

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Charitativní a sociální práce

Martina Rybaříková, DiS.

Sociální firmy

Bakalářská práce

Ing. Ester Danihelková

2014

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

V Olomouci 13. 11. 2014

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí práce Ing. Ester Danihelkové za cenné rady a za trpělivost při vedení této práce.

Obsah

Úvod.....	5
1 Sociální firma.....	7
1.1 Rozdíl mezi sociálním podnikem a firmou komerční	8
1.2 Co je a co není sociální podnik.....	10
2 Principy a standardy sociálního podniku	12
2.1 Principy sociálního podniku	13
2.2 Principy integračního sociálního podniku.....	14
2.3 Standardy sociálních firem.....	15
podle Fokus Praha (2007, 25 - 31) Celkové znění standardů viz příloha číslo 1	15
3 Právní formy sociálních firem	18
4 Provázanost sociální firmy s komunitou	23
5 Adresář pro začínajícího sociálního podnikatele	26
6 Projekt.....	31
Závěr	39
Bibliografické zdroje.....	40
Zákony.....	41
www stránky	41
Seznam tabulek.....	43
Přílohy	44

Úvod

V současné době kdy se mnoho států potýká s rostoucí nezaměstnaností, a místními problémy, se jeví sociální firmy a sociální podnikání jako východisko z této situace. Stále více podnikatelů si uvědomuje, že není důležitý pouze jejich zisk, ale také to aby jejich podnikání přinášelo prospěch také jejich okolí. Také v řadách sociálních pracovníků a nejvyššího managementu neziskových organizací vzrůstá potřeba nejen zvýšit finanční prostředky na provoz těchto organizací, ale zároveň poskytnout svým klientům smysluplnou práci, v podmínkách, jenž jsou přizpůsobeny jejich zdravotnímu nebo sociálnímu znevýhodnění, a která by jim umožnila důstojný život nezávislý na dávkách státní sociální podpory. Proto se stále více nejen ve světě, ale také v České republice prosazuje koncepce sociálního podnikání.

Tato práce si klade za cíl vytvořit základní náhled do založení sociálního podniku a jejího postavení v národním hospodářství České republiky, který by mohl usnadnit rozhodování, nejen majitelům firem ale i managementu neziskových organizací, zda začít sociálně podnikat. Zároveň může tato bakalářská práce sloužit ostatním studentům jako stručný přehled o tomto tématu.

V práci čtenář nalezne definici sociálního podniku a její právní formy, které jsou akceptovány v českém právním prostředí. Práce se také zabývá srovnáním podniku sociálního a komerčního, jejich společnými znaky a jejich rozdíly a působení sociálních podniků na trhu práce a jejich zvýhodnění ze strany státu oproti firmám komerčním. Zároveň jsou součástí práce základní informace o propojení sociálního podnikání s komunitní prací, kde by mohlo sociální podnikání pomoci řešit některé problémy, se kterými se komunita může potýkat.

Protože je celá práce koncipována, jako obecný náhled do problematiky nebudou v průběhu práce rozlišování pojmy sociální podnik a sociální firma tak jak je to žádoucí u podrobné analýzy, kterou tato práce svým obsahem ani zadáním nemůže obsáhnout.

Použitá metoda v praktické části této práce je projekt, který je v současné době rozšířenou metodou organizace práce. Projekt vymezuje cílovou skupinu a obor

podnikání a plán k jeho nastartování včetně rozpočtu na první rok podnikání a některých možných rizik při realizaci tohoto konkrétního projektu.

Tato práce vychází z materiálů občanského sdružení People Planet Profit a opírá se také o práce Doc. Ing. Marie Dohnalové, CSc., kteří se v současnosti v České republice, jakož i další, sociálním podnikáním zabývají. Teoretická východiska sociálního podnikání, ze kterého čerpá i literatura použitá v této práci, vychází z poznatků z francouzského autora J. Defournyho. Protože celá práce je orientována na sociální podnikání v České republice vychází v převážné většině právě z českých zdrojů a českých zkušeností v této oblasti. Zároveň jsou zde uplatněny tříleté zkušenosti z práce na různých pozicích v sociální firmě.

1 Sociální firma

Podle Dohnalové a kol. jsou hlavní ideou sociálního podnikání solidarita a humanismus (2012, 9). Tuto myšlenku nám pomůže upřesnit občanské sdružení Fokus Praha (2007, 9), které bylo jedním z prvních provozovatelů sociální firmy v České republice, které vidí jako hlavní východiska pro sociální podnikání a sociální firmy (dále také SF), myšlenky obsaženy ve filozofickém směru existencializmu, jehož hlavními znaky, podle Matouška, jsou lidská svoboda a absence konečného smyslu života (2008, 60). Také se dá říct, že celá koncepce sociálního podnikání a sociálních firem vychází z takzvaného trojího prospěchu, ekonomického, sociálního a environmentálního tedy people, planet, profit, tak jak to na svých webových stránkách uvádí stejnojmenná obecně prospěšná společnost People Planet Profit (P3).

V České republice není v žádném právním předpisu definován pojem sociální firma, ani sociální podnikání, tedy ani to kdo a za jakých podmínek je oprávněn k jejímu založení. V současné době zná české právní prostředí pouze termín *Veřejná prospěšnost*, kterou definuje zákon číslo 89/2012Sb. Občanský zákoník v § 146 zkráceně jako právnickou osobu, která svou činností přispívá k obecnému blahu, a na jejímž jednání se podílejí bezúhonné osoby a která má svůj majetek z poctivých zdrojů. K této informaci přibude do roku 2016 další, a to v podobě zákona o veřejné prospěšnosti, kde bude definice toho, co je a co není veřejně prospěšná činnost. Podle návrhu znění tohoto zákona přiloženému k meziresortnímu připomínkování ministerstvem vnitra, zveřejněného na webu Transformace občanské společnosti, by mohli sociální podnikatelé získat veřejnou prospěšnost zejména v těchto oblastech: *„komunitní nebo lokální rozvoj, podpora nebo ochrana osob se zdravotním postižením a znevýhodněných osob, poskytování prostředků na veřejně prospěšnou činnost, sociální služby, veřejné kulturní služby, vzdělávání školení a osvěta.“* Tento výčet je však pouze orientační a o udělení veřejné prospěšnosti bude podle návrhu tohoto zákona rozhodovat soud. Zároveň se v letech 2015 až 2017 bude vláda České republiky zabývat Věcným záměrem zákona o sociálním podnikání, jak uvádí na svých oficiálních webových stránkách www.vlada.cz.

Abychom však vymezili teoretický rámec, ve kterém se budeme pohybovat, můžeme vycházet z myšlenky autorů Dohnalové a Průši (2011, 126), kteří vidí sociální

podnik, jako subjekt, který působí na běžném trhu a je ekonomicky udržitelný. Jeho dalším znakem, který jej od ostatních firem odlišuje je, zaměstnávání určitého procenta osob, které jsou obtížně zaměstnatelné na trhu práce, s čímž souvisí větší míra podpory těchto zaměstnanců v pracovním začleňování.

V Linecké výzvě/Linz appeal (2010) sdružení CEFEC rozšiřuje tuto definici o další podstatné body, a to že, zaměstnanci se znevýhodněním i bez něj jsou si rovni a mají stejná práva i příležitosti, a také že všichni zaměstnanci pracují za tržní mzdu, která je v daném oboru obvyklá.

1.1 Rozdíl mezi sociálním podnikem a firmou komerční

Pokud budeme vycházet z výše uvedené definice sociálního podniku, vyplývají nám hlavní rozdíly mezi podnikáním sociálním a (ne)sociálním.

Sociální podnik tedy není na rozdíl od firmy komerční založen k dosahování zisku, avšak, podle Dohnalové (2012, 77) musí být sociální podnik ekonomicky soběstačný. Účelem založení sociální firmy tedy je, zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce, nebo podpora komunity či organizace, která je zakladatelem sociální firmy. Zisk bývá ve většině případů používán k rozvoji firmy, případně na podporu obecně prospěšných aktivit, nejčastěji v místě, kde SF působí. Zde tedy Dohnalová (2012 77) mluví o takzvaném ekonomickém prospěchu.

Jedním ze základních rozdílů je také to, že se sociální podnik snaží primárně používat místní zdroje. Jak píše Dohnalová (2012, 31- 32) Sociální podniky jsou navázány na své okolí (občanskou společnost, samosprávu, zdroje), snaží se o sobě své okolí informovat a být transparentní, v neposlední řadě se také chovají ekologicky a působí tak i na své zaměstnance.

Dalším rozdílným faktorem je financování. Firma komerční musí ve většině případů spoléhat na své vlastní finanční prostředky, výjimku zde tvoří projekty spolufinancované Evropským sociálním fondem (ESF) kde je však nutná spoluúčast a náročná administrace. Sociální firma má možnost využití vícezdrojového financování. Může tedy získat svoje zdroje nejen z prodeje svého zboží a služeb, ale také z veřejných zdrojů či darů. Z průzkumu, který provedla obecně prospěšná společnost P3 a nadace ProVida v roce 2013 vyplývá, že v průměru 51,2 % příjmů

sociálních podniků z vlastních ekonomických aktivit (2013, 20). Hlavním veřejným zdrojem, ze kterého může SF získávat své prostředky je státní rozpočet, konkrétně nástroje aktivní politiky zaměstnanosti, protože zaměstnává velké procento osob znevýhodněných na trhu práce. Jedná se tedy o příspěvek na mzdu a příspěvek na zřízení společensky účelného pracovního místa. Dále to jsou také pobídky pro sociální podnikatele z jednotlivých ministerstev. Protože v současné době věnuje sociálnímu podnikání pozornost také Evropská unie, je možné získat díky různým výzvám prostředky z Evropského sociálního fondu. Jak je uvedeno na stránkách ESFCR je pro rok 2014 až 2020 určen především operační program Zaměstnanost, což je logické, protože většina sociálních podniků v ČR má jako hlavní cíl zaměstnávat především zdravotně, ale také sociálně znevýhodněné tyto podniky nazýváme integrační. V době vzniku této práce, dochází k přelomu programových období, na která jsou plánovány Evropské operační programy, to tedy znamená, že v současné době dobíhá čerpání peněz z výzev programů v období 2007 až 2013 a stále chybí výzvy na období 2014 až 2020. Proto nelze konkrétně říci, jaké zdroje financí z EU bude možné pro příští roky, právě u sociálních podnikatelů, použít. Nicméně, sociální podniky mají možnost čerpat peníze od různých nadací a nadačních fondů, které působí v České republice, záleží pouze na účelu, na který chtějí peníze čerpat a dle toho zvolí konkrétní nadaci či nadační fond a jeho výzvu. Z bankovních institucí, podporujících sociální podnikání, můžeme jmenovat Českou spořitelnu, která deklamuje podporu sociálním podnikům v rámci společenské odpovědnosti firem. Tato instituce tak nabízí nejen úvěry pro sociální firmy, ale podílí se i na vzdělávání sociálních podnikatelů, v rámci Akademie sociálního podnikání České spořitelny, více informací o tomto projektu na webu www.csas.cz.

