

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Charitativní a sociální práce

Nikola Šnajdrová

*Sociální reprezentace pojmu sociální podnikání a
vnímání důležitosti a přínosu tohoto konceptu*

Bakalářská práce

vedoucí práce: Mgr. Pavlína Jurníčková, Ph.D.

2017

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval/a samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedl/a v seznamu literatury.

Touto cestou bych chtěla poděkovat vedoucí bakalářské práce Mgr. Pavlíně Jurníčkové,
Ph.D. za odborné vedení.

Obsah

1 Úvod.....	1
2 Metodologie	3
3 Vymezení základních pojmů – od třetího sektoru k sociálnímu podnikání	4
3.1 Třetí sektor	4
3.1.1 Tradice třetího sektoru	6
3.1.2 Tradice a vývoj třetího sektoru v České republice	7
3.2 Sociální ekonomika	9
3.3 Odlišnosti občanského sektoru a sociální ekonomiky.....	12
4 Sociální podnikání.....	13
4.1 Základní informace	13
4.2 Sociální podnikání v prostředí České republiky.....	16
4.2.1 Základní informace	16
4.2.2 Legislativní rámec	18
4.2.3 Cílové skupiny a vzdělávání v oblasti sociálního podnikání.....	19
5 Výzkum.....	22
5.1 Cíl výzkumu a výzkumná otázka	22
5.2 Metoda výzkumu.....	22
5.3 Metoda sběru dat	23
5.4 Výzkumný soubor	24
5.5 Popis sběru dat	25
5.6 Metoda analýzy dat	25
6 Výsledky analýzy dat	26
7. Shrnutí a diskuze	38
8. Závěr	40
Seznam zdrojů:.....	41
Přílohy:.....	43

1 Úvod

Cílem této práce je pomocí kvalitativního výzkumu zjistit, jak je veřejnost informována o tématu sociálního podnikání a jestli považuje tento koncept za přínosný pro společnost. Zároveň na tuto práci budu navazovat svou absolventskou prací, která se zabývá zpracováním projektu na kavárnu, která by byla příležitostí pro sociální podnikání. Motivací pro napsání této práce je zjištění informovanosti veřejnosti, přičemž tato informace bude sloužit pro osvětu daného tématu, prostřednictvím vize založení vlastního sociálního podniku.

Celou práci jsem rozdělila do dvou celků, přičemž snahou bylo, aby na sebe tyto celky navazovaly. S ohledem na skutečnost, že sociální podnikání je poměrně novým tématem, a to zejména v prostředí České republiky, bylo nutné v první části práce vysvětlit vznik konceptu sociálního podnikání. V této teoretické části práce tak jsou postupně vysvětlovány pojmy jako třetí sektor, občanský sektor či sociální ekonomika. Všechny tyto pojmy úzce souvisí se sociálním podnikáním a v podstatě je možné říci, že sociální podnikání se vyvinulo právě z těchto konceptů, které mají již dlouhou tradici.

V dalších kapitolách teoretické části této práce je potom přímo blíže popisován koncept sociálního podnikání, jeho vznik a rozvoj. Dále jsem se věnovala popisu hlavních znaků sociálního podnikání stejně jako jeho ekonomických a sociálních hledisek. Část teoretických kapitol je rovněž věnována problematice stavu a rozvoje sociálního podnikání v České republice, přičemž je zde dán prostor i legislativě sociálního podnikání a otázce vzdělávání sociálních pracovníků v oblasti sociálního podnikání.

Na výše popisovanou teoretickou část potom navazuje část praktická. V rámci této praktické budu zpracovávat data, která se pokusím získat prostřednictvím kvalitativního výzkumu, který bude probíhat prostřednictvím hloubkových rozhovorů. Pomocí těchto rozhovorů se budu pokoušet zjistit jak je informovanost veřejnosti ve vztahu k tématu sociálního podnikání. Respondenty pro rozhovory se budu snažit získat mezi různými vrstvami obyvatel, a to zejména v prostředí města Olomouce. Respondenti by měly být z různých věkových skupiny, měly by mít rozdílné vzdělání a pohlaví.

Po realizaci výzkumu a jeho analýze bude zpracován výstup z výzkumu, kde budu kategorizovat jednotlivé odpovědi a tyto poté vyhodnotím dle stanovených kategorií. Na základě tohoto zpracování dat poté zpracuji závěrečnou diskusi nad výstupy výše popisovaného kvalitativního výzkumu. Věřím, že v případě, že se mi podaří získat

dostatek respondentů, bude možné zpracovat kvalitní a věrohodnou analýzu na základě bude možné určit alespoň v malém měřítku informovanost občanů města Olomouce o tématu sociálního podnikání, což může dále přispět k podpoře strategií pro rozvoj sociálního podnikání v prostředí města Olomouce.

2 Metodologie

Na tomto místě bude v krátkosti popsána pouze metodologie použitá u zpracování teoretické části práce, a to s ohledem na skutečnost, že metodologie kvalitativního výzkumu je podrobně popsána v kapitole č. 5 této bakalářské práce.

Při zpracování teoretické části této bakalářské práce jsem využila tyto metody zpracování:

- sběr informací
- analýza informací
- kompilace získaných informací

Pro získání informací nezbytných pro následnou analýzu a kompilaci jsem využila různé zdroje. Jedním z pilířů byly knižní publikace zpracované Dohnalovou či Potůčkem. Důležitým zdrojem informací se staly rovněž studie zpracované odborníky z Ministerstva práce a sociálních věcí či Úřadu vlády. V neposlední řadě jsem využila zdroje z odborných časopisů jako je Sociální ekonomika a společenská odpovědnost v praxi či Sociální práce/Sociální praca.

Při následné kompilaci informací do podoby finálního textu jsem se snažila, aby na sebe veškeré informace navazovaly a práce tak měla ucelených charakter, který čtenářům umožní se v popisované problematice rychle zorientovat. Pro oživení práce jsem do textu vložila několik obrázků a tabulek se statistickými údaji.

3 Vymezení základních pojmů – od třetího sektoru k sociálnímu podnikání

Byť se s pojmy sociální ekonomika či sociální podnikání setkáváme v posledních letech stále častěji a existuje reálné předpoklady, že tomu tak bude i v dalším období, jsou pojmy sociální ekonomika či sociální podnikání a jejich vznik pro velkou část obyvatel České republiky stále velkou neznámou. Z tohoto důvodu se v této kapitole zaměřím na vysvětlení termínů třetí sektor, sociální ekonomie a sociální podnikání tak, aby práce měla logický rámec a základní pojmy byly objasněny hned v úvodní kapitole.

Na tomto místě je třeba rovněž vyjasnit názvosloví, a to s ohledem na skutečnost, že dle nového občanského zákoníku nahradili občanská sdružení, která budou uváděna v některých kapitolách spolky. Při zpracování této práce jsou používány i zdroje, které byly vydány před datem vydání nového občanského zákoníku a tudíž se v citacích objevuje občanské sdružení. Pro přehlednost a logičnost práce ponechám vždy název občanské sdružení, který ale bude doplněn závorkou, kde bude uvedeno „spolek“.

3.1 Třetí sektor

Sociální ekonomika je výrazně spojována s pojmem třetí sektor. Třetí sektor je považován za součást národního hospodářství, když stojí vedle veřejného sektoru a tržního sektoru. V České republice se pro třetí sektor užívá nejčastěji označení neziskový (občanský) sektor. (Dohnalová a kol., 2012, s. 9). Dle Skovajsy a kol. (2010, s. 16) „občanský sektor představuje oblast lidské činnosti nacházející se mezi rodinou, trhem a státem“. Tuto oblast lidské činnosti vyplňují nejčastěji soukromá, dobrovolně zakládaná sdružení (spolky) občanů. Společným znakem těchto sdružení (spolků) je skutečnost, že jejich cíle jsou legální, neomezují žádná práva občanů a mezi cíle těchto sdružení (spolek) nepatří snaha dosáhnout zisku (Skovajsa a kol., 2010, s 16), i když finanční příjmy potřebné pro existenci jsou podstatné a nezbytné (Dohnalová a kol., 2012, s. 13), či přímého podílu na výkonu politické moci. Mezi občanská sdružení (spolky) patří velké množství sdružení, které zaměřují svou podporu na veřejně prospěšné cíle. Tato sdružení (spolky) mají své místo prakticky ve všech oblastech lidské činnosti. (Dohnalová a kol. 2012, s. 14 podle Sokol, 2002). Specifickou podobu svobodných sdružení (spolků)

občanů potom tvoří církve a náboženské společnosti, které kromě náboženské činnosti vykonávají charitativní funkce. (Skovajsa a kol., 2010, s 16).

S občanským neboli třetím sektorem se můžeme v moderních demokraciích setkat prakticky neustále. Může se jednat například o pomoc při přírodních či humanitárních katastrofách, pomoc zdravotně postiženým osobám či lidem bez domova. Občanské společnosti či církevní organizace dnes provázejí člověk prakticky ve všech fázích životního cyklu, od asociací prosazujících alternativní formy porodu až po hospice, které poskytují paliativní péči umírajícím. (Skovajsa a kol., 2010, s 18).

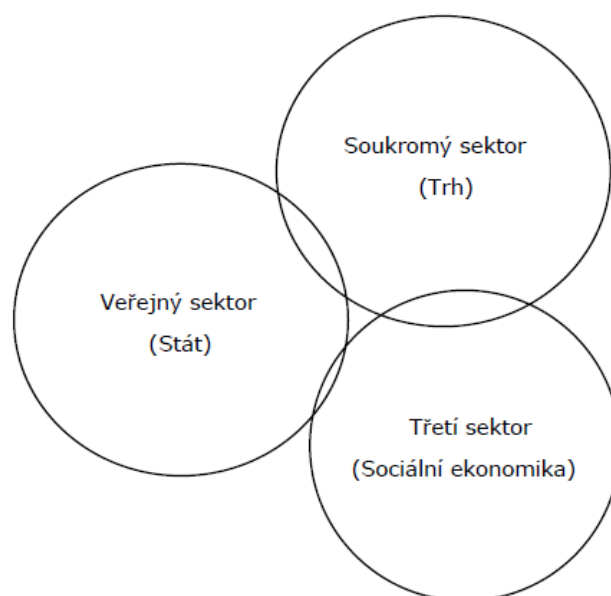
Pokud bychom se na třetí sektor podívali z hlediska národního hospodářství, potom bychom mohli rozdělit národní hospodářství na tyto sektory:

Veřejný sektor – stát

Soukromý sektor – trh

Třetí sektor – Sociální ekonomika

Obrázek č. 1: Rozdělení národního hospodářství



Pozn.: (Dohnalová a kol. 2009, s. 11)

V posledních letech je v evropských ekonomikách stále více uznávána důležitost třetího sektoru (Dohnalová a kol., 2011, s. 11). Z výše uvedeného je patrné, že třetí sektor je

poměrně rozsáhlá a těžko jednoznačně definovatelná oblast hospodářství a lidské činnosti.

