vychází vstříc právě s uvolněním objektu a zvýhodněným nájmem. Dá se očekávat, že i k sociálnímu podnikání zaujme kladný postoj, pokud bude dostatečně obeznámeno s jeho přínosy pro region. Někteří dotazovaní uváděli jako bariéru nevýhodnou lokalitu Kyjovska v rámci republiky a nedostatečnou dostupnost. Z opačného pohledu příhraniční poloha vybízí k otevřené spolupráci s Rakouskem, které je - co se týče úrovně sociálního podnikání - daleko vyspělejší. Spolupráce by napomohla zavádět příklady dobré praxe do regionu. Město Kyjov s dalšími obcemi a Místními akčními skupinami již navázalo kontakty se zahraničními partnery. Můžeme předpokládat, že tato spolupráce napomůže šíření myšlenek sociálního podnikání a povede k zakládání sociálních podniků.

Prostřednictvím výzkumu jsem byla obeznámena s aktivitami Místních akčních skupin, zejména Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu. Díky nadšeným lidem z řad občanů, podnikatelů, veřejné správy i neziskového sektoru dochází k navázání komunikace a spolupráce mezi sektory. Díky této skupině dosahují podpory začínající podnikatelé, což představuje příležitost pro průkopníky sociálního podnikání na Kyjovsku. Nezanedbatelný přínos pro začínající sociální podnikatele má činnost Okresní hospodářské komory Hodonín.

Nízké mzdy v regionu a nedostatek pracovních míst způsobují odliv obyvatel za lepšími výdělky do Brna a jiných „bohatších“ měst. Nízké mzdy snižují kupní sílu domácností (Brožová, 2003). Pokud má sociální podnikatel zvýšené náklady, které souvisejí s kompenzací nižší produktivity práce cílové skupiny, prodává své výrobky nebo služby za vyšší cenu. V porovnání s konkurencí se lidé v regionu s nízkými platy budou při nákupu výrobků a služeb rozhodovat spíše na základě ceny, což může sociálního podnikatele ohrozit v nedostatečném odbytu. Snižující se počet obyvatel vede k dilematu, jaké služby a produkty ještě poskytovat pro malý počet obyvatel. Tato skutečnost není přímo bariérou, ale způsobuje, že noví podnikatelé raději založí svou firmu ve větším městě. Další překážkou a důvodem, proč podnikatelé na Kyjovsku raději přesouvají svou činnost jinam, je kvůli nedostatečné spolupráci s místními úřady. Naražejí na špatné jednání s úředníky a jsou zatěžováni častými kontrolami, což může od zahájení sociálního podnikání odrazovat.

Předložený výzkum nepřináší hloubkovou analýzu trhu. Neučinila jsem tak z důvodu, že výběr konkrétní oblasti výrobků nebo služeb, kterou si sociální podnikatel

zvolí pro předmět své podnikatelské činnosti, je determinován tím, s jakou cílovou skupinou sociální podnikatel pracuje. Podnikání ve službách, kde by se dobře uplatnila např. cílová skupina maminek samoživitelek, už nemusí být vhodné pro cílovou skupinu zdravotně znevýhodněných osob. Sociální podnikatel musí vždy zvážit limity svých zaměstnanců a zejména přednosti, na kterých může stavět.

Odpovědi na dílčí otázky DVO 2: „*Jaká opatření podporují sociální podnikání na Kyjovsku?*“ a DVO 3: „*Co brání v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku?*“ jsem získala prostřednictvím rozhovorů se sedmi dotazovanými. Jejich pohledy a názory na problematiku se lišily zejména podle toho, jestli pracují v podnikatelském, nebo neziskovém prostředí. Bednáriková a Francová (2011) uvádí, že v České republice existují dva typy sociálních podnikatelů: buď to jsou podnikatelé, kteří výdělečnou činnost rozšíří „o sociálně“, nebo to jsou zástupci neziskových organizací se sociálním cítěním a rozhodli se podnikat ve prospěch cílové skupiny. Oba typy podnikatelů mají svá specifika, výhody i nevýhody. Jedni se hůře orientují v práci s cílovou skupinou, druhí v tvrdém podnikatelském prostředí. Tyto tendence jsem rovněž zaznamenala v odpovědích a vyplynulo, že „běžné“ podnikatele od sociálního podnikání odradí náročnost práce s cílovou skupinou. Tento postoj se může zlepšit díky spolupráci s neziskovými organizacemi a poskytovateli sociálních služeb, což opět potvrzuje důležitost mezisektorové koordinace pro sociální podnikání.