Na rozdíl od firmy komerční, sociální firma může využívat práci dobrovolníků a to na nejrůznějších pozicích například jako pracovní asistenci i když je samozřejmě žádoucí, aby sociální firma měla, co největší procento placených zaměstnanců. Tedy jedná se o trend minimalizace neplacené práce, tak jak to uvádí Kurková a Francová viz níže.

1.2 Co je a co není sociální podnik

Jak jsme zmínili v předešlém textu, protože v českém právním prostředí neexistuje právní předpis, který by sociální podnik definoval, můžeme se v českém prostředí setkat s různou právní formou firem, které jsou označovány jako sociální.

Ve své podstatě lze podle Dohnalové (2012) říci, že se může jednat o tři směry, jakými se chce budoucí sociální podnikatel vydat:

- Může založit novou sociální firmu, kterou už od samého počátku bude jako sociální prezentovat a také tak řídit
- Stávající firmu je možné postupně přeměnit na firmu sociální a uzpůsobit tomu její provoz a řízení.
- Nevládní nezisková organizace (NNO) se rozhodne, zřídit sociální firmu jako prostředek pro získání dalšího zdroje samofinancování nebo pro zaměstnávání osob z cílové skupiny.

Každý z výše uvedených způsobů má své pozitivní i negativní stránky a záleží na konkrétní situaci, kdy bude která možnost využita.

Pro snazší pochopení toho co je a co není sociální podnik, nám pomůže tabulka z Manuálu: Jak založit sociální podnik (2012, 7)

Co je sociální podnik	Co není sociální podnik
Chce dělat věci jinak a lépe, tj. prvotní motivace vychází z odlišného hodnotového žebříčku zakladatele	Sociálním podnikem není automaticky každý zaměstnavatel, který se takto označí
Umí podnikat a respektuje ekonomickou realitu, podnikání je základem většiny jeho zdrojů	Není to každý společenský odpovědný podnik (tzv. CSR), protože ten bývá zřízen primárně za účelem zisku
Většinu z případného zisku vrací zpět do podniku nebo věnuje na společensky prospěšné účely	Není to nestátní nezisková organizace (dále jen NNO), která si přivydělává prodejem výrobků nebo služeb, ale podnikatelské projevy NNO mohou být

	základem sociálního podniku
Respektuje zájmy a individuální potřeby svých zaměstnanců, usiluje o jejich identifikaci se sociálním podnikem	Není to sociálně terapeutické pracoviště (zpravidla NNO), protože se jedná v zásadě o službu klientům a nejde v ní o zaměstnávání v ekonomickém smyslu
Zpravidla zaměstnává znevýhodněné osoby (integrační sociální podnik), není to ale podmínkou	Integračním sociálním podnikem nemusí být automaticky každý zaměstnavatel s více jak 50% osob se zdravotním postižením
Je nezávislý, spolupracuje s místní komunitou a zainteresovanými skupinami (stakehodery), chová se partnersky	Není to nadnárodní společnost, ani její část, případně podnik na této společnosti závislý

Tabulka č. 1 Co je a co není sociální podnik

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že ne každá firma, která se jako sociální označí, sociálním podnikem skutečně je. Stejně tak každá firma, která zaměstnává osoby s nějakým znevýhodněním, nemá automaticky nárok na označení sociální firma. Proto musí budoucí sociální podnikatelé splňovat určité principy, kterými se bude zabývat další kapitola, aby svou firmu mohli nazývat sociální, a aby také v budoucnu byli schopni, pravděpodobně před soudem, obhájit svoji veřejnou prospěšnost, v případě, že budou stát o její zápis, do rejstříku sociálních podniků.

2 Principy a standardy sociálního podniku

Pokud se nějaký subjekt rozhodne pro to, že ho v podnikání zajímá nejen zisk, ale také jiné užitky, které může jeho firma přinést nejen jemu, ale také jeho okolí, je nasnadě, že první krok, kterým se k tomuto cíli vydá, bude hledání a získávání informací o možnostech, které ho k tomuto cíli mohou dovést. V České republice nevyhnutelně narazí na dva zásadní dokumenty, které mu hodně pomohou při plánování celé koncepce sociálního podnikání a také s prezentací svého záměru veřejnosti. Prvním z dokumentů jsou Principy sociálního podniku (schváleny v roce 2010 TESEA – Tematická síť pro rozvoj sociální ekonomiky) a druhým Standardy Sociální firmy (Fokus Praha).

První jmenovaný dokument, tedy Principy sociálního podniku, je rozdělen na tři části a vychází z níže popsaných standardů sociálních firem. První část tvoří Sociální prospěch, druhou prospěch ekonomický, třetí prospěch environmentální. Stejně rozdělené principy platí také pro Integrovaný sociální podnik, jehož hlavní náplní je zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce. V každé části jsou definována kritéria, které by měl sociální podnikatel splňovat, aby se mohl nazývat sociální. Zároveň díky těmto kritériím, nebo také principům si budoucí sociální podnikatel uvědomí, v jakých mantinelech se bude pohybovat, a zda je jeho podnikatelský záměr vhodný pro zřízení sociálního podniku, nebo zda se stane například „pouze“ firmou společensky odpovědnou. Dalo by se tedy říct, že Principy sociálního podniku jsou pro případného sociálního podnikatele nápovědou v odlišnosti, což lze více než dobře využít při tvorbě marketingové strategie podniku, tím, že celou strategii lze vhodně vystavět na odlišnosti od komerčních firem, a tak získat výhodu oproti konkurenci, která má stejný nápad avšak není sociálním podnikem.

Principy sociálního podniku a Principy integrovaného sociálního podniku se mohou zdát velmi podobné a v mnohém dokonce stejné, nicméně jsou postaveny na odlišnosti toho co je hlavní náplní činnosti sociálního podniku. Zaměříme se tedy na odlišnosti v obou principech. Nejprve rozdíl v principech sociálních. Jak je uvedeno v předchozím textu, hlavní odlišností je účel samotného sociálního podniku, kdy hlavním cílem sociálního podniku je taková činnost, která přispívá společnosti nebo určité cílové skupině, naproti tomu hlavním cílem Integrovaného sociálního podniku je

zaměstnávání a začleňování sociálně vyloučených osob. U integračního sociálního podniku je kladen velký důraz na rozvoj zaměstnanců v oblasti pracovních kompetencí a také by měl přinášet v zaměstnávání a své práci inovativní přístupy a řešení. Oba podniky mají rovněž v principech zakotveno, použití případného zisku k rozvoji sociálního podniku, nebo také k obecně prospěšným cílům, rozdílem je pouze to, že u sociálního podniku se jedná o princip sociální, zatímco u sociálně integračního podniku o princip ekonomický, což opět vyplívá z rozdílné povahy cílů obou podniků. V ekonomických principech se v podstatě principy neliší až na to, že v případě sociálního podniku je kladen důraz na soustavnou ekonomickou aktivitu a u integračního podniku jsou zaměstnanci podněcováni k nejvyšší aktivitě v rámci svých možností, protože jeho hlavním účelem je zaměstnávání sociálně vyloučených. Environmentální principy se neliší. Pro přesné porovnání a doplnění informací k textu zde uvádím přehled principů sociálního podniku a integračního sociálního podniku tak, jak je uvádí Kurková a Francová jako přílohu Manuálu Jak založit sociální podnik (2012, příloha)

2.1 Principy sociálního podniku

1. Sociální prospěch

- Provozování aktivity prospívající společnosti či specifické skupině (znevýhodněných) lidí
- Participace zaměstnanců a členů na strategickém směřování podniku
- Případný zisk používán přednostně pro rozvoj sociálního podniku a/nebo pro naplnění veřejně prospěšných cílů

2. Ekonomický prospěch

- Vykonávání soustavné ekonomické aktivity
- Nezávislost (autonomie) v manažerském rozhodování a řízení na externích zakladatelích nebo zřizovateli
- Alespoň minimální podíl tržeb z prodeje výrobků a služeb na celkových výnosech a jeho dynamika
- Schopnost zvládat ekonomická rizika
- Trend směrem k placené práci

3. Environmentální a místní prospěch

- Přednostní uspokojování potřeb místní komunity
- Využívání přednostně místních zdrojů
- Uspokojování přednostně místních potřeb (není vyžadováno)
- Zohledňování environmentálních aspektů výroby i spotřeby
- Spolupráce sociálního podniku s důležitými místními aktéry
- Inovativní přístupy a řešení (není vyžadováno)

2.2 Principy integračního sociálního podniku

1. Sociální prospěch

- Zaměstnávání a sociální začleňování osob znevýhodněných na trhu práce
- Participace zaměstnanců a členů na strategickém směřování podniku
- Důraz na rozvoj pracovních kompetencí znevýhodněných zaměstnanců
- Inovativní přístupy a řešení (není vyžadováno)

2. Ekonomický prospěch

- Případný zisk používán přednostně pro rozvoj sociálního podniku a/nebo pro naplnění veřejně prospěšných cílů
- Zaměstnanci jsou podporováni ve zvyšování produktivity práce dle svých možností
- Nezávislost (autonomie) v manažerském rozhodování a řízení na externích zakladatelích nebo zřizovateli
- Alespoň minimální podíl tržeb z prodeje výrobků a služeb na celkových výnosech a jeho dynamika
- Schopnost zvládat ekonomická rizika

3. Environmentální a místní prospěch

- Přednostní uspokojování potřeb místní komunity
- Využití přednostně místních zdrojů
- Uspokojování přednostně místní poptávky (není vyžadováno)
- Zohledňování environmentálních aspektů výroby i spotřeby
- Spolupráce sociálního podniku s důležitými místními aktéry“

Pro srovnání zde uvedeme také standardy sociální firmy, které vznikly dříve v občanském sdružení Fokus Praha, a které byly prvním vodítkem, pro nové zájemce o sociální podnikání. Tyto standardy Fokus převzal z anglického originálu a převedl je do českého prostředí. Právě standardy byly předchůdcem principů sociálního podniku, které jsou uvedeny výše. Celkem se jedná o 13 standardů rozdělených do čtyř „pilířů“ ke kterým se dané standardy vztahují. Každý standard je navíc ještě podpořen kritérii, jež napomáhají jak přesnému porozumění, tak i kontrole zda je standard správně definován a co je hlavní, zda je také plněn. Sociální pracovník si je tak může pro představu přirovnat například ke Standardům sociálních služeb, podle zákona číslo 108/2006Sb. O sociálních službách.