3.1.1 Tradice třetího sektoru

Tradice třetího sektoru se datuje přinejmenším od 19. století, kdy jsou zmiňovány proudy jako:

- tradice filantropie (Velká Británie, Irsko)
- tradice občanské odpovědnosti vůči celé společnosti (Skandinávie)
- tradice družstevního hnutí (Dohnalová a kol., 2012, s. 14)

Rovněž Zpráva Sociální politika v Evropské unii (Monzón a Chaves, s. 8) uvádí, že ačkoliv již v průběhu středověku docházelo k významnému rozmachu charity, až konec 18. a začátek 19. století přinesl rozmach lidových družstev a přátelských spolků. V tomto období dochází rovněž ke vzniku termínu sociální ekonomie, který se v ekonomické literatuře objevil poprvé v roce 1830. Ačkoliv v první třetině 20. století potom zaujímal třetí sektor prostřednictvím sociální ekonomie relativně významné místo, tak v letech 1945 – 1975 byl pro růstový model západní Evropy charakteristický především tradiční soukromý kapitalistický sektor a sektor veřejný. V zemích střední a východní Evropy, které byly napojeny na sovětský systém, byl jediným hospodářským subjektem stát, přičemž třetímu sektoru nebyl dán žádný prostor. (Monzón a Chaves, s. 8)

Koncem 80. a začátkem 90. let opět dochází ke změnám v hospodářské politice vyspělých zemí. Bylo možné pozorovat negativní důsledky v takzvaném intervencionistickém typu hospodářské politiky spojeném s koncepcí tzv. welfer state. Další projevy této krize byly spojeny s velkou byrokratizací a malou pružností vlád a stejně tak s míněním, že systém sociální příjmů tlumí iniciativu a podporu závislost. V řadě vyspělých zemí tak dochází k omezení státních výdajů na sociální systém a začínají vznikat neziskové organizace občanského sektoru (malé, flexibilní, dobrovolnictví), které představují alternativu ke službám poskytovaným státem. (Dohnalová a kol., 2009, s. 10).

Dle Dohnalové a kol. (2011, s. 13-14) je možné obecně konstatovat, že v poslední čtvrtině 20. století začala vznikat nová generace iniciativ, které se často potýkaly s novými problémy, které nebyly u tradičních organizací v popředí zájmu. Tyto nové

generace se začaly zabývat problémy, jako jsou boj s nezaměstnaností, potírání sociálního vyloučení, rozvoj odlehklých oblastí atd. Státy, které začaly uznávat prospěšnost těchto aktivit realizovaných různými sdruženími, zaváděly zvláštní programy na podporu těchto iniciativ. V důsledku toho došlo následně k pojmenování, registraci a jednoznačné identifikaci různých typů iniciativ. Některé země k tomuto rovněž přijaly legislativu, která umožnila vytvářet nové právní formy. Výsledkem těchto trendů potom bylo a je, že přestože stále existují dobře rozpoznatelné složky třetího sektoru, rostlo a roste široké spektrum jeho organizačních forem.

I přes výše uvedené rozdíly dané platnou legislativou jednotlivých zemí je možné konstatovat, že v rámci třetího sektoru je možné nalézt veřejně prospěšné, ale i vzájemně prospěšné organizace vykonávající činnosti zejména pro své členy. V oblasti třetího sektoru můžeme nalézt například organizace, které obhajují občanská práva a zájmy. Tyto organizace bývají profesionálně obsazené a obvykle nemají individuální členy, nadace stejně jako asociace, vzájemné společnosti atd. Dále jsou v třetím sektoru aktivní podniky vykonávající ekonomické aktivity, tyto zaměstnávají znevýhodněné občany a tak přispívají k jejich sociálnímu začleňování. Důležitá je dobrovolnická účast, relativní nezávislost na rodině, trhu, státu a kolektivní aktivity zaměřené na společné zájmy. Tyto nové organizační typy subjektů reagují na nové skutečnosti a poskytují potřebné typy služeb. (Dohnalová a kol. 2009, s. 10-11 podle Anheier, 2004). Vznikají tak nové hodnoty, typy a organizační formy podniků. Tato na solidaritě založená rozmanitá spolková infrastruktura vytváří příležitosti pro tvorbu důvěry mezi občany jako jednotlivci nebo na základě členství v organizacích. Tyto příležitosti pak zpětně vytvářejí sociální kapitál, který se stává jedním z hlavních faktorů pro sociální mobilitu na individuální úrovni a vytváří základy pro sociální investování a ekonomický rozvoj všech skupin populace (Dohnalová a kol. 2009, s. 11 podle Salamon, Anheier, 1999). Třetí sektor se tak tímto vývojem stal prostředkem pro integraci minorit do majoritní společnosti a pomáhá k odbourání uzavřenosti části sociálních celků. (Dohnalová a kol. 2009, s. 11 podle Roelants, 2002).

3.1.2 Tradice a vývoj třetího sektoru v České republice

Již od 19. století jsou svépomocné, dobrovolnické a veřejně prospěšné aktivity jsou součástí naší kultury a tradic zejména od 19. století. V roce 1867 byl vydán liberální

spolkový zákon (zákon o právu spolčovacím), kterým byla umožněna legalizace a rychlý růst spolků. Koncem 19. století dochází k propojování teoretických základů myšlenek solidarity s praktickou realizací, přičemž dochází k zakládání ekonomických subjektů jako formy projevů spotřební, výrobní a finanční svépomoci. V menších městech a na venkově se rozvíjela finanční svépomoc drobných podnikatelů a živnostníků. (Dohnalová a kol., 2009, s. 30). Dle Potůčka (1997, s. 38) existovalo v 70. letech 19. století již 3000 různých spolků a v 90. letech to bylo už 10 00 spolků, přičemž jejich počet stále rostl.

Dle historicko-sociologické teorie autorů Salamao a Anheira z roku 1998, je patrné, že rozvoj třetího sektoru v českých zemích byl ovlivněn skutečností, že naše země byla v 19. století součástí Rakouska-Uherska. Rakouský stát začal na konci 19. století zavádět sociálněpolitická opatření, která byla zaměřena na vylepšení postavení dělnické třídy ve spolupráci s charitativními zařízeními církve. Z tohoto pohledu je možné říci, že v českých zemích tím byly položeny základy korporativistického modelu (vyznačuje se relativně velkou organizovanou občanskou společností při vysokých sociálních výdajích státu; stát nezajišťuje sociální služby obvykle přímo, ale prostřednictvím okruhu vybraných organizací občanské společnosti). Zároveň však narůstal odpor k rakouskému státu a organizace občanské společnosti byly využívány jako náhrada za neexistující vlastní politické instituce, což mělo za následek, že se v českých zemích začala uplatňovat intenzivní společenská sebeorganizace, která byla zaměřená proti státu. Z tohoto pohledu byla česká zkušenost nejbližší liberálnímu modelu (Organizovaná občanská společnost je rozsáhlá a sociální výdaje státu jsou nízké). (Skovajsa a kol., 2010, s. 46-48).

V období mezi dvěma světovými válkami dosáhlo české družstevnictví vrcholného rozmachu, když v letech 1919-1921 docházelo k velkému rozkvětu spolkového života a počet spolků rostl v každé oblasti – studentské spolky, sportovní spolky atd. Se začátkem 2. světové války došlo k výraznému omezení činnosti těchto spolků. Po 2. světové válce došlo pod vedením komunistické strany ke znárodňování, k pozemkové reformě a likvidaci živnostníků. Tím se nejsilnější politickou silou stal stát, který zavedl všelidové vlastnictví, což vedlo k politizaci spolčování a celkově k výraznému úpadku občanského sektoru, kdy byly prováděny prověrky a spolky, které neprošly prověrkami, byly rozpuštěny. (Dohnalová a kol., 2009, s. 31) Dle Skovjasi a kol (2010, s. 48). Dle Potůčka (1997, s. 39) poklesl počet organizací občanského sektoru vlivem nastolení komunistické vlády z 60 000 na 683. Salamon a Anhaier ve své teorii

všezahrnující komunistický stát neklasifikují, ale je možné ho označit za nedemokratickou verzi sociálně-demokratického modelu (vysoké sociální výdaje státu a nepatrný občanský sektor). (Skovajsa a kol., 2010, s. 48)

Po pádu komunismu v roce 1989 u nás byla spolková i nadační činnost rychle obnovována a začaly vznikat tisíce organizací. Se vznikem zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů přišla možnost realizovat práva občanů na sdružování. Začala vznikat občanská sdružení, která svou činností navazovala na tradice dřívějších spolků, které svou činnost musely ukončit se začátkem komunismu. Rovněž byla zakládána nová občanská sdružení, jako reakce na nové potřeby lidí a společnosti jako takové. V dalších letech byly schváleny následující zákony: Zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, zákon č. 227/1997 Sb. o nadacích a nadačních fondech a zákon č. 308/1991 Sb., o církvi a náboženských společnostech. Všechny tyto zákony umožnili rozvoj občanského sektoru a zakládání občanských sdružení, nadací atd. Proces politicko-sociálních změn se promítl rovněž do družstevnictví. Hlavním úkolem bylo navrácení českého družstevnictví k mezinárodním družstevním standardům. V roce 1992 byl přijat zákon o úpravě majetkových vztahů a vypořádání majetkových nároků v družstvech. Z tohoto zákon pro družstva vyplynula povinnost transformovat se na subjekty odpovídající zásadám obchodního zákoníku. Tím získala česká družstva rovnoprávné postavení s dalšími podnikatelskými subjekty, což vedlo k rozšíření jejich aktivit, kdy družstva začala podnikat v oblasti bankovníctví, pojišťovnictví atd. Dnes je ovšem nutné konstatovat, že ne všechny tyto aktivity družstev se v konkurenci tržní ekonomiky uplatnily. (Dohnalová a kol., 2011, s. 48-49).

3.2 Sociální ekonomika

V zahraničí se pro třetí sektor používá rovněž pojem sociální ekonomika. Definice sociální ekonomiky a společných hodnot jejích subjektů se formuluje v 80. letech minulého století ve Francii. V roce 1980 byla sepsána Charta sociální ekonomiky Národní radou pro vztahy mezi vzájemnými společnostmi, družstvy a asociacemi. (Dohnalová, 2014, s. 1-2) Nicméně sociální ekonomiku, i přes skutečnost, že její definice vznikla před 37 lety, nemůžeme označit za zcela nový fenomén, neboť řada jejích forem se vyskytuje v ekonomické a sociální praxi již po mnoho desetiletí. V určitých historických podmínkách dokonce některé formy dominovaly či byly typické (role vzájemné

pojišťovny, spolky pro celoživotní učení dělníků, spořitelní družstva atd.) (Kadeřábková, s. 5)

Odlišnost koncepce občanského sektoru od koncepce sociální ekonomiky je spojována s výkladem rolí subjektů třetího sektoru a s očekáváním, která má třetí sektor naplňovat. V případě sociální ekonomiky jde o sledování sociálního cíle a o ekonomickou aktivitu. Tím by mělo docházet ke zvyšování podílu samofinancování, vytváření ekonomických statků a poskytování služeb za různé ceny, a to zejména v místních podmínkách, přičemž by mělo být zachováno mnohé, co je od občanského sektoru požadováno (inovace, důvěra, dobrovolnost). Z těchto důvodů je zřejmé, že v některých zemích dochází k většímu či menšímu překrývání občanského sektoru a sociální ekonomiky. Zpráva CIRIEC¹ konstatuje, že sociální ekonomika se nachází někde mezi veřejným sektorem a kapitalistickým sektorem, přičemž pilíře sociální ekonomiky tvoří družstva, vzájemné společnosti, asociace, nadace. K těmto se řadí další sociální podniky, jejichž založení umožňuje národní legislativa. (Dohnalová, Potůček, 2011, s. 1)