Z hlediska cílové skupiny je podle zjištění výzkumu pro sociálního podnikatele příležitostí zaměstnávat osoby se zdravotním postižením. Může pobírat dotace na tyto zaměstnance, má daňové úlevy a lépe získá odběratele, kteří jsou motivováni u něho uplatnit náhradní plnění. Všichni respondenti si sociální podnikání spojovali nejvíce s cílovou skupinou zdravotně znevýhodněných, s chráněnými dílnami nebo se sociálními službami. Celkově jsem se setkala s nízkou informovaností a zúženým pohledem na problematiku. Nepochopení a nízké povědomí o sociálním podnikání působí bariéru, na kterou budou začínající sociální podnikatelé narážet. Oslovení podnikatelé prosazují podnikání zcela bez dotací s výjimkou kompenzací, když zaměstnají člověka se zdravotním postižením. Začínající sociální podnikatelé se však obtížně obejdou bez přímé a nepřímé pomoci. V teoretické části bylo vysvětlené, kde si mohou vyžádat podporu. Při naplnění cíle výzkumu jsem nezjišťovala, jestli místní banky nabízejí zvýhodněné půjčky nebo mikroúvěry pro začínající sociální podnikatele. Vycházela jsem z výpovědí

respondentů, kteří u místních bank žádali o úvěr nebo vhodný finanční produkt na podporu svého podnikání. Nesetkali se s dobrým pořízením, což představuje další překážku v rozvoji sociálního podnikání. Nedostatečná nabídka bankovních produktů jako zvýhodněných půjček nebo dostupných úvěrů koresponduje se závěry studie o stavu sociálního podnikání na území ČR (MPSV, 2009, Jetmar, 2012), která uvádí, že chybí vhodné finanční produkty pro začínající sociální podnikatele.

Z výpovědí respondentů můžeme vysledovat pravděpodobný vývoj sociálního podnikání na Kyjovsku. Sociální podnik vznikne spíše z iniciativy neziskové organizace, než ze strany obchodní korporace. Běžní podnikatelé se podle mého názoru budou ubírat cestou společensky odpovědné organizace. Při tom ale mohou vytvářet hodnoty, které mají stejné znaky se sociálními podniky – produkování zboží nebo služeb, které přinášejí zisk, sociální prospěch určité skupině lidí a užitek pro místní lokalitu i životní prostředí.

Závěr

Koncept sociálního podnikání, ve kterém ono podnikání nabývá sociálních rozměrů a vytváří další přidané hodnoty, přitahuje na našem území stále více stoupců. Přesto se v České republice nacházejí lokality, kam tento fenomén doposud nepronikl. Jednou z nich je region Kyjovsko. Cílem výzkumu bylo identifikovat podmínky v prostředí Kyjovského regionu, které představují nejvýznamnější bariéry i pobídky pro založení sociálního podniku. Teoretická část diplomové práce objasnila, že sociální podnikání není jen o penězích, ale že efekt z podnikatelské činnosti přináší pozitivní dopad nejen pro zaměstnance z řad cílových skupin, ale pro celou lokalitu, ekonomiku i společnost. Význam a potenciál sociálního podnikání je pro společnost nesporný a proto je tématem, které patří také do oblasti sociální práce.