2.3 Standardy sociálních firem

podle Fokus Praha (2007, 25 - 31) Celkové znění standardů viz příloha číslo 1 „Definice

Standard číslo 1. Poslání sociální firmy

Sociální firma veřejně deklaruje své poslání, které obsahuje závazek podnikat, vytvářet pracovní příležitosti pro osoby znevýhodněné na trhu práce a k tomu jim poskytovat přiměřenou pracovní a psychosociální podporu. Tomu jsou uzpůsobeny vnitřní postupy a způsob řízení sociální firmy.

Oblast Podnikání

Standard číslo 2 Podnikání

Sociální firma podniká a je schopná obstát na běžném trhu. Podnikání sociální firmy je etické a v souladu s platnými právními předpisy.

Standard číslo 3 Financování

Sociální firma má minimálně 50 % příjmů zajištěno z vlastní produkce, tj. prodeje zboží nebo služeb. Ekonomickým cílem je finančně stabilní, dlouhodobě udržitelná a prosperující firma, která je respektovaná obchodními partnery a bankami.

Standard číslo 4 Provoz sociální firmy

Provoz sociální firmy je bezpečný. Zohledňuje specifické potřeby svých znevýhodněných zaměstnanců. Pro tento účel má zpracované provozní postupy,

včetně řešení nouzových a havarijních situací. Tyto postupy jsou všem zaměstnancům srozumitelné a dostupné.

Standard číslo 5 Informovanost a prezentace

Sociální firma otevřeně a pravdivě informuje veřejnost, zejména ostatní podnikatelské subjekty, potenciální zákazníky, veřejné instituce a zájemce o zaměstnání o svém poslání a činnosti. Prezentace sociální firmy nevede ke stigmatizaci zaměstnaných znevýhodněných osob.

Oblast Zaměstnávání

Standard číslo 6 Znevýhodnění zaměstnanci

Sociální firma zaměstnává minimálně 25 % znevýhodněných na trhu práce v přepočtu na plné úvazky, maximálně však 55 %. Sociální firma zaměstnává ty znevýhodněné, kteří potřebují delší dobu adaptace při nástupu do zaměstnání a dlouhodobou, popř. opakovanou pracovní a psychosociální podporu nutnou pro jeho udržení.

Standard číslo 7 Pracovní smlouvy a mzdy

Všichni zaměstnanci jsou v pracovně právním vztahu se sociální firmou a jsou za svoji práci finančně ohodnoceni.

Standard číslo 8 Etické principy a vnitřní komunikace

Sociální firma má stanovené etické principy a pravidla vnitřní komunikace a dbá na informovanost svých zaměstnanců.

Standard číslo 9 Organizační struktura

Sociální firma má jasně stanovenou organizační strukturu a systém řízení, který je popsán a je srozumitelný.

Oblast podpory

Standard číslo 10 Adaptace

Sociální firma zohledňuje potřeby svých zaměstnanců a vytváří podmínky pro jejich úspěšnou adaptaci a výkon kvalitní práce.

Standard číslo 11 Udržení

Sociální firma přiměřeně přizpůsobuje pracovní podmínky a prostředí potřebám svých zaměstnanců a zajišťuje jejich odborné vedení a pracovní rozvoj.

Standard číslo 12 Profesní rozvoj

Sociální firma usiluje o profesní rozvoj svých zaměstnanců zejména v oblasti podnikání sociální firmy a dále o rozvoj dovedností a schopností, které mají vliv na pracovní výkonnost a zvyšují konkurenceschopnost a možnost uplatnit se na trhu práce.

Standard číslo 13 Spolupráce sociální firmy

Sociální firma spolupracuje s organizacemi a institucemi, které se zabývají problematikou zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce či jejich podporou.“

Jednotlivé pilíře tedy obsahují závazky sociální firmy, kterými by se měla řídit. A které by jí měli odlišovat od firem ostatních. První pilíř obsahuje pouze definici sociální firmy, což by mělo být jakýmsi prohlášením o tom, co sociální firma je a v čem je sociální a tedy odlišná. Druhý pilíř, tedy podnikání, slouží jako prostředek ke komunikaci s veřejností, v tom smyslu, že ukazují transparentnost podnikání a hlásí se k etice podnikání. Je tedy možné říct, že utvářejí vztah sociální firmy směrem k veřejnosti. Ve třetím a čtvrtém pilíři Zaměstnávání a Adaptace sociální firma deklaruje své závazky zaměstnávat sociálně znevýhodněné a poskytnout jim pracovní prostředí tolerantní k jejich potřebám a umožňující jejich rozvoj, a také upravuje některé procesy fungování samotné sociální firmy.

Oba výše zmíněné dokumenty tak pomáhají nejen managementu sociální firmy, proto aby věděl kam směřovat její podnikání, pomáhají také zaměstnancům, aby netápali v nejistotě, co mohou od svého zaměstnavatele očekávat, jakou podporu jim zaměstnavatel poskytne a jak bude vypadat prostředí, ve kterém budou trávit podstatnou část svého života. Oba dokumenty jsou také podpůrným prostředkem, díky kterému může sociální podnikatel komunikovat se svými stávajícími obchodními a místními partnery, s veřejností ve svém okolí, ale také s potenciálními zaměstnanci a podporovateli.

3 Právní formy sociálních firem

Jak je zmíněno výše, český právní řád nezná pojem sociální firma ani sociální podnikatel, a proto je tedy v ČR obvyklé považovat za sociální podnik, firmu která se řídí standardy sociálních firem a plní principy sociálních firem. Proto je možné nalézt v českém prostředí rozličné právní úpravy sociálních firem. Z tohoto důvodu se mohou lišit právní předpisy, podle kterých je SF založena a řízena.

V současné době je v České republice, podle výzkumu, který realizovala obecně prospěšná společnost People Planet Profit (P3) společně s nadací ProVida, v letech 2012 až 2013, nejčtenější právní formou mezi sociálními podniky Společnost s ručením omezeným (s.r.o.) následována podnikatelskými aktivitami realizovanými Obecně prospěšnými společnostmi (o.p.s.) a Občanskými sdruženími (o. s.) (2013, 7).

Základním právním předpisem, je zákon číslo 90/2012Sb. o obchodních korporacích, kde nalezneme jak všechny právní formy firem, které mohou v českém právním prostředí existovat, tak také informace o jejich založení, podnikání a likvidaci. Výjimku tvoří sociální firmy, které jsou provozovány nestátními neziskovými organizacemi (Obecně prospěšné společnosti a dosud netransformovaná občanská sdružení, či Evidované právnické osoby církví), ty se řídí zákony upravujícími jejich činnost, viz níže.

Při rozhodování, jakou právní formu pro svoji sociální firmu zvolit, je podle Kurkové a Francové nutně zvážit tyto faktory, které mohou na právní formu vliv (2012, 12)

- „Charakter podnikatelského záměru
- Potřeba spoluodpovědnosti všech nebo pouze některých spolupracovníků
- Struktura zainteresovaných skupin (stakeholterů)
- Předpokládaný další rozvoj
- Způsob financování a finanční a investiční náročnosti podnikání
- Výše základního vkladu.“

Společnost s ručením omezeným

V zákoně o obchodních korporacích nalezneme ustanovení týkající se společnosti s ručením omezeným pod Hlavou číslo IV. V paragrafovém znění jsou to § 132 až § 242. Podle adresáře sociálních podniků umístěných na stránkách www.ceske-socialni-podnikani.cz je v České republice momentálně 67 sociálních firem, jejichž právní forma je s.r.o. Jedná se tedy o nejčastější právní forma firmy, která se hlásí k sociálnímu podnikání v ČR. K tomu, že tato forma bude i do budoucna velmi oblíbená jistě přispěje i fakt, že podle zákona o obchodních korporacích je v současné době možné založit společnost s ručením omezením s minimálním vkladem 1 Kč. Díky tomu se omezují náklady na založení společnosti pouze na správní a notářské poplatky, a pak na poplatky spojené s bezprostředním chodem firmy. Jako výhodu společnosti s ručením omezením uvádějí Kurková a Francová důvěryhodnost s.r.o. pro finanční instituce (2012, 11). Dohnalová také upozorňuje na fakt, že ve společnosti s ručením omezením může být více společníků, kteří mohou být jak fyzickými tak právnickými osobami (2012, 113). Díky čemuž se můžou do jedné sociální firmy spojit různé zainteresované osoby.

Akciová společnost

O Akciové společnosti pojednává taktéž zákon o obchodních korporacích, konkrétně pak Hlava V. v paragrafech 243 až 551. Zde najdeme definici „Akciová společnost je společností, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií.“ Podle dotazníkového šetření provedeného P3 v roce 2013 je v ČR jedna akciová společnost, která je zároveň sociálním podnikem. Kůrková s Francovou vidí jako výhodu a zároveň nevýhodu základní kapitál (2012, 11). Výhoda základního kapitálu 2 000 000,- při neveřejné nabídce akcií (při veřejné nabídce je to 20 000 000,-) je důvěryhodnost takové společnosti pro banky a případné investory, nevýhoda je nutnost tento kapitál složit, což může být na začátku podnikání značný problém.

Družstvo a sociální družstvo

K družstvu jako k podnikatelskému subjektu se vztahuje Hlava VI. § 552 až 773 zákona o obchodních korporacích. Kurková a Francová vidí výhody družstva v možnosti kombinace spojení fyzických a právnických osob a v demokratické formě

rozhodování. Další z výhod, které uvádějí je potom nízký základní vklad. Jako nevýhodu vidí malou znalost bank a právníků družstevnictví (2012,11).

Sociální družstvo je pak definováno v §758 až 773 téhož zákona. Sociální družstvo je novinkou, kterou přinesl právě zákon číslo 90/2012 Sb. Dohnalová zde podle tohoto zákona uvádí, že sociální družstvo soustavně vyvíjí obecně prospěšnou činnost, jež směřuje na podporu soc. soudržnosti, s účelem sociální a pracovní integrace znevýhodněných osob za upřednostnění místních potřeb a zdrojů (2012, 111). U této právní možnosti vidí Kurková s Francovou jako hlavní výhodu to, že je otevřený k principům sociálního podnikání. Jako nevýhodu potom vnímají malou zkušenost s touto právní formou podnikání, a to že sociální družstvo nemá podporu pro své sociální podnikání ze strany státu (2012, 11). Jak uvádí Dohnalová má družstvo sociální oproti družstvu jistá omezení, která jsou specifikovaná zákonem 90/2012Sb. (2012, 112).