Výše uvedené subjekty sociální ekonomiky jsou sociální a ekonomické subjekty, které jsou aktivní ve všech sektorech společnosti a jsou zakládány, aby odpovídaly potřebám lidí. Charakteristický pro ně je jiný způsob podnikání, který trvale podporuje veřejný zájem, ekonomický výkon a demokratické řízení. Jedná se tedy o odlišný způsob podnikání oproti komerčním společnostem. Subjekty sociální ekonomiky jsou soukromé organizace nebo podniky, které reagují na potřeby a požadavky svých členů dále na potřeby obecného zájmu a jsou nezávislé na veřejných orgánech. Tyto subjekty sociální ekonomiky sdružují ekonomickou a sociální dimenzi a tím, že spojují vizi tzv. lidské ekonomiky s místní podporou podniků a organizací třetího sektoru, jsou přínosem pro stabilitu v národním hospodářství. Tyto subjekty se často se mohou v důsledku své činnosti stát nástrojem zmírňování dopadů ekonomických krizí, a to zejména tím, že dokáží zaměstnávat osoby, které by jinak měly příjem jen ze sociálních dávek. (Dohnalová a kol., 2012, s. 26-27) Jedním z cílů sociální ekonomiky tak je podpora zaměstnanost a vznik nových pracovních míst, a to zejména pro ty skupiny obyvatel, kteří jsou nejvíce ohroženi na trhu práce. Nově vzniklá pracovní místa mohou být spojena

¹ „Mezinárodní výzkumná organizace, jejímž cílem je sběr dat, realizace výzkumů a publikace prací zaměřených na ekonomiku a aktivity ve prospěch služeb v obecném zájmu po celém světě. Jednou ze tří klíčových oblastí zájmu CIRIEC je sociální ekonomika. Organizace vznikla v roce 1947“ (Dohnalová 2011, s. 36)

s rozvojem sociálně zdravotních služeb, služeb pro závislé členy ve společných domácnostech, avšak neměl by to být hlavní cíl sociální ekonomiky. (MPSV, 2009, s. 3)

Výše uvedená podpora zaměstnanosti v rámci sociální ekonomiky je konkretizována v práci Dohnalové a Potůčka (Dohnalová, Potůček, 2009, s. 3), kteří uvádí, že sociální ekonomika přispívá k uskutečňování čtyř hlavních cílů politiky zaměstnanosti Evropské Unie. Jedná se o následující čtyři cíle:

- 1) Zlepšení zaměstnanosti obyvatelstva v aktivním věku
 - vytváření pracovních míst, která zaměstnancům poskytují:
 - sociální jistoty
 - právo na vzdělání
 - možnosti profesního rozvoje
 - příležitost k začlenění
- 2) Podpora podnikání zejména vytvářením pracovních míst na místní úrovni
 - zásadní přínos sociálních podniků
 - podílejí se na hospodářském rozvoji
 - umožňují lepší demokratické fungování podnikatelského prostředí (zapojení zaměstnanců, prosazování sociální odpovědnosti místních firem a podniků)
- 3) Zlepšení přizpůsobivosti podniků a jejich zaměstnanců, a to zejména prostřednictvím modernější organizace práce
- 4) Posílení politiky rovných příležitostí, a to zejména díky rozvíjení veřejných politik, které umožňují sladit rodinný a pracovní život

Jak tedy z předchozích částí této práce vyplývá, sociální ekonomika je tedy souhrnem aktivit, které uskutečňují různé typy subjektů, jejichž cílem je služba členům nebo komunitě, a to prostřednictvím podnikání nebo podpory podnikání. Sociální ekonomika tak vzniká a rozvíjí se na tzv. konceptu trojího prospěchu tj. ekonomického, sociálního a environmentálního, který je označován jako Triple bottom line nebo „Tři P“: Profit, People, Planet.

Sociální prospěch – v sociální ekonomice jsou subjekty zakládány dobrovolně občany a ve svých vnitřních předpisech si stanoví zásady demokratického rozhodování. Do řízení se zapojují pokud možno všichni pracovníci. Sociální cíl

je spojen s tím, že subjekty sociální ekonomiky přispívají k veřejnému prospěchu – uspokojují potřeby společnosti nebo sociální skupin lidí.

Ekonomický prospěch – v subjektech sociální ekonomiky dochází k jinému zacházení se ziskem, který je užíván k vlastnímu rozvoji a pro místní potřeby. Zisk stejně jako u komerčních subjektů představuje peníze získané z vlastní výdělečné činnosti, ale subjekt patřící do sociální ekonomiky může mít i další finanční zdroje (dary, dotace). V sociální ekonomice subjekty nevykonávají jednorázově nebo krátkodobě nepravidelně ekonomické aktivity – musí se jednat o soustavnou činnost. Za svou činnost nese odpovědnost – zda bude prosperovat nebo bude neúspěšný a zanikne. Jedná se o nezávislý subjekt, a to i v případě, že zakladatelem je obec nebo soukromá společnost.

Environmentální a místní prospěch – sociální ekonomika je důležitá pro obec, místo region. Subjekty využívají místní zdroje, uspokojují místní potřeby, komunikují s místní samosprávou, místními podnikateli, organizacemi občanského sektoru, veřejností a občany. Aktivně se hlásí k sociálnímu podnikání, zveřejňují o sobě informace a aktivně se účastní místních akcí. Tyto subjekty se chovají ekologicky a snaží se v tomto směru působit i na své okolí a zaměstnance. Sociální podniky tak na základě výše uvedeného principu propojují ekonomické činnosti se sociálními nebo environmentálními cíli v daném místě. V této souvislosti se v zahraniční literatuře zdůrazňuje užitečnost sociální ekonomiky. (Dohnalová a kol., 2012, s. 31-32)

3.3 Odlišnosti občanského sektoru a sociální ekonomiky

Literatura uvádí, že koncepty sociální ekonomiky a občanského sektoru mají čtyři společné znaky svých subjektů. Jedná se následující znaky:

- 1) soukromé vlastnictví
- 2) formální organizovanost
- 3) samosprávnost
- 4) dobrovolnost

Mezi oběma koncepty ovšem existují i rozdílnosti, kterými se vyznačují jednotlivé subjekty. Odlišnosti subjektů sociální ekonomiky a občanského sektoru jsou uvedeny v následující tabulce. (Dohnalová a kol., 2011, s. 33)

Tabulka č. 1: Odlišnosti občanského sektoru a sociální ekonomiky

Organizace občanského sektoru	Kritérium	Subjekty sociální ekonomiky
Explicitně cíle organizací občanského sektoru nevymezuje	Určení cílů	Hlavním cílem subjektů sociální ekonomiky je sloužit členům, komunitě nebo společnosti
Demokratická kontrola nad organizací není požadována	Kontrola nad organizací	Vylučuje subjekty, které nefungují na demokratických principech
Pro organizace občanského sektoru je nepřipustné jakékoliv rozdělení zisku	Užití zisku	Omezené přerozdělování zisku je přípustné

Pozn.: Zpracováno dle Dohnalová a kol., 2011, s. 28

4 Sociální podnikání

4.1 Základní informace

V předchozí kapitole jsme si vymezili dva základní koncepty sociální ekonomiky. Z jiného úhlu pohledu než tyto dva základní koncepty nahlíží na prostor mezi trhem a státem koncept solidární ekonomiky² a koncepty sociálního podnikání a sociálního podniku. (Dohnalová a kol., 2011, s. 29). Sociální podnikání je jevem, který v současnosti získává na popularitě a zvedá zájem akademické i odborné veřejnosti, a to jak ve světě, tak i v České republice. (Vyskočil M., 2014, s. 2) Na rozdíl od dvou hlavních koncepcí se tyto koncepty soustředí na aktéry a skupiny lidí, kteří dávají organizacím třetího sektoru život a zaměření, kterým se tyto organizace ubírají jako například snaha nastartovat změny ve společnosti nebo reagovat na nově vznikající a rozvíjející se společenské problémy. (Dohnalová a kol., 2011, s. 29)

Výše uvedené pojmy sociální podnikání a sociální podnik byly v minulosti prakticky neznámými pojmy. Během posledních dvaceti let se tyto pojmy stávají stále

² „Tento přístup se vyvinul ve Francii a některých zemích Latinské Ameriky v poslední čtvrtině 20. století a byl do velké míry spojen se zásadním růstem třetího sektoru ve vztahu k novým sociálním potřebám skupin ohroženým sociálním vyloučením. Koncepce solidární ekonomiky je postavena na třech pólech: trh, stát a reciprocita. Poslední pól se týká nepeněžní směny ve sféře primární sociability, spojené především se členstvím ve sdruženích. Subjekty solidární ekonomiky tvoří hybridy mezi tržní, netržní a nepeněžní ekonomikou. Termín je v literatuře často označován jako synonymum termínu sociální ekonomika“ (Dohnalová a kol., 2011, s. 29 podle Chaves, R., Mnzona, J., 2007)

známějšími a jejich popularita je na vzestupu, a to jak v Evropě a USA, tak i v Latinské Americe a Asii. Na počátku této iniciativy byli lidé, kteří podporovali vznik institucí a organizací, které začali podporovat a zviditelňovat sociální podnikatele a podniky. Jako průkopník sociálního podnikání je označován Bill Drayton, který v roce 1982 založil organizaci Ashoka, jejímž posláním bylo a je „přispět k rozvoji globálního, tvůrčího a konkurenceschopného občanského sektoru, který by podporoval sociální podnikatele a otevíral všem občanům světa možnost nalézat cesty ke změnám a realizovat je“. Vznik této organizace byl následován vznikem a rozvojem dalších organizací, které jsou zaměřeny na podporu sociálních podnikatelů v různých zemích světa. (Dohnalová a kol. 2012, s. 45).

Koncept sociálního podnikání se v posledních dvou desetiletích 20. století vyvíjel jak v Evropě, tak v USA. Pro potřeby této práce budeme pracovat s konceptem evropským, jelikož z tohoto vychází základy sociálního podnikání v prostředí České republiky. V roce 1996 vznikla v Evropě síť vědeckých institucí pro studium vývoje sociální ekonomiky v Evropě EMES³. Jako klíčový pro evropskou tradici třetího sektoru chápe EMES koncept sociální ekonomiky A pro vymezení třetího sektoru využívá následující kombinaci institucionálního a normativního přístupu: (Dohnalová a kol., 2011, s. 31)

- „Sociální ekonomika zahrnuje aktivity prováděné organizacemi typu družstev, vzájemně prospěšnými organizacemi a spolky, jejich etickým východiskem jsou následující principy
 - cílem je služba členům nebo komunitě, ne primárně vytváření zisku
 - nezávislost řídicích struktur organizace
 - demokratický rozhodovací proces
 - nadřazenost lidí a práce (pracovní síly) nad kapitálem a rozdělováním zisku“ (Dohnalová a kol., 2011, s. 32 podle Defourny, J, 2001, s. 6)

Tento nový koncept a jeho trendy poprvé podrobněji zmapoval výzkum výše uvedené organizace EMES. Tento výzkum byl realizován v 15-ti zemích Evropské unie a jeho výstupem je návrh vymezení sociálního podniku tj. nového typu subjektu třetího sektoru,

³ EMES je zkratka pro francouzský název rozsáhlého výzkumu na téma Vznikání sociálních podniků v Evropě. cílem společnosti je spojit vědomosti existujících univerzitních výzkumných center působících na poli sociální ekonomiky a postupně vybudovat evropskou databázi teoretických a empirických znalostí o sociální ekonomice. (Dohnalová a kol., 2011, 31)

kteřý zároveň představuje novou dynamiku vývoje v této oblasti. Navřh pracovní definice sociálního podniku, kteřý byl stanoven na základě tohoto výzkumu je postaven na dvou druhých kritérií – ekonomických a sociálních.