První kapitola vyznačila, že z hlediska rozdělení národního hospodářství nelze řadit sociální podniky pouze do soukromé podnikatelské sféry. Sociální ekonomika a sociální podnikání zasahuje rovněž do sféry neziskového sektoru, který je charakteristický demokratickým vyjádřením občanů při prosazování vlastních a společensky prospěšných zájmů. Reagují na určitou společenskou potřebu tam, kde veřejné ani soukromé subjekty tyto potřeby nestačí naplňovat. V kapitole bylo dále vysvětleno pojetí sociální ekonomiky a sociálního podnikání v českém prostředí. Ve druhé kapitole nešlo opomenout fakt, že existují firmy, které se – stejně jako sociální podniky – snaží implementovat hodnoty trojího prospěchu do firemní strategie. Tyto firmy nejsou sociálními podniky, ale tzv. společensky odpovědnými firmami. Koncept společenské odpovědnosti prosazují primárně kvůli dosažení lepšího zisku a zvýšení prestiže. Pro sociální podniky je hospodářský zisk stejně tak důležitý (a v některých evropských zemích mu jsou dokonce nadřazenější) jako přínosy sociální a environmentální. Regulace podnikatelských aktivit, peněžní i nefinanční podpora z řad organizací veřejného, soukromého i třetího sektoru, koordinace mezi těmito subjekty ve prospěch sociálních podniků a další skutečnosti, představují významné podmínky pro zakládání i udržitelnost sociálních podniků. Oproti „běžným podnikatelům“ mají sociální podnikatelé ztíženou roli, proto potřebují (minimálně v začátcích) nabídnout pomocnou ruku z více stran. Třetí kapitola poukázala na podmínky pro úspěšné fungování sociálního podnikání a seznámila čtenáře s nejvýznamnějšími nástroji podpory pro sociální podnikatele. Každý region a každý místní trh má svá specifika. Výzkum se soustředil na identifikování a vyhodnocení vhodných podmínek i překážek pro sociální podnikání na

Kyjovsku. K objasnění hlavní výzkumné otázky: „*Jaké jsou podmínky pro sociální podnikání na Kyjovsku?*“ byl realizován kvalitativní výzkum za použití metod analýzy dokumentů, sekundárních statistických dat a polostrukturovaných rozhovorů. Nejcennější informace pro naplnění cíle výzkumu přinesly výpovědi dotazovaných z řad podnikatelů i zástupců neziskových organizací. Prostřednictvím strukturovaných rozhovorů se mi podařilo získat odpovědi, které objasnily otázky: „*Jaká opatření podporují sociální podnikání na Kyjovsku?*“ a „*Co brání v rozvoji sociálního podnikání na Kyjovsku?*“ Ze získaných výzkumných dat jsem vyvodila nejvýznamnější bariéry a doporučení pro rozvoj sociálního podnikání a naplnila tak cíle práce. Navrhnout účinný návod, jak začít se sociálním podnikáním na Kyjovsku, není jednoduché. Výzkum ukázal, že existuje mnoho překážek z vnější strany, např. vysoké daňové zatížení podnikatelů, zatěžující administrativa, špatné zkušenosti s místními úřady (Finanční úřad, Okresní správa sociálního zabezpečení), nedostatek (či finanční nedostupnost) prostor pro podnikání, nedostatečná infrastruktura, absence vhodných finančních produktů v kombinaci s nepříznivým postojem bank k začínajícím podnikatelům a další. Některé bariéry souvisí s globálním trhem, který se vyznačuje silným postavením nadnárodních společností, tlakem na snižování cen, nasycení trhu produkty a službami. Určitou překážku představuje také celkový zkreslený postoj místních obyvatel pramenící z nedostatečné informovanosti a přímé zkušenosti se sociálním podnikem. Samotní dotazovaní nevěděli, nebo si neuvědomovali, rozdíl mezi neziskovými organizacemi, sociálními službami a sociálním podnikem.

Legislativní ukotvení sociálního podnikání přinese významnou změnu pro tuto oblast. Navrhovaný Zákon o sociálním podnikání má, bohužel podle plánu, nabýt účinnosti až začátkem roku 2017. Zákon vnese do neznalosti podnikatelů jasná kritéria sociálního podnikání. V návrhu zákona se počítá s úpravou definice sociálního podnikání a sociálního podniku, vymezením typologie sociálních podniků, stanovením pravidel pro získání statusu sociálního podniku, formulací pravidel fungování Rady pro sociální ekonomiku, kontrolním systémem a - co je pro rozvoj sociálního podnikání důležité - s pravidly podpory sociálního podnikání (Zieglerová, A., 2014).

Dobrá zpráva je, že se zvyšuje prosazování konceptu sociálního podnikání na nadnárodní, národní i regionální úrovni. Zapojení a podpora všech aktérů ve společnosti podpoří rozvoj sociálního podnikání, které má obrovský potenciál a přináší velký užitek