Veřejná obchodní společnost

Je zákonem o obchodních korporacích upravena paragrafy 95 až 117 Hlava II. V současné době není tato právní forma v ČR pro sociální podnikání využívána. Ve svém výzkumu z roku 2012 a 2013 jí neuvedli ani People Planet Profit a nadace ProVida jako jednu z možností právní formy pro sociální podnikání. Jak je možné vyčíst z výše uvedených paragrafů zákona o obchodních korporacích, ručí majitel společnosti za její závazky celým svým majetkem, což je velkou nevýhodou této právní formy a z tohoto důvodu je pravděpodobně nevyužívána.

Komanditní společnost

Fungování komanditní společnosti upravují § 118 až 131. Hlava III. Tato právní forma společnosti není pro sociální firmu v České republice používána podobně jako výše uvedená veřejná obchodní společnost. Což je pravděpodobně způsobeno složitostí a omezeným ručením vlastním majetkem.

Obecně prospěšná společnost

V současné době jde v České republice o oblíbenou právní formu pro sociální podnikání, podle People Planet Profit a nadace ProVida bylo v roce 2013 24 sociálních firem, které měly tuto právní formu (2013, 7). Podle zákona číslo

248/1995Sb. O obecně prospěšných společnostech v platném znění, kterým se obecně prospěšné společnosti (o.p.s.) řídí, nemůže být podnikání hlavní činností o.p.s., nicméně může jít o činnost vedlejší, která hlavní činnost podpoří. Peníze z této vedlejší činnosti jsou pak opět vráceny na podporu činnosti hlavní. Jak uvádí Kurková s Francovou po 1. 1. 2014 již nelze nové obecně prospěšné společnosti založit, nicméně ty stávající budou fungovat dále a mohou tedy sociální firmu založit či provozovat (2012, 11). Kurková s Francovou uvádějí jako výhodu této právní formy její transparentnost. Jako nevýhodu poté nedůvěryhodnost pro banky ve spojení s podnikatelskými aktivitami (2012, 11).

Ústav

Toto zřízení nahrazuje od roku 2014 obecně prospěšné společnosti, jež se od 1. 1. 2014 nedají založit. Podle zákona číslo 89/2012Sb. § 402 e ústav právnickou osobou, jejímž účelem je činnost společensky nebo hospodářsky prospěšná, dostupná všem za stejných podmínek. K těmto účelům pak používá vlastní zdroje. Protože se jedná o nově vzniklou právní formu, přiblížíme si jí blíže. Kompletní právní úpravu této právní formy nalezneme v § 402 až § 418 Občanského zákoníku, kde se mimo jiné dozvíme, že statutárním orgánem ústavu je ředitel. Ústav vzniká zakladatelskou listinou, nebo pořízením pro případ smrti (poslední vůle) a zápisem do veřejného rejstříku, kdy jeho název musí obsahovat slova zapsaný ústav nebo zkratku z. ú. Ústav má povinnost zveřejňovat výroční zprávu, a také mít správní radu. Podle Kůrkové a Francové je výhodou ústavu jednodušší komunikace se správní radou a právě účel, za jakým je založena, jako nevýhodu prozatím vidí novost této právní formy, a tudíž malou zkušenost s jejím fungováním.

Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)

Podnikání osob samostatně výdělečně činných je upraveno zákonem číslo 455/1991Sb. O živnostenském podnikání, nebo také živnostenský zákon. Podle tohoto zákona je osoba samostatně výdělečně činnou, osoba, která podniká svým jménem na vlastní zodpovědnost. Kurková a Francová vidí výhodu OSVČ v jednoduchosti jak založení tak i v jednoduchém rozhodování (2012,11). Další výhodou je že OSVČ může mít zaměstnance stejně jako jiný právní subjekt. Jako nevýhodu lze považovat ručení celým svým majetkem. Podle výzkumu P3 a nadace

ProVida bylo v ČR v roce 2013, sociálních podnikatelů, kteří byli osobou samostatně výdělečně činnou 8 (2013, 7).

Církevní právnická osoba

Pro většinu církví je typická pomoc a podpora osobám, které tuto pomoc a podporu potřebují, proto je velmi pravděpodobné, že i církevní organizace se dříve nebo později pustí do sociálního podnikání a pokud se podíváme na poslání a služby největší charitativní církevní organizace v České republice Charita Česká republika, je celkem logické, že bude pravděpodobně převažovat integrační sociální firma. V rámci legislativy v ČR je fungování církví a jejich evidovaných právnických osob upraveno zákonem číslo 3/2002Sb. o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů (o církvích a náboženských společnostech), které podle platného znění poté odkazuje na další právní předpisy. Církev tedy vytvoří podle tohoto zákona evidovanou právnickou osobu církve, tedy vlastní sociální firmou, zde se bude jednat o účelové zařízení církve. Jehož hlavním posláním je podle Dohnalové poskytovat obecně prospěšné služby, a to pro všechny, za stejných podmínek a vedle těchto služeb může také podnikat, a to formou doplňkové činnosti (2012, 106 - 7), z toho tedy vyplývá, že by šlo s největší pravděpodobností o integrační sociální podnik. Velkou výhodou takové sociální firmy je podle Kurkové a Francové, především zázemí, které jí církev poskytuje. Nevýhodou je poté nedůvěryhodnost této formy podnikání pro banky a také systém řízení (2012, 11).

Pro úspěch sociální firmy je dobře zvolená právní forma velmi důležitá. Sociální podnikatelé by si měli uvědomit, co od své firmy očekávají, jaké mají možnosti a zvážit všechny klady i zápory jednotlivých právních forem, s ohledem na svůj podnikatelský záměr, a také s ohledem na možnosti cílové skupiny a na očekávanou spolupráci s nejrůznějšími institucemi a partnery.

4 Provázanost sociální firmy s komunitou

Pro pochopení možnosti využití sociálního podnikání v komunitní práci v českém prostředí, je nutné vymezit si nejen pojem komunita a komunitní práce, ale vytyčit také společné znaky komunitní práce a sociálních podniků.

Jelikož člověk je tvor společenský, jehož přirozenou potřebou, od začátku své existence, je sdružovat se ve společenstvích, je více než přirozené, že existuje i forma sociální práce s tímto společenstvím (komunitou).

Podle Navrátila patří komunitní práce k základním metodám sociální práce spolu s prací individuální a skupinovou. Komunitní práci je možné realizovat v rámci státního i neziskového sektoru ((2001, 153). Matoušek toto upřesňuje informací, že se jedná v českém prostředí o poměrně novou metodu, zatímco v západním světě je komunitní práce známá již přes sto let (2013, 265). Jak je uvedeno výše je nejprve důležité definovat si pojem komunita.

Matoušek ve svém Slovníku sociální práce definuje komunitu jako „Společenství lidí žijících či kooperujících v jedné instituci nebo v jedné lokalitě.“ (2008, 85). Tuto definici můžeme rozšířit o Hartlovu myšlenku toho, že v komunitě by měl člověk nacházet podporu, především emocionální, porozumění a může se zde obrátit o pomoc v otázkách běžného života a tato mu bude poskytnuta (1997, 24 - 30) Příhodová ve svém článku v časopise Sociální práce/Sociálna práce, přidává komunitě význam jako místu intimity vřelosti a sociální koheze (2004, 45). Z toho vyplývá, že komunita je souborem lidí, u kterých je předpoklad, že jsou pro ně důležité podobné hodnoty, postoje a cíle a zasazují se společně o jejich naplňování.

V dostupné literatuře se může česká veřejnost setkat s těmito druhy komunit (zde uvedeno podle Matoušek 2013, 256):

- Občanská komunita
- Výchovná komunita
- Terapeutická komunita
- Spirituální komunita

V české i cizojazyčné literatuře můžeme najít velmi mnoho definic komunitní práce. Občanské sdružení Vzájemné soužití má za to, že komunitní práci je zapojování členů komunity do řešení problémů komunity a to od jejich počátku. Tedy nejen do řešení, ale stejně tak do jejich identifikace a návrhů řešení (nedat., 7). S touto myšlenkou souhlasí i Matoušek a fakticky ji doplňuje ještě aspektem, zvýšení komfortu života v komunitě a dodává, že bývá zapotřebí pomoci profesionálního komunitního pracovníka (2008, 87).

Komunitní práci tedy zjednodušeně můžeme nazvat veškerou prací, která je realizována na podporu komunity a ve které jsou členové komunity nějakým způsobem zainteresováni. Jak dále uvádí Hartl, možnosti a omezení komunity jdou ruku v ruce úměrně se zdroji komunity, kdy zdroji komunity jsou myšleny jak zdroje materiální (např. sociální služby), tak i nemateriální (např. pověst komunity) a tedy komunitní práce by měla usilovat o aktivizaci těchto zdrojů (1997, 33). A právě s tímto problémem může pomoci sociální podnikání. Jak je uvedeno v textu výše (principy sociálního podniku) snaží se sociální podnikání přispívat k environmentálnímu a místnímu prospěchu, tedy využívat místní zdroje spolupracovat s místními lidmi, a přispívat k uspokojování potřeb komunity, ve které působí místně, nebo jako například u integračního sociálního podniku v rámci cílové skupiny.

Jak zjistíme, když se podíváme do Manuálu dobré praxe obecně prospěšné společnosti P3, využití sociálního podnikání v komunitní práci je tak velmi široké, s pomocí sociálního podniku můžeme řešit například vysokou nezaměstnanost v různých regionech, kde opět platí jednoduchá rovnice, čím více lidé získají peněz, tím více jich utratí, a tedy se zvýší ekonomická aktivita celého regionu. Stejně dobrým případem, který lze řešit za pomoci sociálního podniku je nezaměstnanost určité cílové skupiny, nebo vytvoření služby, která prozatím na trhu chybí a která by vyřešila nějaký problém v komunitě (2012).