Ekonomick hledisko:

- 1) Trvalé aktivity zaměřené na vyrodu zboř a/nebo poskytování zboř
- 2) Vysok stupeň autonomie
- 3) Přijet ekonomických rizik
- 4) Alespoň minimaln podíl placené prce

Sociální hledisko:

- 1) Hlavní cíl sociálního podniku – prospět společnosti nebo specifické skupině lid
- 2) Sociální podniky vznik ze skupinove iniciativy
- 3) Prvo rozhodovat není postaveno na výši vloženého kapitálu
- 4) Participativní charakter, kteř stojí na zapojení všech zuastnench aktérů do vykonávané aktivity
- 5) Omezene přerozdelovn zisku (Dohnalová a kol., 2012, s. 56)

Významnou roli v rámci výše uvedené definice hraje otázka řízení sociálních podniků, kteř je zahrnuta jak v ekonomickm hledisku, tak v hledisku sociálním. Př založen sociálního podniku je zdurazňovna dobrovolnost tj. vlastn zájem a kolektivní rozměr tj. socialn podniky jsou zakládány skupinami nikoliv jednotlivci. Sociální podniky mohou pro své aktivity získávat veřejne nebo soukromé zdroje, ale nesmí být řízeny veřejnými institucemii komercnymi firmami. (Dohnalová a kol., 2012, s. 57-58.) Pro názornost zde uvádím schéma, na kterém je pomocí tradicnho chápání třetho sektoru znazorne, kam je možné umístit socialn podniky v porovnání s jinými subjekty.

Obrázek č. 2: Sociální podniky mezi družstvy a neziskovými organizacemi občanského sektoru



Zdroj: Dohnalová a kol., 2012, s. 71 podle Defourny, 2004

Ze schématu je patrné, že jednotlicí roli konceptu sociálního podniku je možné spatřovat zejména v tom, že vzájemně přitahuje blíže k sobě subjekty ze sféry sociální ekonomiky a organizace občanského sektoru. Subjekty z obou sfér naplňující kritéria sociálního podniku jsou tak zařazeny do jedné skupiny, protože jsou si velice podobné, ať už se jedná o družstvo nebo spolek. Sociální podniky na sebe však mohou vzít i jiné právní formy než nejčastěji užívaná forma družstva a spolku. (Dohnalová a kol., 2011, s. 34-35)

4.2 Sociální podnikání v prostředí České republiky

4.2.1 Základní informace

Jak již bylo uvedeno v předchozích kapitolách, v zemích střední a východní Evropy, kam patří i Česká republika byl rozvoj třetího sektoru ve druhé polovině 20. století výrazně ovlivněn vládnutím komunistické strany, kdy došlo prakticky k zániku subjektů třetího sektoru. To má následek skutečnost, že sociální ekonomika a sociální podnikání se v prostředí České republiky vyvíjelo v období po roce 1989 výrazně pomaleji než v zemích západní Evropy. Dle (Dohnalová a kol., 2012, s. 70) zformulovali zahraniční experti hlavní problémy pro přijetí koncepce sociální ekonomiky a sociálního podnikání v zemích střední a východní Evropy. Zde jsou uvedeny některé z nich:

- vládní politika, která spoléhá pouze na volný trh a podceňuje vliv alternativních organizací a podniků na místní rozvoj

- vysoká závislost neziskových organizací na státu v sociální oblasti, opět nedostatečné ocenění alternativních možností
- omezená autonomie subjektů sociální ekonomiky
- nedostatečné vymezení či neexistence legislativního rámce
- všeobecný nedostatek důvěry v solidární jednání
- přetrvávající vliv politické kultury z předchozího režimu (Dohnalová a kol., 2012, s. 70)

I s ohledem na výše uvedené důvody, Česká republika v současnosti postrádá jednotné vymezení toho co je sociální podnik a s absencí definice tak souvisí i absence jakéhokoliv registru sociálních podniků. Není tak možné jednotně zkoumat sektor sociálních podniků bez provedení podrobnějšího výzkumu. Nejprínosnějším zdrojem tak v současnosti je web „České sociální podnikání“ (www.ceske-socialni-podnikani.cz), který je zaměřen na podporu a popularizaci sociálního podnikání. (Vyskočil M., 2014, s. 11). Na tomto webu je umístěn adresář sociálních podniků, v rámci kterého je možné dohledat zaregistrované sociální podniky. Dle tohoto adresáře bylo ke dni 14. 3. 2017 zaregistrováno a k principu sociálního podnikání přihlášeno celkem 233 podniků. Na tomto místě rovněž uvedu několik statistických dat z výše uvedeného adresáře.

Tabulka č. 2: Počet sociálních podniků dle krajů

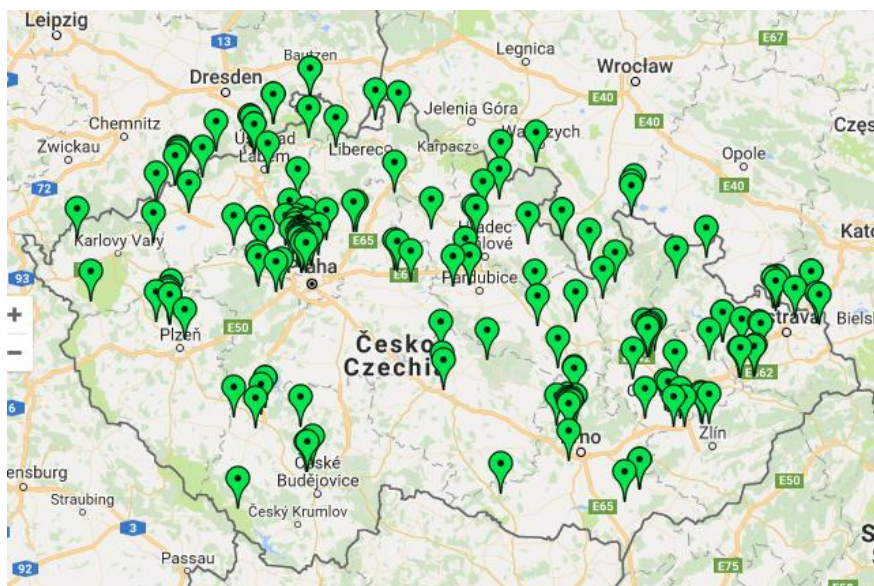
Počet sociálních podniků dle místa výkonu	
Kraj	Počet podniků
Hlavní město Praha	54
Jihomoravský kraj	23
Moravskoslezský kraj	22

Tabulka č. 3: Počet sociálních podniků dle oblasti podnikání

Počet sociálních podniků dle oblasti podnikání	
Odvětví	Počet podniků
Zahradnické služby, úprava zeleně, údržba nemovitostí a úklidové práce	54
Potravinářská výroba a prodej	23
Prodej (obecně)	22

Zdroj: www.ceske-socialni-podnikani.cz, 2017

Obrázek č. 3: Mapa sociálního podniků v České republice



Zdroj: www.ceske-socialni-podnikani.cz, 2017

4.2.2 Legislativní rámec

Sociální podniky tak, jak byly nadefinovány, jsou objekty řady zákonů, nicméně žádný ze zákonů nenesou v názvu pojem sociálního podniku, neobsahuje jeho definici ani regulace, které by se týkaly toho, co je definováno jako sociální podnik. Sociální podniky se odvozují ze své podstaty zákonů, a to dle své právní normy buď dle občanského zákoníku, nebo dle zákona o obchodních korporacích. Aktuálně se většina sociálních podniků nachází ve formě s.r.o. nebo o.p.s. a družstev je minimum, byť zkušenosti ze

zahraničí mohou být jiné. S vznikem zákon o obchodních korporacích (účinný od 1. 1. 2014) se očekával rozvoj vzniku tzv. sociálních družstev, nicméně k tomu nedošlo, jelikož ani tato právní forma nedokázala jasně vydefinovat prostor sociálních podniků a znamená tak pouze další formu, v níž se mohou sociální podniky nacházet. Situaci by mohl vyřešit vznik zákona o sociálním podnikání, který je připravován a jehož věcný záměr již byl předložen v dubnu roku 2016. (Vyskočil M., 2014, s. 23-25).

4.2.3 Cílové skupiny a vzdělávání v oblasti sociálního podnikání

Z výše uvedeného je tedy patrné, že ač třetí neboli občanský sektor má dlouhou tradice, pojem sociální podnikání je v prostředí České republiky poměrně novým pojmem a lze předpokládat, že informovanost široké veřejnosti o podstatě tohoto pojmu nebude příliš vysoká. Pro lepší pochopení pojmu sociální podnikání tak je nezbytné rovněž definovat cílové skupiny sociálního podnikání. Dle Wildmannové (Wildmannová 2016, s. 2-3) je podstatou sociálního podnikání pomoc skupinám lidí, které mají z různých důvodů problémy zapojit se aktivně do pracovního procesu. Důvodem můžou být zdravotní problémy, nízká kvalifikace, rodinné povinnosti, výška věku atd. Dle současných podmínek jsou v rámci sociálního podnikání jako cílové skupiny označování následující skupiny osob:

- 1) osoby se zdravotním postižením
- 2) děti, mládež a mladí dospělí – mládež ohrožená sociálně patologickými jevy, mladí dospělí opouštějící ústavní zařízení, věková skupina 15-26 let;
- 3) etnické a národnostní menšiny a osoby z jiného sociokulturního prostředí;
- 4) cizinci – občané jiného státu než ČR, kteří jsou dlouhodobě legálně usazení v ČR, žijí na území ČR zpravidla nejméně po dobu jednoho roku;
- 5) osoby bez přístřeší – osoby, které nemají ubytovací možnosti, popř. obývají nouzová obydlí;
- 6) osoby opouštějící zařízení pro výkon ústavní nebo ochranné výchovy a osoby opouštějící výkon trestu odnětí svobody;
- 7) oběti trestné činnosti, oběti domácího násilí, oběti obchodu s lidmi, osoby komerčně zneužívané;
- 8) osoby pečující o osobu blízkou osoby se zkušeností se závislostí na návykových látkách. (Wildmannová 2016, s. 2-3)

Z definice cílových skupin je patrné, že podpora sociálního podnikání se může setkávat s celou řadou předsudků, což může rozvoj sociálního podnikání v prostředí České republiky výrazně omezovat. Z tohoto důvodu je nutné, aby se orgány veřejné moci, vzdělávací instituce a další subjekty veřejného života snažila o podporu rozvoje sociálního podnikání. Dle Venclíka (Venclík, M., 2016 s. 3 - 4) je nutné široké veřejnosti přesně vysvětlit principy sociálního podnikání, jelikož se ukazuje, že část společnosti v této hektické a konzumní době ztratila vnímání některých základních společenských pravidel. Je nutné široké veřejnosti vysvětlit, že sociální podnikání je podnikáním se všemi jeho aspekty (řízení, investice, finanční plány, marketing), a to včetně tvorby zisku. Zde je ovšem nutné zdůraznit, že zisk musí být z 50 % reinvestován do rozvoje podniku nebo podpory vzdělávání zaměstnanců atd. Sociální podnikání má komunitní charakter a proto i velmi silný dopad na formování místních komunit a tím i zvyšování kvality života v daném místě. Sociální podnikání není konkurenceschopné na otevřeném trhu a potřebuje tak finanční benefity z veřejných zdrojů, což ukazuje na úzkou vazbu sociálního podnikání na veřejnou správu. Úspěšnost procesů sociálního podnikání je tak zcela závislá na kvalitě platné legislativy. Zásadní podmínkou pro funkčnost nastaveného systému je, že nesmí docházet k zásadním legislativním skokovým změnám, které mají dopad na finanční plány. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že nastavit funkční systém pro sociální podnikání není jednoduchý úkol. Z jiného úhlu pohledu je nutné zdůraznit, že sociální podnikání je velmi náročné i pro podnikatele samotné neboť ti musí mít silné sociální cítění, být inovativní, musí znát dobře systém veřejné správy a sledovat legislativu ((Venclík, M., 2016 s. 3 - 4). S ohledem na výše uvedené je tedy jednou z cest k dobře nastavenému systému sociálního podnikání vzdělávání pracovníků sociální práce v oblasti sociálního podnikání.