celé společnosti. I zde je důležité připomenout, že subjekty jako kraje či obce jsou v podporování konceptu ovlivňování těmi, kdo mají na prosazování sociální ekonomiky největší zájem. Úroveň rozvinutí sociálního podnikání tak přímo souvisí s vyspělostí občanské společnosti. Čím výraznější bude kooperace uvnitř a mezi sektory, tím lépe se bude sociálním podnikům dařit. Začínající sociální podnikatelé na Kyjovsku mohou využít dostupných poradenských služeb. Poskytují je např. organizace P3 - People, Planet, Profit, která má svou síť osmi ambasadorů sociálního podnikání, dále Nová ekonomika, o. p. s., kouči z projektu MPSV „Podpora sociálního podnikání v ČR“ do června 2015 nebo Okresní hospodářská komora Hodonín. Díky působení Místních akčních skupin a činnosti Okresní hospodářské komory Hodonín dochází ke zvýšené spolupráci firem v oblastech společného zájmu. Pro sociální podnikatele to může znamenat lepší navázání kontaktů a příležitost k nalezení společných zájmů jako dodavatel produktů a služeb. Další pozitivum je, že místní veřejné subjekty a akční skupiny metodicky a finančně podporují rozvoj malého a středního podnikání jako takového. V rozvojových plánech se zavazují, že budou podporovat podniky, které mají pro region přínos, což sociální podniky bezesporu jsou. Podpora vůči podnikatelům ze strany místních veřejných institucí směřuje ke zvyšování dostupnosti podnikatelských prostor, vytváření a zkvalitňování infrastruktury a nových průmyslových zón. Začínající sociální podnikatelé mohou rovněž využít finanční prostředky z grantů Ministerstva práce a sociálních věcí, Ministerstva průmyslu a obchodu či Ministerstva pro místní rozvoj, ze strukturálních fondů Evropské Unie nebo z grantů prostřednictvím Místní akční skupiny Kyjovské Slovácko v pohybu. Další finanční podporou mohou být příspěvky na Aktivní politiku zaměstnanosti. Sociální podnikatel by se však měl zaměřit na cílovou skupinu, která pomoc v dané lokalitě nejvíce potřebuje, nikoli na tu, na kterou získá dotace. Doporučením pro začínající sociální podnikatele je zaměřit se na místní trh a pokračovat v tom, co má na Kyjovsku tradici a dobré podmínky. V regionu chybí místní farmářské produkty, bio potraviny nebo bio víno. Další příležitost skrývá oblast tradičních řemesel ve spojitosti s místním folklórem. Tradiční řemesla se těší oblibě turistů a dostává se jim přímé podpory ze strany města a místních akčních skupin. Možná příležitost je v zaměření na opravářské služby, protože stále existují služby, kterých je v regionu, zejména v konkrétních obcích, nedostatek. Pokud chce sociální podnikatel skutečně uspět v konkurenci, musí být schopen reagovat na podnikatelské příležitosti a být přesvědčen o tom, že právě jeho produkty nebo služby jsou dobré. Jak uvedli dotazovaní

podnikatelé, musí v první řadě začít od zákazníků. Pro sociálního podnikatele nestačí jen dobře se orientovat v podnikatelském prostředí, musí být schopen pracovat se zaměstnanci z cílové skupiny, což znamená přizpůsobit pracovní podmínky, tempo i nároky. V neposlední řadě, aby se sociální podniky skutečně udržely, musí se po překonání obtížných začátků naučit fungovat samostatně, bez závislosti na dotacích nebo jiné finanční pomoci z vnějšího okolí. Nakonec si dovoluji povzbudit začínající sociální podnikatele výrokem ředitele Okresní hospodářské komory Hodonín: „*Tu nejspolehlivější pomoc, kterou podnikatel hledá, vždycky najde na konci své pravé ruky*“.

Seznam literatury

Monografie:

- Bednářiková, D., Francová, P. (2011). *Studie infrastruktury sociální ekonomiky v ČR*. Praha: Nová ekonomika.
- Beck, V. (2010). *Studijní opora k modulu Sociální podnikání v praxi*. Ostrava: Vysoká škola podnikání
- Betášová, I. (2006) *Pozemkové úpravy*. Bakalářská práce. Brno: Masarykova univerzita, FSS.
- Brančíková, L. (2010). *Sociální přidaná hodnota podnikání: Jak ji definovat, vymežit a využít*. Praha: Svaz českých a moravských výrobních družstev.
- Brožová, D. (2003). *Společenské souvislosti trhu práce*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Blažková, M. (2007). *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední podniky*. Praha: Grada.
- Čepelka, O. (2003). *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*. Liberec: Omega.
- Disman, M. (1998). *Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele*. Praha: Karolinum.
- Dohnalová, M. (2006). *Sociální ekonomika v evropském kontextu*. Brno: Nadace Universita.
- Dohnalová, M., Průša, L. a kol. (2009). *Sociální ekonomika – vybrané otázky*. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí.
- Dohnalová, M. a kol. (2010). *Principy sociálního podniku*. Praha: Nová ekonomika.
- Dohnalová, M., Průša, L. a kol. (2011). *Sociální ekonomika*. Praha: Wolters Kluwer ČR.
- Dolina, P. a kol. (2010). *Manuál pro přežití sociálního podnikatele*. Praha: Svaz českých a moravských výrobních družstev.
- Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Hunčová, M. (2007). *Sociální ekonomika a sociální podnik*. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem.
- Jetmar, M. (2011). *Financování sociálních podniků: Vyhodnocení řízený rozhovorů*. Praha: Nová ekonomika.
- Johanisová, N. (2007). *Kde peníze jsou služebním, nikoliv pánem*. Brno: Stehlík.

- Kolibová, H. a kol. (2010). *Sociální podnikání a zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce*. Ostrava: Vysoká škola podnikání.
- Kořenek, J. (2008). *Společenská odpovědnost podniků v současné Evropě. Sborník příspěvků konference, Velehrad 2005*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Kronika města Kyjova, 1973-1975*, Vladislav Kocman, Vladimír Valík, Státní okresní archiv v Hodoníně
- Kronika města Kyjova, 1979-1981*, Antonín Pančochář, Státní okresní archiv v Hodoníně
- Kurková, G., Francová, P. (2012). *Manuál: Jak založit sociální podnik*. Praha: P3 – People, Planet, Profit.
- Mašata, J., Březinová, O. (2010). *Studijní opora k modulu Sociální podnikání a životní prostředí*. Ostrava: Vysoká škola podnikání.
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- Potůček, M. (1997). *Nejen trh. Role trhu, státu a občanského sektoru v proměnách české společnosti*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Rektořík, J. a kol. (2001). *Organizace neziskového sektoru. Základy ekonomiky, teorie a řízení*. Praha: Ekopress.
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada Publishing.
- Růžičková, R. (2007). *Neziskové organizace. Vznik, účetnictví, daně*. Olomouc: Anag.
- Synek, M. a kol. (2002). *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck.
- Škarabelová, S. (2005). *Definice neziskového sektoru* (sborník příspěvků z internetové diskuze CVNS) Brno: CVNS.
- Židlický, V. (2011). *Kyjovsko: lidé-kroje-tradice*. Brno: Atelier Židlický.

Internetové zdroje

- Anon. (2009). Sociální ekonomika, studie MPSV. Praha: MPSV ČR.
- Anon. (2012): Adresář sociálních podniků [online] Dostupné 15. 1. 2013 z <http://ceske-socialni-podnikani.cz/cz/adresar-socialnich-podniku>.
- Brisk (2014). Podpora slabším mikroregionům [on-line] Dostupné 12.2.2014 z <http://www.briskvd.cz/>

- Centrum pro výzkum neziskového sektoru (2005). Sociální ekonomika a NNO v ČR [on-line] Dostupné 10. 9. 2013 z <http://scmvd.cz/download/SocekonomicaNNO-CVNS2005.pdf>
- Český statistický úřad (2012). Vybrané ukazatele za správní obvod Kyjov [on-line] Dostupné 19.2.2014 z http://m.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/so_orp_kyjov
- Český statistický úřad (2011). Vybrané údaje ze Sčítání lidu, domů a bytů k 26. 3. 2011 [on-line] Dostupné 19.2.2014 z http://m.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/vybrane_udaje_ze_scitani_lidu_domu_a_bytu_k_26_3_2011
- Defourny, J. *Sociální podniky v rozšířené Evropě: Koncept a skutečnosti*. Praha: CECOP-EST [on-line] Dostupné 20. 7. 2013 z http://www.cecop-est.cz/download/Socialni_podniky_Defourny_EMES1.pdf
- Greater London Enterprise (GLE) - REDECo, spol. s r.o. (2008) Srovnávací analýza modelů sociální ekonomiky v EU a možnosti jejich aplikace v ČR v rámci programového období Evropského sociálního fondu 2007 – 2013: Závěrečná zpráva [on-line] Dostupné 27. 10. 2013 z http://scmvd.cz/download/zaverecna_zprava_gle.pdf
- Hunčová, M. (2008). Koncept sociální a solidární ekonomiky, model sociálního podniku a sociální firmy [online] Dostupné 27. 8. 2012 z <http://www.osnoviny.cz/koncept-socialni-a-solidarni-ekonomiky-model-socialniho-podniku-a-socialni-firmy>>.
- Kadeřábková, J. Sociální ekonomika v území. Praha: VŠE [on-line] Dostupné 16. 3. 2013 z http://nf.vse.cz/wp-content/uploads/REG905_socialni-ekonomika.pdf
- Kyjovské Slovácko v pohybu: Strategický plán LEADER (2007) [on-line] Dostupné 11.2.2014 z www.kyjovske-slovacko.com/doc/368/element/8549
- Mezinárodní konference ve Štrasburku [online]. 2014 [cit. 21.4. 2014]. Dostupné z: http://www.dacr.cz/info_socialni.php
- MPSV (2013). Katalog organizací zaměstnávajících více než 50% osob se zdravotním postižením [on-line] Dostupné 24 .2.2014 z <http://portal.mpsv.cz/sz/zamest/zamestnaniosob/katalogorganizaceozp/>
- RRAJM (2013). Brisk, výrobní družstvo [on-line] Dostupné 10.2.2014 z <http://rrajm.cz/podpora-slabsim-mikroregionum>