Bonusem pro komunitní pracovníky, kteří by chtěli jako nástroj komunitní práce využít právě sociální podnikání, je komunitní plánování sociálních služeb, které ukládá městům zákon o sociálních službách. Kdy se mapují potřeby jednotlivých cílových skupin v daném regionu, a poté se cíleně služby podle potřeb dané cílové

skupiny rozvíjí. Jak uvádí ve svém článku Role uživatele a zjišťování potřeb v procesu komunitního plánování sociálních služeb v časopise Sociální práce/sociálna práca, je spoluúčast klienta na plánování těchto služeb zakotvena v zákoně a je pro celý proces přínosem, z toho důvodu, že klient žije ve svém přirozeném prostředí a tedy ví, co mu v tomto prostředí chybí a co by se zde mělo zlepšit (1/2009, 85 – 96).

Pro komunitní pracovníky, a pro komunitní sociální práci, je tedy sociální podnikání nástrojem jejich práce, tedy zlepšení a posílení života v komunitě. Jak je uvedeno v textu této kapitoly, může komunitní sociální pracovník využít sociální firmu na řešení problémů komunity s nezaměstnaností, nebo na řešení problémů nedostatku služeb, jako podpora pro tuto jeho práci mu slouží komunitní plánování sociálních služeb, které probíhá jednak na úrovni jednotlivých krajů a jednak na úrovni obcí.

5 Adresář pro začínajícího sociálního podnikatele

Jelikož zahájení jakéhokoliv podnikání je obtížná věc a začít podnikat sociálně je ještě o něco náročnější, jak vyplývá z textu předchozích kapitol, je potřeba vědět, kam se může, nejen začínající, sociální podnikatel obrátit pro podporu a kde může načerpat inspiraci a získat dobré rady. Proto je také součástí této práce malý adresář institucí, kde se takové podpory sociálnímu podnikateli dostane, včetně stručného popisu, čím se která instituce zabývá. Informace v adresáři jsou čerpány z webových stránek jednotlivých institucí.

Akademie České spořitelny

Podpora sociálního podnikání a sociální ekonomiky formou poradenství a předání know how bankéřů České spořitelny formou seminářů, workshopů a školení. Druhou variantou pomoci pro sociální podnikatele je pomoc finanční ve formě úvěrů.

Web: www.cs.cz

BusinessInfo

Je oficiálním portálem pro podnikání a export. Sdružuje nejdůležitější informace pro podnikatele, tak aby je měli v jedné ucelené formě, a na jednom místě.

Web: www.bussinesinfo.cz

Centrum pro výzkum neziskového sektoru

Brněnské centrum provádí výzkumy a srovnání neziskového sektoru, nejen v České republice, ale spolupracuje na výzkumech i se zahraničními partnery. Na webu jsou umístěny publikované výsledky těchto výzkumů. Zároveň je pořadatelem kurzů a seminářů.

Web: <http://cvns.econ.muni.cz>

Centrum sociální ekonomiky

Centrum sociální ekonomiky je informačním centrem, které propaguje principy sociální ekonomiky, modely sociálního podnikání, a kde mohou zájemci o sociální ekonomiku získat potřebné informace o této oblasti díky bezplatnému poradenství. Poskytované poradenství se týká těchto oblastí: Public relations (PR), managementu, ekonomiky práva a sociálního podnikání. Centrum mohou využít jak začínající

sociální podnikatelé, tak také podnikatelé, kteří chtějí svou firmu na sociální přetransformovat. Působnost Centra sociální ekonomiky je pro hlavní město Prahu.

Web: www.seprojekt.cz

Centrum sociálně orientovaných inovací

Je projekt realizovaný Centrem pro komunitní práci Moravskoslezský kraj, který je zaměřen na využití inovací ve venkovských regionech, vedoucích k nalezení především vhodných forem podpory (sebe)zaměstnávání osob, ohrožených na trhu práce. Na tomto webu je k dispozici nepřeberné množství nápadů a tipů.

Web: www.centruminovaci.cz

CzechInvest

Je agenturou pro podporu podnikání a investic. CzechInvest je státní příspěvkovou organizací, která spadá pod ministerstvo průmyslu a obchodu. Jejím účelem je podpora v získávání konkurenceschopnosti české ekonomiky. Nástrojem této podpory jsou podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblastí výroby, strategických služeb a technologických center. V rámci zjednodušení komunikace mezi státem, podnikateli a Evropskou unií CzechInvest zastřešuje celou oblast podpory podnikání ve zpracovatelském průmyslu, a to jak z prostředků EU, tak ze státního rozpočtu. Prostřednictvím svých služeb a rozvojových programů, tak CzechInvest přispívá k rozvoji domácích firem, českých a zahraničních investorů i celkového podnikatelského prostředí.

Web: www.czechinvest.org

Econnect

Občanské sdružení Easy Connect je nevládní nezisková organizace, která se rozhodla pro podporu ostatních neziskových organizací působících v České republice využívat internet a informační technologie. Zároveň provozuje webové stránky, které se věnují dění dotýkajícího se tohoto sektoru.

Web: www.econnect.cz

Evropský sociální fond v ČR

Evropský sociální fond (ESF), je jedním ze tří strukturálních fondů Evropské unie. Je klíčovým finančním nástrojem pro realizování Evropské strategie zaměstnanosti. Hlavním posláním ESF je rozvíjení zaměstnanosti, snižování nezaměstnanosti, podpora sociálního začleňování osob a rovných příležitostí se zaměřením na rozvoj trhu práce a lidských zdrojů. Činí tak pomocí přerozdělování peněz z EU prostřednictvím jednotlivých výzev z příslušných operačních programů.

Web: www.esfcr.cz

Fokus Praha

Na webových stránkách Sociální firmy představuje platformu sociálních firem, jejímž členem se může sociální podnikatel stát, zároveň je zde definice sociální firmy a dokumenty ke stažení, které představují sociální podnikání. Občanské sdružení Fokus Praha je zakladatelem a provozovatelem několika sociálních firem, které nabízejí práci osobám s duševní poruchou.

Web: www.socialnifirmy.cz

Ministerstvo práce a sociálních věcí

Do kompetence ministerstva patří především sociální politika (problematika zdravotně postižených, sociální služby, sociální dávky, rodinná politika apod.), sociální pojištění (důchody, nemocenské, apod.), oblast zaměstnanosti (trh práce, podpora zaměstnanosti, zahraniční zaměstnanost apod.), pracovněprávní legislativa, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, rovné příležitosti pro ženy a muže migrace a integrace cizinců, evropská integrace a oblast čerpání finanční pomoci z fondů Evropské unie Zde tedy sociální podnikatel získá řadu potřebných informací pro každodenní provoz sociální firmy.

Web: www.mpsv.cz

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Na stránkách ministerstva průmyslu a obchodu je ústředním orgánem státní správy, zde naleznou sociální podnikatelé informace o státních nástrojích podnikání malých a středních podniků o podpoře živnostenského podnikání a také informace o možnostech exportu a jiné.

Web: www.mpo.cz

Nadace Via

Nadace Via, pomáhá rozvíjet komunitní život českých měst a obcí, posiluje neziskové organizace a investuje do jejich profesionálního rozvoje, pomáhá obnovovat zprůhledněné tradice filantropie a dárcovství v České republice. Nadace pomáhá, jak formou grantů, tak také formou předávání know how, či prostřednictvím poradenství.

Web: www.nadacevia.cz

Neziskovky.cz

Poradenství pro organizace i jednotlivce v neziskovém sektoru. Provádí poradenství a vzdělávání v oblasti rozvoje neziskového sektoru a filantropie. Cílem této organizace je mimo jiné profesionalizace v neziskovém sektoru.

Web: www.neziskovky.cz

Podnikatel.cz

Průvodce podnikáním, internetový portál o podnikání kde lze nalézt rozhovory s úspěšnými podnikateli, články o podnikání, novinky z oblasti zákonů, daní včetně výkladů. Je zde k dispozici také průvodce pro začínající podnikatele a mnoho dalších užitečných informací.

Web: www.podnikatel.cz

Portal.gov.cz

Portál veřejné zprávy, který slouží ke komunikaci s veřejnou správou a shromažďuje nejrůznější informace týkající se státní správy, včetně zákonů a vyhlášek. Díky pořízení datové schránky si tak může sociální podnikatel pořizovat výpisy z nejrůznějších rejstříků či komunikovat s úřady.

Web: <http://portal.gov.cz>

P3 People Planet Profit o.p.s.

Obecně prospěšná společnost podporující sociální podnikání a sociální ekonomiku v České republice. Mimo provozu webových stránek České sociální podnikání, kde

zájemci o sociální ekonomiku naleznou základní informace a například také adresář sociálních firem, se P3 věnuje také konzultacím pro začínající sociální podnikatele, pořádání školení a workshopů na téma sociální ekonomika a sociální podnikání. Na stránkách České sociální podnikání najdete také publikace vydané obecně prospěšnou společností P3 shrnutí z výzkumů a krátká videa o jednotlivých sociálních firmách nejen v České republice.

Web: www.p-p-p.cz nebo www.ceske-socialni-podnikani.cz

Social firms Europe CEFEC

Jedná se o evropskou síť sociálních firem, sociálních družstev a nevládních organizací, jejímž cílem je vytvoření důstojných placených pracovních podmínek pro osoby zdravotně nebo sociálně vyloučené. Působnost CEFEC je po celé Evropě. Díky členství v této síti je možné získávat zkušenosti a vyměňovat si informace. Členství v této síti je placené.

Web: <http://socialfirmseurope.org>

Transformace občanské společnosti

Tato webová stránka jak její název napovídá, se zabývá občanskou společností a její transformací. Pod jednou hlavičkou shromažďuje informace, které se týkají novinek v oblasti legislativy, pro všechny nestátní neziskové organizace.

Web: <http://transformace-obcanskeho-sektoru.cz/>

V tomto adresáři jsou zahrnuty webové stránky, které mohou sloužit jako zdroje podrobnějších informací, než jaké je možné uvést v této bakalářské práci a to především z důvodu jejího rozsahu. Tyto zdroje byly součástí rešerší k této bakalářské práci, a proto jejich vlastní informační hodnotu pro každého kdo se chce s problematikou sociálního podnikání a sociální ekonomiku seznámit, zde byly uvedeny v rámci samostatné kapitoly.

6 Projekt

Jak uvádí Švrčinová (2007, s 8) je projekt aktivita, jenž je omezená časem a má konkrétní cíle, které jsou měřitelné. Zároveň je projekt podle mínění stejné autorky především jedinečný a za jeho průběh a výsledek nese odpovědnost konkrétní, řízením projektu pověřená, osoba. Bartošová a Bartoš (2011, s 21) k této definici ještě přidávají myšlenku nutnosti spolupráce různých profesí. Švrčinová na straně 10 a 11 poté uvádí, které části by měl projekt obsahovat a podle tohoto rámce je sestaven i následující projekt. Pánové Barker a Cole, ve své knize Projektový management pro praxi přidávají k projektu problematiku řízení rizik v projektu, kde připomínají, že dobrý projekt musí mít definované rizika a nástroj k jejich předcházení, a že se v žádném případě nejedná o pouhou formalitu (2009, 22 a 35).