Rozvoj sociálního podnikání již několik let přitahuje pozornost akademické obce. Na mnoha univerzitách po celém světě se začaly vyučovat předměty specializované na sociální podnikání nebo sociální ekonomiku. Dosavadní zkušenosti ukazují, že podstatnou částí ve vzdělávání nejsou ani tak obory technickoadministrativní, ale právě vzdělávání, které je zaměřeno na porozumění základním myšlenkám sociálního podnikání a vysvětlení odlišností oproti klasickému tržnímu podnikání. Je zřejmé, že poskytnutí vzdělávání je nezbytné pro rozvoj sociálních podniků, ovšem realita je taková,

že až na pár výjimek zatím není mnoho příležitostí a program vzdělání specializovaných na tuto oblast. Osnovy oborů sociální práce jsou poměrně obsáhlé, jelikož profesní příprava pokrývá mnoho oblastí, přičemž některé z těchto oblastí jsou velmi specifické. Pedagogům tak v osnovách již často nezbývá více prostoru pro vzdělávání v oblasti sociálního podnikání, což má negativní důsledek na rozvoj sociálního podnikání, jelikož absolventi oborů sociální práce mohou hrát významnou roli ve vytváření nových nápadů v ekonomickém a komunitním rozvoji. Mělo by tedy být důležité dále zkoumat úlohu sociálního podnikání v sociální práci, aby pedagogové neztratili možnost vzdělávat studenty v této oblasti a studenti tak měli mít takové znalosti, které by směřovali k rozvoji a udržitelnosti sociálních podniků. U problematiky zavedení konceptu sociálního podnikání do vzdělávání a odborné přípravy sociálních pracovníků se může jevit, že jde o protiklad k hodnotám sociální práce, která nikdy nebyla zaměřena na obchod a volný trh. Nicméně sociální podnikání představuje inovativní řešení pro hledání finančních zdrojů a jejich následné využití, což není v rozporu s hodnotami sociální práce. Sociální podnikání může představovat nové zdroje, které mohou sociální pracovníci spravovat a tvořivě využívat. (Oujezdská, I., 2016, s. 14 – 16).

Jak je z výše uvedeného textu patrné problematika sociálního podnikání je poměrně složitá a provázaná s celou řadou dalších oblastí veřejného života a světa podnikání a obchodu. S ohledem na skutečnost, že se v prostředí České republiky jedná o poměrně nový koncept není doposud dokončena legislativa pro sociální podnikání a rovněž vzdělávání v této oblasti není na takové úrovni, aby výrazněji podporovalo rozvoj a vznik sociálních podniků.

V další části této práce bude na obecné principy konceptu sociálního podnikání a jeho stavu v České republice navazovat praktická část, která je se zaměřena na analýzu dat ze strukturovaných rozhovorů „interview“, jejichž cílem bylo zjistit právě povědomí a vnímání důležitosti ze strany veřejnosti o konceptu sociálního podnikání.

5 Výzkum

Ve výzkumné části této bakalářské práce osvětlím cíl výzkumu a výzkumnou otázku. Dále vybranou metodu výzkumu a metodu sběru dat. Také popíši, jakým způsobem jsem data zpracovávala. Abych naplnila výzkumný cíl této bakalářské práce, tak jsem zvolila metodu kvalitativního výzkumnou metodu.

5.1 Cíl výzkumu a výzkumná otázka

Základem každého výzkumu je definování výzkumné otázky, je to nezbytná součást každého výzkumného projektu. Cílem mého výzkumu bylo zjistit a popsat, jak veřejnost rozumí pojmu sociální podnikání a jestli vnímá tento koncept, jako potřebný pro naši společnost. Jaký by měl být sociální podnik, aby veřejnost využívala jeho služby.

V bakalářské práci jsem si zvolila výzkumnou otázku vzhledem k výše uvedenému textu: takto: ***Jak moc je veřejnost informovaná o tématu sociální podnikání?*** Výzkumná otázka byla doplněná o otázky, kteří napomáhají se dostat k výzkumnému cíli a dávají odpověď na výzkumnou otázku. Hlavní otázka, která byla respondentům pokládána, zněla: ***Co si představíte, když se řekne sociální podnikání?*** Smyslem této otázky bylo zjistit základní představu občanů, co by podle nich sociální podnikání mohlo znamenat. Abych si mohla i já udělat představu o tom co ví a případně jim krátce koncept sociálního podnikání představit. Tak, abych mohla pokládat další navazující otázky.

5.2 Metoda výzkumu

Nejvhodnější výzkumnou strategií vzhledem k tématu a dosažení cíle mi jeví kvalitativní výzkumná strategie a to hned z několika důvodů. Prvním důvodem je oblast zkoumaného problému. Ne všechny zkoumané oblasti se sice hodí pro kvalitativní typy výzkumu. Nicméně ty, které se snaží odhalit zkušenosti s nějakým určitým jevem či porozuměním danému tématu, nebo podstatou jevů o, kterých toho ještě moc nevíme, se kvalitativní přístup hodí. Tento přístup se používá také, pokud chceme zjistit nové názory na jevy, o kterých už něco víme. Posledním důležitým důvodem je, že díky použití kvalitativní metody můžeme získat detailní informace, které by pomocí kvantitativní metody obtížně získávaly. (Anselm, Corbinová, 1999, s. 11)

Kvalitativní výzkum a jeho metody získávají stále větší význam ve společnosti, cílem výzkumu je porozumět danému tématu a nikoliv získávat tvrdé data.

5.3 Metoda sběru dat

Jako metodu sběru dat jsem prvotně zvolila metodu nestrukturovaného interview, která je charakteristická podobou běžného rozhovoru. Při nestrukturovaném interview nemáme dopředu připraveny okruhy ani jasnou strukturu otázek, pouze se při rozhovoru držíme hlavního tématu a výzkumných otázek, které nás zajímají. Zpočátku ani nevíme, jak bude interview probíhat, pouze máme jasnou představu, na jakou otázku chceme zjistit odpověď a jaký je cíl celého rozhovoru. (Miovský M., 2006, s. 157-158)

V praxi jsem zjistila, že tato metoda sběru dat není úplně dobře zvolená vzhledem k danému tématu. Respondenti z důvodu neznalosti daného tématu, nebyli schopni dlouze a ani věcně konverzovat k obsahu daného tématu, také často od něj odbočovali. Ani pro mě nebylo úplně jednoduché udržet hranici tématu a improvizovat. Tudíž jsem byla nucena vynechat část obsahu cíle mé práce na, který jsem se chtěla zaměřit. A to zjistit: *Jaký by měl sociální podnik být, aby veřejnost využívala jeho služby?*

Dle Miovského (2006, s. 158-159) “ *někteří tazatelé nejsou schopni příliš kreativní improvizace, sami přehnaně strukturují materiál a zbavují tak této možnosti dotazovaného. Případně tazatelé nemusí být schopni udržet základní linii danou výzkumnými otázkami a cíli výzkumu.*”

Tudíž jsem se rozhodla strategii sběru dat změnit na strukturované interview, což je metoda, které je na pomezí mezi dotazníkovými metodami a interview. Základem strukturovaného interview je pevně dané schéma, které je pro tazatele závazné a neumožňuje mu příliš velké změny či úpravy. Znění a pořadí otázek je fixované. Příprava pro realizaci strukturovaného interview je technicky náročná. Při provádění strukturovaného interview není prostor pro improvizaci, může tomu být i podřízen výběr tazatelů. Můžeme například vybírat pouze ženy nebo naopak muže. Strukturované interview lze chápat, jako jakousi vylepšenou formu dotazníku. Díky osobnímu kontaktu a motivační práce lze dosáhnout validnější odpovědi. Mnohdy strukturované interview metodologicky odpovídá spíše kvantitativnímu přístupu, díky tomu umožňuje výrazně více v kvantifikaci kvalitativních dat. (Miovský M., 2006, s. 162)

Ke sběru dat jsem použila předem připravený záznamový arch, který obsahoval hlavičku s osobními údaji a následně devět otázek na, které jsem se při interview ptala. Jednalo se především otevřené otázky. Odpovědi jsem zaznamenávala během rozhovoru

přímo do archu. Jednalo se i o celé doslovné věty, když mě zaujala nějaká myšlenka či názor, ale i ve většině případů pouze o body.

Dle Miovského (2006, s. 199) “ *Záznamový arch je obvykle založen na metodě tužka-papír. Záznamový arch současně představuje určitým způsobem předem strukturovaný materiál, například předem seřezané tematické okruhy, otázky, případně vypsané jevy, na které se má tazatel při svém pozorování a v průběhu provádění interview zaměřit.* ”

5.4 Výzkumný soubor

Pro výběr výzkumného vzorku jsem zvolila metodu záměrného, neboli účelového výběru, který je nejrozšířenější používanou metodou kvalitativního přístupu. Jeho princip spočívá v záměrném (účelovém) výběru výzkumného vzorku. Jedná se o takový postup, kdy cíleně vyhledáváme účastníky podle jejich určitých vlastností. Základem je stanovit si kritéria výběru, což může být určitá vlastnost nebo stav. Na základě těchto kritérií vyhledáváme jedince, kteří budou stanovená kritéria splňovat. (Miovský M., 2006, s. 135)

Mnou vybraná kritéria:

- rovnoměrné rozložení mezi obě pohlaví tj 50 % respondentů budou ženy, druhých 50% muži
- respondenti budou spadat do různých věkových kategorií
 - 18-26 let
 - 27-45 let
 - 46- a více
- respondenti budou mít různé kategorie dosaženého vzdělání
 - Základní a SOU
 - Středoškolské
 - Vysokoškolské

Pro svou práci jsem provedla celkem 92 strukturovaných rozhovorů, z toho bylo 54 respondentů ženy a 38 mužů. Rozhovory byly anonymní.

5.5 Popis sběru dat

Oslovené respondenty jsem seznámila s typem a cílem výzkumu, dále jsem je informovala, že sesbíraná data budou použita pouze pro účel vypracování bakalářské práce.