Stanovy Ligy vozíčkářů, Výroční zpráva Liga vozíčkářů 2012 [on-line] Dostupné 14.2.2014 z <http://www.ligavozic.cz/o-nas/dokumenty>

Úplný výpis z obchodního rejstříku firmy Solar Power CZ, s. r. o. [on-line] Dostupné 16.2.2014 z <http://obchodnirejstrik.cz/solar-power-s-r-o-25558765/>

Zieglerová, A. (2014). *Příprava věcného záměru zákona o sociálním podnikání*. Konference Unie zaměstnavatelských svazů ČR „Neziskové organizace v roce 2015“. [on-line] Dostupnost dne 18. 11. 2014 z <http://www.socialni-zaclenovani.cz>

Zpráva Evropského parlamentu o sociální ekonomice ze dne 26. 1. 2009 (Výbor pro zaměstnanost a sociální věci, 2009) [on-line] Dostupné 19.2.2014 z <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2009-0015+0+DOC+XML+V0//CS>

Legislativa

Občanský zákoník. Zákon č. 89/2012 Sb., v účinném znění ke dni 17. 1. 2014

Zákon o obchodních korporacích. Zákon č. 90/2012 Sb., v účinném znění ke dni 11. 2. 2014

Zákon o daních z příjmů. Zákon č. 586/1992 Sb., v účinném znění ke dni 8. 9. 2013

Zákon o zaměstnanosti. Zákon č. 435/2004 Sb., v účinném znění ke dni 3. 11. 2013

Zákon o živnostenském podnikání. Zákon č. 455/1991 Sb., v účinném znění ke dni 10. 6. 2013

Zákoník práce. Zákon č. 262/2006 Sb., v účinném znění ke dni 14. 10. 2013

Zákon o církvích a náboženských společnostech. Zákon č. 3/2012 v účinném znění ke dni 26. 10. 2013

Seznam obrázků a tabulek

Obrázky:

Obr. č. 1: Ukotvení konceptu sociální ekonomiky v národním hospodářství

Obr. č. 2: Mapa SO ORP Kyjov

Obr. č. 3: Socioekonomická situace v Jihomoravském kraji

Tabulky:

Tabulka č. 1: Pilíře sociální ekonomiky

Tabulka č. 2: Principy sociálního podniku podle TESSEA

Tabulka č. 3: Vzdělanost na Kyjovsku

Tabulka č. 4: Nezaměstnanost za správní obvod Kyjov k 31.12.2011

Tabulka č. 5: Ekonomické subjekty se sídlem na území správního obvodu k 31.12.2012

Tabulka č. 6: Počet subjektů podle počtu zaměstnanců k 31.12.2012

Tabulka č. 7: Podíl ekonomických subjektů podle vybraných odvětví hospodářské činnosti
k 31.12.2012

Tabulka č. 8: Přehled organizací zaměstnávajících více než 50% osob se zdravotním
postížením v Kyjovském regionu:

Tabulka č. 9: SWOT analýza příležitostí a překážek sociálního podnikání na Kyjovsku