Název projektu

Brouček společnost s ručením omezením

Shrnutí

V rámci projektu bude založena sociální firma, jejíž hlavní činností bude provozování předškolního zařízení pro děti ve věku od 3 do 7 let. Kapacita tohoto zařízení je až 24 dětí. Jako právní forma pro tuto sociální firmu je zvolena společnost s ručením omezeným (dále jen s. r. o.). Předškolní zařízení bude mít program s ekologickým zaměřením a zároveň bude sloužit jako centrum setkávání rodičů a lidí z komunity, ve které bude mateřská škola umístěna. V mateřské škole budou zaměstnávány osoby z cílové skupiny, osoby těžko umístitelné na trhu práce, z důvodu svého věku. V rámci projektu tak vzniknou pracovní místa a zároveň místo, kde se bude moci odehrávat život komunity což je dalším cílem celého projektu.

Obecný cíl projektu

Příspěvek k snížení nezaměstnanosti u cílové skupiny, a to sice vytvořením šesti pracovních míst v sociální firmě pro osoby definované níže v rámci cílové skupiny, založením sociální firmy provozující mateřskou školu.

Cílová skupina

Cílovou skupinou v tomto projektu rozumíme osoby, těžko umístitelné na trhu práce a to z důvodu svého věku. Může se jednat jednak o osoby do třiceti let ve většině případů absolventy, kteří nemají praxi, která je většinou zaměstnavatelů požadována, a/nebo osoby starší padesáti let, kteří jsou pro zaměstnavatele svým věkem málo atraktivní zejména pro údajné nižší pracovní výkony a adaptabilitu.

Zdůvodnění projektu

Tento projekt přispěje ke snížení nezaměstnanosti v cílové skupině, vytvořením šesti pracovních míst, které jsou určeny pro osoby těžko umístitelné na trhu práce z důvodu věku, a zároveň přispěje k navýšení kapacity v předškolních zařízeních v daném regionu a v budoucnu také k zlepšení soudržnosti komunity, kde bude zařízení umístěno.

Popis aktivit

Aktivita číslo 1. Otevření mateřské školky Brouček

V rámci projektu bude hlavní aktivitou otevření mateřské školy a činnosti spojené s jejím provozem a propagací. V rámci této aktivity bude zaměstnáno šest osob z cílové skupiny a vybudována sociální firma, která bude mateřskou školu provozovat. Zaměstnanci sociální firmy se budou od začátku podílet na konečné podobě interiérů školy, i k vytvoření výukového programu, který v této školce také bude vytvořen. Výuka bude probíhat podle principu trojího prospěchu ekonomický, ekologický, sociální.

Aktivita číslo 2. Metodika Založení sociálního podniku

Tato metodika vznikne ze zkušeností, které sociální firma nasbírá během prvních šesti měsíců svého fungování, a bude určena jako praktická pomoc všem ostatním začínajícím sociálním podnikatelům. Na jejím sepsání se budou podílet všichni zaměstnanci, aby bylo dosaženo větší objektivitě názorů.

Aktivita číslo 3. Konference o Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce z důvodu věku

Konference proběhne na konci celého projektu, a bude sloužit jako možnost předání zkušenosti mezi zaměstnavateli, kteří už zaměstnávají osoby znevýhodněné na trhu

práce. Zároveň bude sloužit jako propagace této problematiky, jak v rámci široké veřejnosti, tak i v rámci zaměstnavatelů, kteří chtějí tuto cílovou skupinu zaměstnat.

Časový harmonogram

Před zahájením projektu budou uskutečněny tyto kroky:

- Založení sociální firmy (právní forma s.r.o.), v této fázi jsou zahrnuty veškeré právní kroky spojené se založením sociální firmy, tedy veškeré jednání s notářem a úřady
- Vypracování marketingového a propagačního plánu sociální firmy
- Zajištění prostor pro provozování předškolního zařízení

1. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - zahájení výběru zaměstnanců - zahájení propagace firmy a marketingových aktivit, vytvoření webových stránek a propagačních materiálů - podání žádostí o finanční podporu z úřadu práce, prezentace sociální firmy na Úřadu Práce pro potenciální zaměstnance - zapojení se do sítí, podporujících sociální podnikání a navázání kontaktů s ostatními sociálními podnikateli - oslovení místních médií se žádostí o podporu propagace projektu - domluvení spolupráce s mateřskými centry v lokalitě působení sociální firmy
2. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Zaměstnání prvních zaměstnanců - Propagace předškolního zařízení v mateřských centrech - Pokračování marketingových a propagačních aktivit - Zařizování prostor mateřské školy - Doškolení a dozdělování zaměstnanců
3. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Zápis prvních dětí do mateřské školy - Vytvoření podrobného programu aktivit dětí v mateřské školce příprava na jeho realizaci - Dovybavení sociální firmy a vytvoření tříd pro děti

4. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Postupné přijímání dalších dětí do mateřské školy - Příprava na zahájení provozu mateřské školky - Pokračování ve tvorbě programu pro děti
5. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Zahájení provozu mateřské školy, - Pokračování PR a marketingových aktivit - Vytvoření plánu pro zapojení se zařízení do komunitního života v dané lokalitě pro příští rok
6. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Kontrola plnění průběhu projektu - Doladování provozu mateřské školy - Vytvoření plánu na konferenci Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce
7. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Žádost o podporu z veřejných zdrojů (dotace města, kraje, ministerstvo práce a sociálních věcí, ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy) - Zahájení plánování konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce - Plánování tvorby metodiky Založení sociálního podniku - Průběžné přijímání dětí do mateřské školy - Průběžné plnění marketingového a PR plánu
8. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Tvorba metodiky Založení sociálního podniku - Příprava konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce - Průběžné přijímání dětí do mateřské školy - Průběžné plnění marketingového a PR plánu
9. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Tvorba metodiky Založení sociálního podniku - Příprava konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce - Průběžné plnění marketingového a PR plánu

10. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Tisk a distribuce a propagace metodiky Založení sociálního podniku - Příprava konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce - Průběžné plnění marketingového a PR plánu
11. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Tvorba plánu fungování na období dalších dvanácti měsíců, - Příprava konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce, - Propagace a zahájení zápisu pro další rok v mateřské škole,
12. měsíc	<ul style="list-style-type: none"> - Realizace konference Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce, - Zhodnocení projektu a vytvoření výstupů pro další trvání projektu. - Administrace projektu, kontrola výstupů projektu - Zápis dětí na další školní rok

Tabulka č.2 Harmonogram projektu

Realizátor projektu

Projekt bude realizovat sociální firma Brouček s.r.o. Hlavním koordinátorem a manažerem projektu bude vedoucí sociální firmy.

Výstupy

- 6 pracovních míst určených pro uchazeče z řad cílové skupiny
- Metodika založení sociální firmy v tištěné podobě
- Konference na téma založení sociální firmy a **Zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce z důvodu věku**

Materiálně – technické zabezpečení projektu

Budova pro realizaci projektu bude řešena buď dlouhodobým pronájmem, nebo odkupem za symbolickou cenu. Vybavení a zařízení mateřské školy bude pořízeno ze tří zdrojů a to tak, že část bude pořízena z vlastních zdrojů, část bude pořízena

z peněz získaných v rámci podpory z Operačního programu zaměstnanost a část potom z aktivní politiky zaměstnanosti Úřadu práce České republiky.

Multiplikační efekt projektu

Celý projekt jde využít, s drobnými úpravami, v různých lokalitách po celé České republice. Navíc výstupem projektu je metodika Založení sociální firmy, která může sloužit jako návod pro další sociální podnikatele, v různých odvětvích sociálního podnikání.

Význam projektu

Význam projektu pro komunitu, kde bude mateřská škola umístěna a to hned ze dvou důvodů. Za prvé navýší se kapacita volných míst v předškolních zařízeních v dané lokalitě. Za druhé tím, že v místě kde bude zařízení provozováno do budoucna středisko, kde by se komunita mohla setkávat a kde by se mohl odehrávat život komunity.

Rizika projektu

První riziko: Nemožnost nalézt vhodné prostory pro provozování mateřské školy

Společnost nenalezne vhodný objekt k pronájmu pro svou činnost za adekvátní finanční částku, a tak nebude moci zahájit svou činnost. **Opatření:** Oslovení co největšího počtu realitních kanceláří při hledání možného objektu, aktivní hledání, kooperace s místní samosprávou prověření možnosti pronájmu budovy od ní za zvýhodněných podmínek.

Druhé riziko: nedostatek dětí

O umístění dětí v mateřské školce nebudou mít rodiče z nejrůznějších důvodů zájem a tak nebude využita kapacita zařízení. **Opatření:** zajištění vhodně cílené placené i neplacené reklamní kampaně především na lokální úrovni (vhodnost zjištěna pomocí SWOT analýzy), atraktivně sestavený výukový plán, přijímání dětí do zařízení průběžně i po otevření zařízení.

Třetí riziko: Nedostatečné finanční zdroje

Během jednotlivých fází se projeví nedostatek finančních prostředků na financování sociální firmy, například z důvodu vystoupení jednoho zdroje předpokládaných příjmu z projektu. **Opatření:** zajištění vícezdrojového financování na první rok provozu, zpracovaný kvalitní podnikatelský záměr pro možnost požádat o krátkodobý bankovní úvěr, průběžné monitorování finančních toků.

Rozpočet projektu

Rozpočet projektu je sestaven pro založení a první rok fungování sociální firmy. Tabulka rozpočtu vychází z tabulky v knize Úspěšná nezisková organizace (2011, 146-9), je pouze uzpůsobena pro potřeby sociální firmy. Ceny v rozpočtu jsou ceny obvyklé v Olomouckém kraji. Mzdy jsou uváděny včetně odvodů na sociálním a zdravotním pojištění a na státní politiku zaměstnanosti. Částky jsou uváděny v českých korunách.