Zpočátku byli mými respondenty přátelé a známí, a to zejména z důvodu abych si vyzkoušela, jak takové interview probíhá a rovněž abych si udělala základní představu, zda jsou předem připravené otázky srozumitelné a logicky uspořádané. Během těchto pár rozhovorů, jsem zjistila, že dvě otázky jsou velmi podobné. První otázka (Co si představíte, když se řekne sociální podnikání?). Druhá otázka (Jaký je rozdíl mezi sociálním a běžným podnikáním), tudíž jsem tuhle otázku úplně vynechala a zachovala pouze první zmíněnou. Dále jsem musela změnit pořadí dvou otázek (Znáte nějaký konkrétní příklad sociálního podnikání?, Využil jste služeb sociálního podnikání?) Tyto otázky byly původně třetí a čtvrtou otázkou, ale nyní jsou otázkou osmou a devátou. Důvodem pro změnu bylo logičtější návaznost a lepší plynutí rozhovorů. Díky už nastavené a jasné podobě znění a pořadí otázek jsem pokračovala s rozhovory v mém okolí. Samozřejmě to by nestačilo a vyrazila jsem do terénu a oslovovala jsem náhodně potenciální respondenty. Nicméně jsem se setkala s odmítnutím, ať už z důvodu nedostatku času nebo neochoty respondentů, ale rovněž důvodu prostého nezájmu o dané téma.

5.6 Metoda analýzy dat

Pro analýzu dat jsem použila deskriptivní přístup, který je procesem třídění, klasifikace a deskripce dat. Zpracování těchto dat je kreativním procesem, kdy sami vytváříme kritéria pro systematickou deskripci a klasifikaci. (Miovský M., 2006, s. 220)

Na základě podobných znaků, vlastností a významů jsem jednotlivým tematickým celkům přidělovala kódy a to tak, že jsem každý kód označila jinou barvou a nazvala kategorií, také jsem spočítala četnost vyskytovaného kódu u každé otázky zvlášť. Kódování je přiřazování klíčových slov či symbolů k částem textu, tak aby bylo možné prostřednictvím kódu pracovat i s většími významovými celky. Kódování je proces kdy,

dle vytvořených kritérií identifikujeme a systematicky označujeme jednotlivé významové celky. (Miovský M., 2006, s. 219-220)

6 Výsledky analýzy dat

V této části bakalářské práce pracuji s daty, které jsem získala během rozhovorů s respondenty. Všechny rozhovory se týkaly tématu sociálního podnikání a povědomí veřejnosti o něm. Jednotlivé kapitoly odpovídají jednotlivým otázkám, které byly pokládány respondentům a následně analyzovány. U každé otázky jsem si určila různé kategorie,

6.1 Vyhodnocení analýzy dat dle jednotlivých otázek

Otázka č. 1: Co si veřejnost představuje, když se řekne sociální podnikání

Kategorie I.

Skoro třetina respondentů, tedy 33 osob si představuje sociální podnikání, jako zaměstnávání osob s nějakým typem handicapu nebo také jako podnikání za minimální mzdu či podnikání při, kterém má podnikající osoba nárok na finanční podporu.

*Podnikání spojené se zaměstnáváním lidí s postižením. (Muž, 34 let, vzdělání VŠ)
Skupinku lidí s lehčím postižením. (Žena, 23 let, vzdělání SŠ)*

Dostanu finanční dotaci, abych mohla začít podnikat. (Žena, 42 let, vzdělání SOU)

Kategorie II.

Dále 28 respondentů si představuje sociální podnikání, jako formu pomoci začlenění se zpět do společnosti pomocí práce sociálně slabým, či znevýhodněným osobám. Také se v této kategorii objevuje rozměr sociální prospěšnosti.

Nezisková organizace, která pomáhá lidem se začlenit, zpět do společnosti prostřednictvím práce. (Žena, 21 let, SŠ)

Zaměstnávání osob se sociálním znevýhodněním. (Muž, 44 let, SOU)

Podnikání, při kterém zaměstnávají sociálně slabší osoby. (Žena, 31 let, SŠ)

Kategorie III.

Pouze 16 respondentů z celkového počtu 92 osob mělo nejbližší správnou představu, která koresponduje s definicí sociálního podnikání či z jeho principy.

Podnikání, které není primárně zaměřeno na tvorbu zisku, ale na pomoc znevýhodněným občanům ve společnosti. (Žena, 32 let, VŠ)

Podnikání, které se liší od komerčního tím, že není provozováno za účelem zisku. Podporuje občany, kteří by za normálních okolností měli problémy začlenit se do pracovního procesu. (Muž, 32 let, VŠ)

Podnikání s „lidskou tváří“ – podnikání, kde není hlavní prioritou navyšovat zisky, ale udržovat pro své zaměstnance takové prostředí, kde se budou cítit příjemně, budou ohodnoceni tak, aby byli maximálně spokojeni. Toto vše tedy na úkor zvyšování kapitálu majitele. Majitel je spokojený s tím co má a zaměřuje se na spokojenost vlastních lidí. (Muž, 35 let, VŠ)

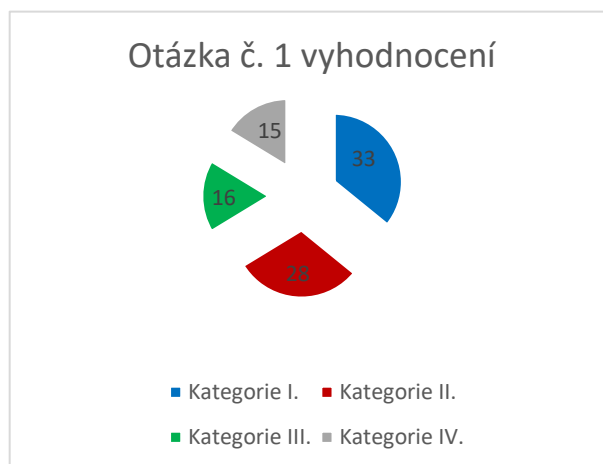
Specifický typ podnikání, systémově podporovaný jak samosprávami, tak různými státními orgány, ale třeba i soukromými subjekty, při kterém se využívá speciálních legislativních pravidel a výhod. Cílem tohoto typu podnikání je podpora zlepšení regionální zaměstnanosti a začlenění skupin obyvatelstva, které jsou z rozličných důvodů hůře zaměstnatelné (důchodci, tělesně postižení, lidé po výkonu trestu atd.) (Muž, 43 let, VŠ)

Kategorie IV.

Mezi dotazovanými bylo i 15 respondentů, kteří nebyli schopni a ani ochotni na tuto otázku odpovědět.

Tabulka č. 4 a Graf č. 1: Vyhodnocení otázky č. 1

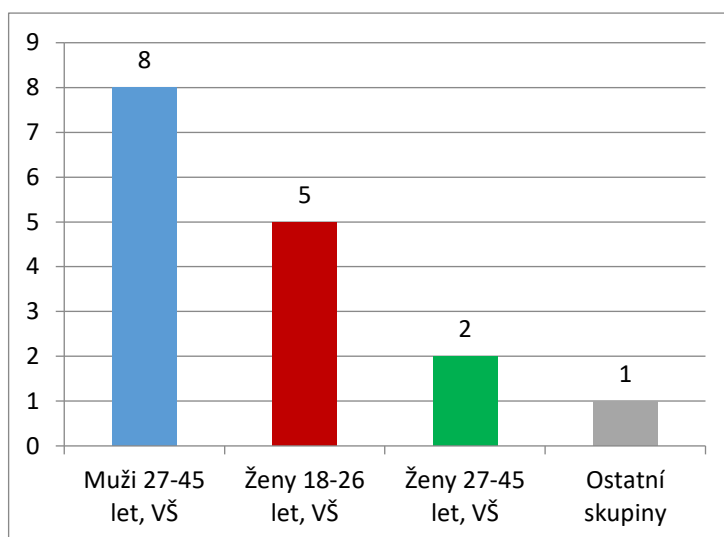
Skupina respondentů	Počet
Kategorie I.	33
Kategorie II.	28
Kategorie III.	16
Kategorie IV.	15
Celkem	92



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného výzkum

Tabulka č. 5 a graf č. 2: Nejsprávněji odpovídající skupiny na otázku č. 1

Skupina respondentů	Počet
Muži 27-45 let, VŠ	8
Ženy 18-26 let, VŠ	5
Ženy 27-45 let, VŠ	2
Ostatní skupiny	1
Celkem	16



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného výzkum

Shrnutí:

Touto otázkou jsem chtěla docílit zjištění představy respondentů, co si pod pojmem sociální podnikání představují, co jim tento termín evokuje. Vytvořily se mi 4 kategorie odpovědí, přičemž nejpřesnější představu/povědomí o tom co sociální podnikání je mají muži ve věkové kategorii 27-45 let s VŠ.

Otázka č. 2: Kdo by podle Vás mohl být zaměstnancem sociálního podniku

Existující cílové skupiny Online <http://www.ceske-socialni-podnikani.cz/cz/adresar-socialnich-podniku/cilova-skupina>

- lidé se zdravotním postižením
- mládež a mladí dospělí v obtížné životní situaci
- lidé bez přístřeší a po výkonu trestu
- lidé se závislostmi
- etnické menšiny
- dlouhodobě nezaměstnaní
- lidé pečující o rodinné příslušníky
- další

Kategorie I.

Nejčastější cílovou skupinou, kterou si hned respondenti vybavili, byla skupina osob se zdravotním postižením, dále pak lidé se závislostmi, lidé bez přístřeší.

Téměř většina respondentů zmínili alespoň jednu cílovou skupinu z těchto uvedených tří cílových skupin.

Kategorie II.

- Polovina respondentů zmínila také cílovou skupinu mládež a mladí dospělí v obtížné životní situaci, nejčastěji mi jmenovali osoby, které odchází z dětských domovů či jiných ústavních zařízení.

Kategorie III.

Cílová skupina etnické menšiny a dlouhodobě nezaměstnaní se vyskytovala nejméně.

Kategorie III.

Žádný z respondentů nezmínil cílovou skupinu lidé pečující o rodinné příslušníky a skupinu další.

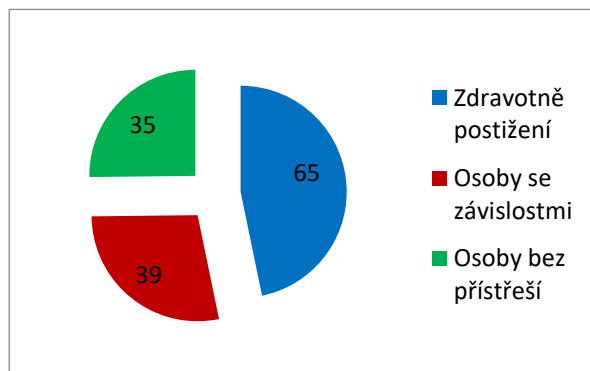
Shrnutí:

Nejčastěji dotazování jmenovali skupiny zdravotně postižených osob dále pak osoby se závislostmi a osoby bez přístřeší. Téměř opomíjenou cílovou skupinou stala skupina dlouhodobě nezaměstnaných osob a etnických menšin. Žádný z respondentů neuvedl skupinu lidé pečující o rodinné příslušníky a skupinu další. Pouze 24 osob

z celkového počtu respondentů uvedlo 4 a více cílových skupin. Z toho, 3 respondenti se základním vzděláním, 5 se středoškolským vzděláním a 16 s vysokoškolským vzděláním.

Tabulka č. 6 a graf č. 3: Nejčastěji jmenované cílové skupiny

Cílová skupina	Četnost výskytu
Zdravotně postižení	65
Osoby se závislostmi	39
Osoby bez přístřeší	35



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného šetření

Otázka č. 3: Myslí si veřejnost, že práce v sociálním podniku zaměstnance nějak obohatí

Z 92 dotazovaných osob mi odpovědělo kladně 86 osob, jen 6 respondentů nevědělo, záporně neodpověděl nikdo z dotazovaných.