Rozpočet		Náklady							
Položka	Druh	Měsíc	Rok	Vlastní zdroje	OP Zaměstnanost	Úřad práce ČR	Sponzorské dary	Celkem	
Mzdy	Manažer sociální firmy	40 000,-	480 000,-	0,-	480 000,-	0,-	0,-	480 000,-	
	Zaměstnanec 1	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
	Zaměstnanec 2	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
	Zaměstnanec 3	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
	Zaměstnanec 4	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
	Zaměstnanec 5	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
	Zaměstnanec 6	21 500,-	236 500,-	0,-	59 125,-	177 375,-	0,-	236 500,-	
Náklady na vybavení a provoz	Pronájem	35 000,-	420 000,-	80 000,-	340 000,-	0,-	0,-	420 000,-	
	Energie	4 500,-	54 000,-	9 000,-	45 000,-	0,-	0,-	54 000,-	
	Pojištění	3 000,-	36 000,-	15 000,-	21 000,-	0,-	0,-	36 000,-	
	Úklid	1 500,-	18 000,-	18 000,-	0,-	0,-	0,-	18 000,-	
	Kancelářské potřeby	1 250,-	15 000,-	7 500,-	0,-	0,-	7 500,-	15 000,-	
	Nábytek	160 000,-	160 000,-	20 000,-	100 000,-	20 000,-	20 000,-	160 000,-	
	Technika	150 000,-	150 000,-	10 000,-	140 000,-	0,-	0,-	150 000,-	
	Telefon	750,-	9 000,-	0,-	9 000,-	0,-	0,-	9 000,-	
	Internet	500,-	6 000,-	0,-	6 000,-	0,-	0,-	6 000,-	
	Pohoštění	5 000,-	10 000,-	5 000,-	5 000,-	0,-	0,-	10 000,-	
	Služby	Účetnictví	5 000,-	60 000,-	60 000,-	0,-	0,-	0,-	60 000,-
		Správa sítě	1 300,-	15 600,-	15 600,-	0,-	0,-	0,-	15 600,-
		Bankovní služby	500,-	6 000,-	6 000,-	0,-	0,-	0,-	6 000,-
Poštovné		200,-	2 400,-	1 400,-	1 000,-	0,-	0,-	2 400,-	
Vzdělávání pracovníků		5 000,-	60 000,-	0,-	60 000,-	0,-	0,-	60 000,-	
Právní služby		5 000,-	20 000,-	20 000,-	0,-	0,-	0,-	20 000,-	
Propagace PR		Grafický manuál	15 000,-	15 000,-	0,-	15 000,-	0,-	0,-	15 000,-
	Tisk propagačních materiálů	300,-	3 600,-	0,-	3 600,-	0,-	0,-	3 600,-	
	Nákup inzerce	1 000,-	12 000,-	0,-	12 000,-	0,-	0,-	12 000,-	
	Konference	Občerstvení	10 000,-	10 000,-	0,-	10 000,-	0,-	0,-	10 000,-
		Pronájem prostor	7 000,-	7 000,-	0,-	7 000,-	0,-	0,-	7 000,-
		Propagační materiály	2 000,-	2 000,-	0,-	2 000,-	0,-	0,-	2 000,-
	Manuál	Grafické zpracování	6 000,-	6 000,-	0,-	6 000,-	0,-	0,-	6 000,-
Tisk		5 000,-	5 000,-	0,-	5 000,-	0,-	0,-	5 000,-	
Celkem			3 001 600,-	267 500,-	1 622 350,-	1 084 250,-	27 500,-	3 001 600,-	

Tabulka č. 3 rozpočet projektu

Závěr

V této práci je teoreticky popsáno, vymezení sociálního podnikání a jeho provázanost s komerčním sektorem a také její význam pro komunitní práci. V rámci praktické části této práce je návrh na projekt, který ukazuje založení sociální firmy, včetně harmonogramu jednotlivých aktivit rozpočtu na první rok fungování sociální firmy a definice možných rizik a nástrojů na jejich eliminaci.

Tato práce nemá ambice být vzhledem ke svému rozsahu obsáhlou příručkou na zvolené téma, ale spíše základním vhladem do situace a podporou pro podnikatele uvažující o založení sociálního podniku či uvažující o změně své firmy stávající na firmu sociální.

Tato bakalářská práce má zároveň ukázat možnost využít sociální firmu jako nástroj pro podpoření komunitní práce a nastínit možnosti řešení některých problémů v komunitách tamním komunitním pracovníkům.

V době psaní této bakalářské práce stále ještě nebyl k dispozici schválený zákon o veřejné prospěšnosti, ani zákon o sociálním podnikání, který by pomohl k ukotvení sociálních firem v českém právním prostředí, a proto tato práce vychází z legislativy platné v době odevzdání práce. Zároveň se v současné době nevyskytuje diskuze o stavu na téma sociálního podnikání v časopise Sociální práce/Sociálna práca.

Jak je uvedeno již v úvodu k této bakalářské práci, sociální podnikání a sociální firmy jsou svým potencionálem předurčeny k tomu, aby pomohly řešit jak problémy s nezaměstnaností, tak i problémy komunit a lokalit ve kterých se nacházejí. Jsem si vědoma toho, že sociální podnikání nelze považovat za všelék problémů, v těchto oblastech, se kterými se potýká nejen Česká republika, ale i celý svět. Jsem, ale přesvědčena, že je možností a doplňkovým řešením, ke kterému se bude přiklánět stále více subjektů, nejen z neziskového sektoru, ale i ze sektoru ziskového.

Bibliografické zdroje

Bartošová, H. Bartoš, J. (2011). *Projektový Management*. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje. Dostupné také z:

file:///C:/Users/Luk%C3%A1%C5%A1%20Lacina/Downloads/Projektov%C3%BD%20management_OPPA_2012_Barto%C5%A1ov%C3%A1%20a%20kol..pdf

Barker, S. Cole, R. (2009). *Projektový management pro praxi*. Praha: Grada.

Bednáriková, D. (2012). *PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE aneb SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE I ZAHRANIČÍ*. Praha: People Planet Profit.

Dohnalová, M. a kol. (2012). *Sociální ekonomika, sociální podnikání. Podnikání pro každého*. Praha: Wolters Kluwer ČR.

Dohnalová, M. Průša, L. (2011). *Sociální ekonomika*. Praha: Wolters Kluwer ČR.

Fokus. (2007). *Sociální firmy – výzva v podnikání 21. Století*. Praha: Fokus Praha.

Hartl, P. (1997). *Komunita občanská a komunita terapeutická*. Praha: Slon.

Kolektiv autorů. (nedatováno). *Jak na to*. Ostrava: Vzájemné soužití o. s.

Kubalčíková, K. (2009). „Role uživatele a zjišťování potřeb v procesu komunitního plánování sociálních služeb.“ *Sociální práce/sociální práce*. 9 (1) 85 - 96

Kurková, G. Francová, P. (2012). *Manuál: Jak založit sociální podnik*. Praha: People Planet Profit 9 (1) 85 - 96

Social Firms Europe CEFEC [on-line]. Linz Appeal Dostupné z: <http://socialfirmseurope.org/social-firms/research/> [Poslední aktualizace neuvedena] [cit. 15. 10. 2014].

Matoušek, O. a kol. (2013). *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál.

Navrátil, P. (2001). *Teorie a metody sociální práce*. Brno: Marek Zeman.

People Planet Profit., ProVida. (2013). *Výsledky dotazníkového šetření v sociálních podnicích v České republice*. [on-line] Praha: People Planet Profit Dostupné z:

http://ceske-socialni-podnikani.cz/images/pdf/P3_setreni_socialni_podniky.pdf [cit. 15. 10. 2014]

Příhodová, A (2004). "Koncept komunity v sociální práci". *Sociální práce/Sociálná práca*. 4 (3): 45 – 56

Transformace obecné společnosti [on-line]. „Návrh zákona o statusu veřejné prospěšnosti. Aktualizace 10. 7. 2014. Dostupné z: <http://transformace-obcanskeho-sektoru.cz/navrh-zakona-o-statusu-verejne-prospesnosti/> [cit. 27. 10. 2014].

Šedivý, M. Medlíková, O. (2011). *Úspěšná nezisková organizace*. Praha: Grada.

Švrčinová, P. (2007). *Řízení neziskových organizací I. Projektové řízení*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě.

Vláda ČR [on-line]. Výhled legislativních prací vlády na léta 2015 – 2017 Aktualizace 13. 3. 2014. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/dulezite-dokumenty/vyhled-legislativnich-praci-vlady-na-leta-2015-az-2017-116710/> [cit. 16. 11. 2014]

Zákony

Zákon číslo 89/2012 Sb. Občanský zákoník

Zákon číslo 90/2012 Sb. Zákon o obchodních korporacích

Zákon číslo 248/1995 Sb. O obecně prospěšných společnostech

Zákon číslo 455/1991 Sb. O živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

Zákon číslo 3/2002 Sb. O svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností o změně některých zákonů (zákon o církvích a náboženských společnostech)

Zákon číslo 108/2006 Sb. O sociálních službách

www stránky

České sociální podnikání

www.ceske-socialni-podnikani.cz

Social firms Europe

<http://socialfirmseurope.org>

Evropský sociální fond Česká republika

www.esfcr.cz

Neziskovky CZ

www.neziskovky.cz

Seznam tabulek

Tabulka číslo 1: <i>Co je a co není sociální firma</i>	10
Tabulka číslo 2: <i>Harmonogram projektu</i>	33
Tabulka číslo 3: <i>Rozpočet projektu</i>	38

Přílohy

Příloha číslo 1 standardy sociální firmy:

Definice sociální firmy

Sociální firma je konkurence schopný podnikatelský subjekt, působící na běžném trhu, jehož účelem je vytvářet pracovní příležitosti pro osoby znevýhodněné na trhu a k tomu jim poskytovat přiměřenou pracovní a psychosociální podporu.

Standard č. 1 Poslání sociální firmy

Sociální firma veřejně deklaruje své poslání, které obsahuje závazek podnikat, vytvářet pracovní příležitosti pro osoby znevýhodněné na trhu práce a k tomu jim poskytovat přiměřenou pracovní a psychosociální podporu. Tomu jsou uzpůsobeny vnitřní postupy a způsob řízení sociální firmy.

Kritéria:

1. Sociální firma má písemně deklarované poslání a zveřejňuje ho.
2. Poslání je v souladu s definicí sociální firmy dle standardů sociálních firem.
3. Sociální firma má vnitřní postupy a systém řízení, které umožňují plnit poslání.
4. Existuje způsob hodnocení plnění poslání a na základě výsledků tohoto hodnocení existují přijatá opatření změny.