Kategorie I. Ano

Nejčastějším důvodem kladné odpovědi bylo získání zaměstnání a tím pádem finanční zajištění trvalého výdělku zaměstnanců sociálního podniku.

Kategorie II. Ano

Dalšími důvody byla změna pohledu na život, začlenění se zpět do společnosti a kolektivu, také možnost dalšího vzdělávání a získání nových pracovních návyků.

Kategorie III. Nevím

6 respondentů

Snad ano, pokud ne, dostal alespoň šanci začít normálně fungovat a žít. (Žena, 25 let, VŠ)

Ano, budou mít zaměstnání, spojí se více lidí dohromady, kteří mohou sdílet své problémy. (Žena, 67 let, základní vzdělání)

Ano, naučí se pracovním návykům. (Žena, 22 let, středoškolské vzdělání)

Ano, získají pracovní návyky, začlení se do života, možný RE-START, naučí se novému řemeslu. (Muž, 31 let, VŠ)

Shrnutí:

V této otázce souhlasí 86 osob, přičemž se velice různí odpověďmi také pohlavím, věkovou kategorií i vzděláním, jelikož jde o většinu respondentů.

Otázka č. 4: Jaké výhody sociálního podnikání přináší zaměstnavateli, státu, celé společnosti či místní komunitě

Kategorie I.

V rámci první kategorie, kterou jsou výhody pro zaměstnavatele, respondenti zmiňovali nejčastěji tyto výhody:

- Dotace, finanční podpora
- zisk
- daňové úlevy
- dobrý pocit
- motivování zaměstnanci
- propagace, reklama zaměstnavatele

Z 92 respondentů 73 dotazovaných zmínilo nejméně jednu výhodu z výše vypsanych odpovědí. Dále pak 8 respondentů uvedlo jinou odpověď než z výčtu výše uvedených odpovědí a 11 respondentů nevědělo vůbec.

Kategorie II.

Druhá kategorie uvádí výhody pro stát, respondenti uváděli nejčastěji tyto výhody:

- snížení nezaměstnanosti
- nižší náklady na systém sociálního zabezpečení
- rozvoj ekonomiky

Z celkového počtu respondentů, který je 92 dotazovaných zmínilo 62 osob jednu z výše uvedených výhod. Dalších 14 respondentů uvedlo jinou odpověď než je ve výše uvedeném výčtu odpovědí a 16 dotazovaných neodpovědělo vůbec.

Kategorie III.

Třetí kategorií jsou výhody uvedené pro celou společnost, nebo místní komunitu.

- morální hodnoty
- motivace a zájem

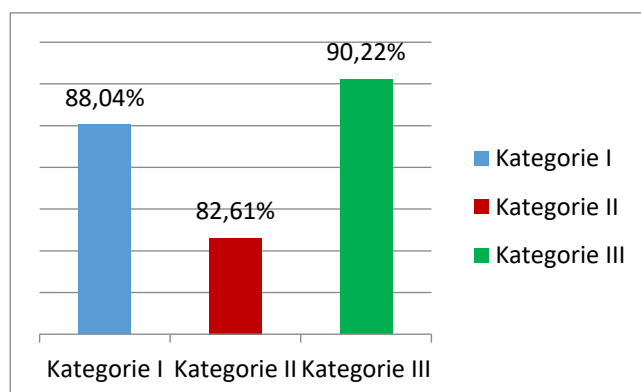
Nejméně jednu z těchto výhod uvedlo 60 dotazovaných, dále pak 23 respondentů uvedlo jinou výhodu, než jsou výše zmíněné a zbývajících 9 dotazovaných neuvedlo nic.

Shrnutí:

Tato otázka navazuje na předchozí otázku, kdy respondenti uvádí důvody, díky kterým zaměstnanec sociálního podniku práce v něm nějak obohatí, což znamená, že mu přinese nějaké výhody. Tato otázka se zaměřuje na výhody, které přináší nebo může přinášet sociální podnikání zaměstnanci, státu a celé společnosti/místní komunitě. V porovnání s předchozí otázkou tato dopadla o něco hůře, jelikož i více respondentů neodpovědělo vůbec především v druhé kategorii (stát). Aspoň jednu výhodu zmínilo v průměru za všechny tři kategorie 87% dotazovaných.

Tabulka č. 7 a graf č. 4: Akceptovatelné odpovědi v jednotlivých kategoriích otázky č. 4

Skupina respondentů	Počet akceptovatelných odpovědí v %
Kategorie I	88,04%
Kategorie II	82,61%
Kategorie III	90,22%



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného výzkumu

Otázka č. 5: Jak vnímá veřejnost informovanost o tématu sociálního podnikání

Většina což je 79 osob zastává stanovisko, že společnost není dostatečně informovaná o tématu sociálního podnikání, důvodem dle respondentů může být nízká osvěta a medializace a propagace, také samotný nezájem občanů o dané téma.

Z 92 dotazovaných osob 13 odpovědělo, že neví a to z důvodu toho, že nejsou schopni posoudit tuto situaci či si myslí, že pokud se někdo o dané téma zajímá, informace si vždy najde.

Myslím si, že ne. Možný důvod – nedostatečná reklama. (Žena, 28 let, VŠ)

Určitě ne, a to sleduji každý den televizní noviny a čtu denní tisk a za poslední dobu se pouze objevilo téma zákona o sociálním podnikání. (MUŽ 54 let, základní)

Nevím, nedokážu hodnotit, já moc informací nemám. Nečtu noviny ani se nedívám na televizi. (Muž, 36 let, středoškolské vzdělání)

Shrnutí:

Z toho vyplývá, že většina dotazovaných si myslí, že naše společnost není dostatečně informovaná o daném tématu.

Otázka č. 6: Myslí si veřejnost, že by veřejné označení sociálních podniků je mohlo nějak ohrozit či poškodit

Kategorie ANO

Většina, která tvoří 63 respondentů si myslí, že toto veřejné označení by mohlo skutečně sociální podniky nějak ohrozit nebo poškodit, jako nejčastější důvody uváděli respondenti, že naše společnost není ještě, tak vyspělá a tolerantní, že občané ČR mají velmi často předsudky či dokonce někteří to nazvali averzí vůči znevýhodněným osobám. Často se také respondenti zmiňovali s tím související neinformovaností občanů, kteří tím pádem nemají žádné informace či zkreslené a tudíž si mohou myslet, že sociální podniky

pouze zneužívají například finančních prostředků.

Myslím si, že ano, protože lidé mají špatný pohled na danou skupinu znevýhodněných osob, diskriminace celou společností. (Žena, 49 let, SOU)

Ano, hloupost a neinformovanost je nebezpečná. (Muž, 33 let, VŠ)

Ano lidé by se na to dívali jinak. Jako něco co chce jen vydělávat peníze. (Žena, 24 let, SŠ)

V rámci této kategorie jsem zjistila, že 31 osob má dosažené středoškolské vzdělání, dále pak 30 vysokoškolské a zbývají 2 respondenti se základním vzděláním.

Kategorie NE

Druhou skupinu dotazovaných tvoří 21 respondentů, kteří si myslí, že veřejné označení sociální podniky nemůže ohrozit ani nijak poškodit. Důvody pro tuto odpověď jsou různé. *Ne pokud se nebude, vyskytovat mnoho případů zneužití sociálního podnikání. (Žena, 62 let, základní)*

Ne, kdo je rozumný, tak to chápe a podpoří. (Muž, 66 let, základní)

Ne, proč je to mělo poškodit, vždyť dělají dobrou věc. (Muž, 19 let, základní)

Snad ne. Je to podnik jako každý jiný. (Žena, 25 let, VŠ)

Ne, pokud většinová společnost bude řádně seznámena s tím, co to je a k čemu slouží. (Žena, 27 let, VŠ)

Myslím si, že ne. Protože je nezávislý na veřejných a soukromých institucích. (Žena, 56 let, SŠ)

V této kategorii jsem identifikovala 9 osob se základním nebo SOU vzděláním, dále pak 5 se středoškolským a zbývajících 7 respondentů s vysokoškolským vzděláním.

Kategorie NEVÍM

Třetí skupinu respondentů tvoří 8 osob, kteří odpověděli, že neví. Jednalo se 6 dotazovaných se základním a SUO vzděláním, dále pak 2 respondenti se středoškolským vzděláním.

Shrnutí:

Z těchto odpovědí vyplývá, že většina respondentů si myslí, že sociální podniky by mohly být jejich veřejným označením nějakým způsobem ohroženy, ať už tím že budou mít nálepku nějakého nedůvěryhodného, zvláštního podniku. Nebo díky stereotypizaci cílových skupin, které by sociální podnik zaměstnával. Dle respondentů tento názor panuje díky špatné propagaci, reklamě a všeobecně nízké informovanosti o tématu sociálního podnikání.

Otázka č. 7: Zná veřejnost nějaké efektivnější formy pomoci než je koncept sociálního podnikání

Většina dotazovaných odpověděla, že nezná žádné jiné, efektivnější formy pomoci znevýhodněným občanům, jednalo se o 71 dotazovaných z celkového počtu 92 respondentů. Zbývajících 17 občanů uvedlo vesměs různé odpovědi. Z této kategorie odpovídacích respondentů vyšlo, že všichni dotazovaní mají vysokoškolské vzdělání a také spadali do věkové kategorie 27-45 let.

Ne, každý případ je velice individuální a je velmi těžko vymyslet něco, co by bylo nápomocné pro každého. Hlavní je, aby samotný klient chtěl něco dělat a jen nečekal, že přijde sociální pracovník a „zachrání“ ho. (Žena, 27 let, VŠ)

Větší rozhodovací pravomoc pracovníků ústavů – důvěra v ně, jednodušší legislativa. (Muž, 39 let, VŠ)

Existuje něco, co se nazývá efektivní altruismus. (Muž, 31 let, VŠ)

Podle mě je obecně problém dávat někomu něco zadarmo, bez jeho přičinění -nemám rád nastavování rukou. I kdyby to měla být pouze nějaké malá hodnota, člověk by si měl zvyknout na to, že proto, aby měl peníze, musí něco udělat. (Muž, 34 let, VŠ)

Shrnutí:

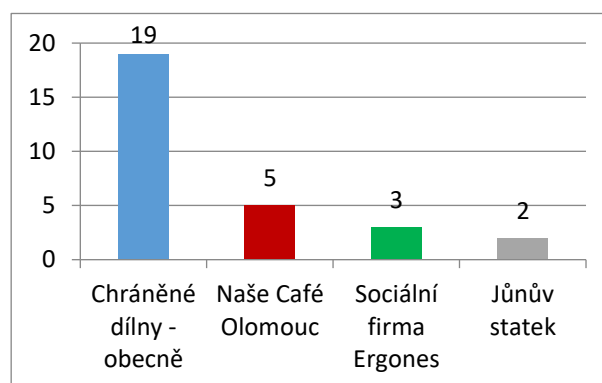
Problémem u této otázky byla neschopnost respondentů se všeobecně se zamyslet. I přes vysvětlení se jim možná tato otázka zdála nejasná a často docházelo k nepochopení smyslu této otázky. Cílem bylo zjistit, jestli veřejnost by měla nějaké doporučení, jak znevýhodněným občanům jinak pomoci. Například jak je začlenit zpět na trh práce jinak, než konceptem sociálního podnikání. Respondenti z druhé skupiny se svými odpověďmi různili, nicméně se jednalo o spíše jejich osobní názory na danou problematiku.