Standardy v oblasti podnikání

Sociální firma je podnikatelský subjekt, který působí na běžném trhu a je schopný obstát v konkurenci s ostatními podniky. Zároveň usiluje o etiku podnikání – navenek ke svým zákazníkům, konkurentům i směrem ke svým zaměstnancům. Její podnikání

a provoz jsou transparentní a srozumitelné pro všechny zainteresované. Za tímto účelem sociální firma buduje vlastní identitu a informuje okolí o své činnosti.

Standard č. 2 Podnikání

Sociální firma podniká a je schopná obstát na běžném trhu. Podnikání sociální firmy je etické a v souladu s platnými právními předpisy.

Kritéria:

1. Sociální firma má zpracovaný podnikatelský plán, který je alespoň 2x ročně vyhodnocován. Součástí podnikatelského plánu je marketingový plán, strategie řízení ekonomických rizik firmy a postup, jakým budou zaměstnanci o případné krizové situaci a jejím řešení informováni.
2. Sociální firma má oprávnění podnikat.
3. Sociální firma má zpracován soubor vnitřních pravidel, která upravují chování zaměstnanců sociální firmy k zákazníkům, dodavatelům, investorům a konkurentům. Všichni zaměstnanci jsou s těmito pravidly seznámeni a řídí se jimi.

Standard č. 3 Financování

Sociální firma má minimálně 50 % příjmů zajištěno z vlastní produkce, tj. prodeje zboží nebo služeb. Ekonomickým cílem je finančně stabilní, dlouhodobě udržitelná a prosperující firma, která je respektovaná obchodními partnery a bankami.

Kritéria:

1. Sociální firma naplňuje stanovené procento příjmů z vlastní produkce. Případné další zdroje financování (dary, dobrovolnická práce, dotace a granty z prostředků veřejných rozpočtů na provoz) jsou doplněním příjmů, které vyrovnává znevýhodnění firmy vyplývající ze zaměstnávání znevýhodněných osob na trhu práce.
2. Ekonomická strategie firmy vede k udržení či posílení konkurenceschopnosti, a to i formou investic do rozvoje firmy.
3. Má zpracovaný krizový plán pro případ platební neschopnosti.

Standard č. 4 Provoz sociální firmy

Provoz sociální firmy je bezpečný. Zohledňuje specifické potřeby svých znevýhodněných zaměstnanců. Pro tento účel má zpracované provozní postupy, včetně řešení nouzových a havarijních situací. Tyto postupy jsou všem zaměstnancům srozumitelné a dostupné.

Kritéria:

1. Sociální firma má zpracované základní provozní postupy.

2. Sociální firma má vytipována možná pravděpodobná i méně pravděpodobná nebezpečí a vypracovaná pravidla, jak jim předcházet a jak postupovat, pokud nastanou.
3. Každý zaměstnanec je seznámen s provozními postupy; postupy jsou všem zaměstnancům dostupné a jsou používány v praxi.
4. Každý zaměstnanec je proškolen v oblasti bezpečnosti práce a ochrany zdraví při práci.

Standard č. 5 Informovanost a prezentace

Sociální firma otevřeně a pravdivě informuje veřejnost, zejména ostatní podnikatelské subjekty, potenciální zákazníky, veřejné instituce a zájemce o zaměstnání o svém poslání a činnosti. Prezentace sociální firmy nevede ke stigmatizaci zaměstnaných znevýhodněných osob.

Kritéria:

1. Prezentace sociální firmy je veřejně dostupná; obsahuje základní informace o firmě, produktech či službách, které nabízí, pracovních podmínkách, možnostech zaměstnání, adresu a kontakty.
2. Prezentace sociální firmy není primárně postavena na tématu znevýhodnění zaměstnanců.

Standardy v oblasti zaměstnávání

Sociální firma zaměstnává kromě osob bez jakéhokoliv znevýhodnění i stanovené procento osob znevýhodněných. Za znevýhodněné jsou považovány jak zdravotně postižení (tělesně a mentálně postižení, osoby s kombinovaným postižením a duševně nemocní), tak i znevýhodnění sociálně (např. osoby po návratu z vězení, bezdomovci, bývalí uživatelé návykových látek). Zaměstnání v sociální firmě je vhodné zejména pro ty osoby, u kterých se předpokládá, že budou potřebovat dlouhodobou, popř. opakovanou pracovní a psychosociální podporu. Pracovní podmínky jsou rovnocenné pro všechny zaměstnance.

Standard č. 6 Znevýhodnění zaměstnanci

Sociální firma zaměstnává minimálně 25 % znevýhodněných na trhu práce v přepočtu na plné úvazky, maximálně však 55 %. Sociální firma zaměstnává ty znevýhodněné, kteří potřebují delší dobu adaptace při nástupu do zaměstnání a dlouhodobou, popř. opakovanou pracovní a psychosociální podporu nutnou pro jeho udržení.

Kritéria:

1. Sociální firma zaměstnává stanovené procento osob, které mají ztížený vstup na běžný trh práce.
2. Do stanoveného procenta jsou započítáni pouze zaměstnanci, kteří vzhledem ke svému znevýhodnění čerpají dlouhodobou nebo opakující se pracovní a psychosociální podporu.
3. Sociální firma má stanovena kritéria a způsoby výběru zaměstnance.

Standard č. 7 Pracovní smlouvy a mzdy

Všichni zaměstnanci jsou v pracovněprávním vztahu se sociální firmou a jsou za svoji práci finančně ohodnoceni.

Kritéria:

1. Všichni zaměstnanci mají písemně uzavřenou pracovní smlouvu nebo dohodu.
2. Všichni zaměstnanci mají stanovenou základní mzdu, která odpovídá jimi zastávané pozici, výši pracovního úvazku a druhu práce v daném regionu.
3. Sociální firma má vypracovaný přehledný mzdový předpis (základní mzda, pohyblivé složky, zaměstnanecké výhody).

Standard č. 8 Etické principy a vnitřní komunikace

Sociální firma má stanovené etické principy a pravidla vnitřní komunikace a dbá na informovanost svých zaměstnanců.

Kritéria:

1. Etické principy sociální firmy zahrnují zejména respekt k důstojnosti a ochraně soukromí zaměstnanců, deklaraci a uplatňování principu rovných

příležitostí

a principu solidarity. Tyto principy jsou obsaženy v pravidlech vnitřní komunikace.

2. Zaměstnanci jsou při nástupu do práce seznámeni s etickými principy a pravidly vnitřní komunikace sociální firmy.
3. Sociální firma má zaveden a využívá přehledný systém předávání informací.
4. Sociální firma pravidelně informuje zaměstnance o výsledcích hospodaření a dalším jejím směřování.

Standard č. 9 Organizační struktura

Sociální firma má jasně stanovenou organizační strukturu a systém řízení, který je popsán a je srozumitelný.

Kritéria:

1. Sociální firma má zpracovaný organizační řád, který obsahuje vymezení pravomocí a odpovědností, které se vztahují k jednotlivým pracovním pozicím, a vztahy nadřízenosti a podřízenosti.
2. Všichni zaměstnanci jsou s organizačním řádem seznámeni, znají své povinnosti a odpovědnosti.
3. Sociální firma má zpracovaný popis jednotlivých pozic, včetně požadované kvalifikace a dalších požadavků pro danou pracovní pozici.
4. Ke každé pracovní pozici je vypracována náplň práce, která může být upravena na základě konkrétního znevýhodnění zaměstnance přijatého na tuto pozici.
5. Systém řízení zohledňuje rozlišnosti ve výkonu pracovní činnosti jednotlivých zaměstnanců

Podpora

Zaměstnávání znevýhodněných není jediným cílem sociální firmy. Její sociální role spočívá také v tom, neposkytuje svým zaměstnancům zvýšenou míru pracovní a psychosociální podpory v období adaptace a následně dle individuálních potřeb zaměstnance. Cílem této podpory je udržet si práci v sociální firmě a podpořit další profesní rozvoj zaměstnance.

Standard č. 10 Adaptace

Sociální firma zohledňuje potřeby svých zaměstnanců a vytváří podmínky pro jejich úspěšnou adaptaci a výkon kvalitní práce.

Kritéria:

1. Existuje a je používán systém zaškolování a pracovní a psychosociální podpory, který umožňuje zohlednit individuální potřeby zaměstnance tak, aby se po zaškolení orientoval v novém prostředí a rozuměl své pracovní činnosti.
2. Jsou provedeny nezbytné úpravy pracovního prostředí v souladu s potřebami znevýhodněných zaměstnanců.
3. Všichni zaměstnanci jsou informováni o specifikách dané sociální firmy.

Standard č. 11 Udržení

Sociální firma přiměřeně přizpůsobuje pracovní podmínky a prostředí potřebám svých zaměstnanců a zajišťuje jejich odborné vedení a pracovní rozvoj.

Kritéria:

1. V sociální firmě je zajištěno odborné vedení zaměstnanců v oblasti podnikání firmy.
2. Sociální firma průběžně vyhodnocuje a případně upravuje pracovní podmínky a míru potřebné pracovní a psychosociální podpory svých zaměstnanců.
3. Sociální firma předchází nadměrnému stresu na pracovišti a uplatňuje zásady prevence vyhoření.
4. Každý zaměstnanec sociální firmy ví, jak získat pracovní či psychosociální podporu, pokud se dostane do obtížné situace.
5. Každý zaměstnanec sociální firmy má právo na pravidelné hodnocení výkonu své práce.

Standard č. 12 Profesní rozvoj

Sociální firma usiluje o profesní rozvoj svých zaměstnanců zejména v oblasti podnikání sociální firmy a dále o rozvoj dovedností a schopností, které mají vliv na pracovní výkonnost a zvyšují konkurenceschopnost a možnost uplatnit se na trhu práce.

Kritéria:

1. Sociální firma má zpracován plán dalšího vzdělávání zaměstnanců, včetně finančního, časového a provozního hlediska, a řídí se jím. Všichni zaměstnanci jsou s tímto plánem seznámeni.

Standard č. 13 Spolupráce sociální firmy

Sociální firma spolupracuje s organizacemi a institucemi, které se zabývají problematikou zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce či jejich podporou.

Kritéria:

1. Sociální firma využívá služeb organizací, které poskytují pracovní asistenční podporu při vstupu do sociální firmy, při výkonu práce a v problémových a krizových situacích znevýhodněného zaměstnance nebo konzultační služby, např. při výběru uchazečů o práci v sociální firmě.
2. Zaměstnanci jsou o případné spolupráci sociální firmy s organizacemi poskytujícími pracovní asistenční podporu předem seznámeni.
3. Sociální firma je napojena na síť služeb zaměstnávání znevýhodněných osob
4. v daném regionu