8. otázka: Zná veřejnost nějaký konkrétní sociální podnik

Z analýzy této otázky vyšlo, že 63 respondentů nezná žádný konkrétní sociální podnik, nebo alespoň o tom neví, že by nějaký takový znal, protože nemusí vědět, že ten konkrétní podnik, o kterém slyšel nebo využil jeho služeb je právě sociální podnik. Zbývajících 29 osob odpovědělo, že zná. Z toho 19 dotazovaných jmenovalo chráněné dílny, ale nejmenovali žádnou konkrétní dílnu pouze na obecné úrovni až na jednoho respondenta, který jmenoval chráněnou dílnu Filipa. Dále 5 respondentů zmínilo kavárnu v Olomouci Naše Café. Pouze 2 respondenti uvedli sociální podnik Jůnův statek, třikrát se objevila sociální firma Ergones.

Tabulka č. 8 a graf č. 5: Sociální podniky uváděné v odpovědích

Sociální podnik	Četnost výskytu
Chráněné dílny - obecně	19
Naše Café Olomouc	5
Sociální firma Ergones	3
Jůnův statek	2



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného výzkum

Shrnutí:

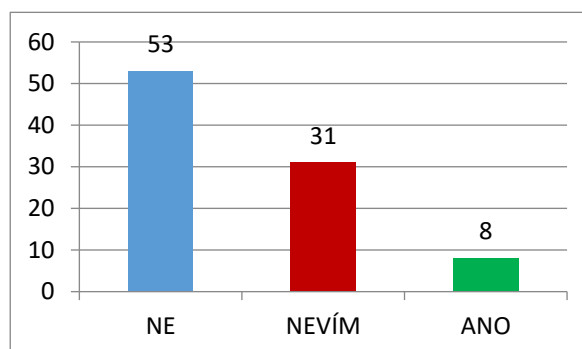
Respondenti netuší nebo neznají konkrétní sociální podniky. Nejčastějším typem sociálního podniku, který byl jmenován, byly chráněné dílny, když už jeden z respondentů jmenoval konkrétní chráněnou dílnu Filipa s.r.o. zmýlil se, jelikož společnost Filipa s.r.o. není sociálním podnikem, i když zaměstnává osoby se zdravotním postižením. Tudiž opravdu konkrétní pravdivý příklad sociálního podniku uvedlo pouze 10 dotazovaných z celkového počtu 92 respondentů.

Otázka č. 9: Využila veřejnost služeb nějakého sociálního podniku

Více než polovina respondentů což je 53 dotazovaných tvrdí, že nikdy nevyužila služeb sociálních podniků. Těsně za těmito čísly je skupina 31 respondentů, kteří odpověděli, že neví, jestli někdy využili služeb sociálních podniků, zbývajících 8 osob odpovědělo, že někdy navštívilo nebo využilo služeb sociálního podniku.

Tabulka č. 9 a graf č. 6: Přehled využití služeb sociálního podniku

Využití služeb sociálního podniku	Počet akceptovatelných odpovědí v %
NE	53
NEVÍM	31
ANO	8



Pozn.: Zpracováno autorkou na základě provedeného výzkum

Shrnutí:

Celkem 84 respondentů z celkového počtu dotazujících tvrdí, že doposud nevyužili nebo alespoň o tom neví služeb sociálních podniků. Pouhých 8 respondentů odpovědělo kladně, což souvisí s předchozí otázkou, protože pokud neznám nějaký konkrétní sociální podnik, tak jsem nemohl, anebo, neví, jestli jsem někdy využil jeho služeb. V přechozí otázce 10 respondentů uvedlo, že zná konkrétní sociální podnik. Z těchto 10 respondentů uvedlo 8, že navštívilo konkrétní sociální podnik, přičemž jeden z nich uvedl Kavárnu POTMĚ, které není sociálním podnikem, ale je to projekt nadačního fondu Českého rozhlasu. Tudiž 7 respondentů navštívilo nebo využívá služeb sociálních podniků. Jednalo

se o podniky uvedené v předchozí otázce a to o Kavárnu Naše Café, sociální firmu Ergones. Výsledkem analýzy tohoto bodu/otázky je, že větší pravděpodobnost je, když respondent zná nějaký sociální podnik, tak i využívá jeho služeb.

7. Shrnutí a diskuze

Provedený kvalitativní výzkum se snažil odpovědět na otázku, jestli je veřejnost dostatečně informovaná o konceptu sociálního podnikání. Výzkum byl realizován ve městě Olomouc. Nyní jsem schopna si představit, jak je veřejnost informovaná o daném tématu.

Z výzkumu vyplynulo, že nějakou představu o sociálním podnikání má většina dotazovaných z řad veřejnosti. Nicméně jde často o představu spojenou se zaměstnáváním handicapovaných osob, nebo formou pomoci sociálně slabým osobám.

Předpokládám, že tuhle představu mají díky tomu, že sociální podnikání není v současné době nějak legislativně upraveno. Také vidím problém v tom, že spousta občanů úplně opomíjelo ten fakt, že jde o podnikání a ne “charitu”, se kterou je sociální podnikání často spojováno. Někdy jsem měla pocit, že neví, co je to vlastně i běžné podnikání.

Při definování, možných cílových skupin se ukázalo, že veřejnost považuje za ideální zaměstnance sociálního podniku zdravotně znevýhodněné osoby nebo naopak úplný extrém, a to osoby se závislostmi a bez přístřeší. Při rozhovorech jsem měla pocit, že zdravotně znevýhodněné osoby, a to konkrétně tělesně postižené osoby, jsou cílovou skupinou, která je veřejností akceptovatelná a nemají vůči ní nějaké předsudky, ale naopak spíše soucit. Druhou zmíněnou cílovou skupinou byly osoby se závislostmi a osoby bez přístřeší, při rozhovorech jsem měla dojem, že právě tato skupina je veřejností stále stereotypizovaná. Šlo to vidět i při jejich výrazu a tónu hlasu, kdy o těchto lidech mluví. Překvapilo mě, že opomíjeli dlouhodobě nezaměstnané osoby, etnické menšiny.

Ale na druhou stranu většina dotazovaných si myslí, že tento koncept je pozitivní, jelikož zaměstnanci dá možnost trvalého finančního zajištění, možnost se začlenit do společnosti a získat pracovní návyky, či možnost dalšího vzdělání. Také se ukázalo, že sociální podnikání je výhodné pro více stran, nejen pro zaměstnance ale i zaměstnavatele,

který může dostat finanční podporu, dotaci a možnost se zviditelnit. Také by se mohla snížit nezaměstnanost a náklady na systém sociálního zabezpečení.

Zajímavý je fakt, že dotazovaní nemají představu celkově o způsobech pomoci znevýhodněným občanům, přičítám to nízké orientaci a nezájmem o tuto problematiku, a proto nezmínili skoro žádné efektivnější formy/způsoby pomoci znevýhodněným občanům. Myslela jsem si, že zazní něco, jako zaměřit se například na prevenci, což nezaznělo.

Také jsem realizací výzkumu zjistila, že veřejnost spíše nezná sociální podniky a ani je nenavštěvuje, případně si nejsou občané vědomi, že navštěvují sociální podnik. Což souvisí s tím, že samotní dotazovaní si myslí, že celkově občané České republiky nejsou dostatečně informovaní o konceptu sociálního podnikání. Což je taky odpovědí na mou výzkumnou otázku. Celkové povědomí o sociální podnikání u mých respondentů bylo nízké, nezáleželo ani na věku, pohlaví či dosaženém vzdělání

S realizací kvalitativního výzkumu nemám velké zkušenosti a jsem si tedy vědoma svých limitů. Takže si nejsem jistá, zda jsem postupovala zcela správně. Nedostatky práce vidím především v analýze dat, jelikož pro mě nebylo úplně jednoduché pracovat zároveň s tak početným vzorkem respondentů kvalitativní metodou. Rozhovory mi nabídly velmi cenné a zajímavé informace. Nicméně díky zvolené metodě sběru dat (strukturované interview), si myslím, že tento výzkum může být ochuzen o autentičtější výpovědi, kterých by bylo možno získat nestrukturovaným interview, které by vyžadovalo větší časovou dotaci a zkušenosti tazatele.

Rovněž jsem si vědoma, že výzkum byl proveden pouze s respondenty, kteří se nacházeli zrovna ve městě Olomouc. Tudíž odpověď na výzkumnou otázku: *Jestli je veřejnost dostatečně informovaná o konceptu sociální podnikání?*, by se mohla lišit, při realizaci výzkumu v jiném městě nebo kraji.

8. Závěr

O tématu či chceme-li konceptu sociálního podnikání, bylo napsáno již mnoho publikací, které se ale z velké míry věnují buď zahraničním systémům sociálního podnikání, nebo jsou zastaralé a neaktuální. Nicméně je třeba zdůraznit, že se jedná o nový a velmi rychle se vyvíjející fenomén, který je teď, alespoň na poli sociální práce velmi živým tématem, proto jsem ve své práci čerpala, také z aktuálních zdrojů dostupných na internetu.

V teoretické části jsem se snažila srozumitelně popsat témata jako je třetí sektor, občanské sektor a sociální ekonomika, jelikož právě z těchto témat a konceptů sociálního podnikání vzniklo. S ohledem na skutečnost, že hlavním cílem mé práce bylo provedení kvalitativního výzkumu, snažila jsem se teoretické části práce věnovat stručně, avšak s ohledem na nutnost vysvětlení alespoň základních pojmů bylo nutné některé kapitoly popsat poněkud obsáhleji, ovšem s ohledem na charakter práce to nevidím jako nedostatek a naopak to dle mého přispělo k ucelenosti celé práce.

Hlavním cílem této práce bylo zjistit, jak veřejnost rozumí pojmu sociálního podnikání a jestli vnímá tento koncept, jako potřebný. Metodou zvolenou k nalezení odpovědí na tyto otázky byl kvalitativní výzkum, proběhlo 92 strukturovaných rozhovorů s respondenty různých věkových kategorií, dosaženého vzdělání a pohlaví.

Ukázalo se, že většina respondentů má mylnou, nedokonalou představu o sociálním podnikání nebo vůbec neví, co sociální podnikání zahrnuje, jaké všechny cílové skupiny osob může sociální podnik zaměstnávat. Také se ukázalo, že většina respondentů ani neví, že v Olomouci se nějaké sociální podniky vůbec nachází. Na druhou stranu spousta dotazovaných vidí pozitivní výhody, které může přinést zaměstnání v sociálním podniku zaměstnanci, nebo výhody, které plynou pro stát potažmo celou naši společnost. Tudíž tento koncept, dalo by se říct, považují za přínosný. Samy respondenti jsou si vědomi toho, že o sociálním podnikání se moc nemluví a pokud se někdo o téma nezajímá, těžko se k těmto informacím běžným způsobem dostává, tím je myšleno, že málo informací je předávaných prostřednictvím médií, jako je televize, sociální sítě, internet, reklamy.

Díky realizaci tohoto kvalitativního výzkumu si myslím, že jsem přispěla, alespoň trošku k osvětě daného tématu, minimálně u mých respondentů. Díky těmto rozhovorům, alespoň ví, že nějaké sociální podnikání vůbec existuje a co to tento koncept představuje.

Seznam zdrojů:

Dohnalová, M., Deverová, L., Šloufová, R., (2012), Sociální ekonomika, sociální podnikání, Praha, Wolters Kluwer

Dohnalová, M., Průša, L., a kolektiv, (2011), Sociální ekonomika, Praha, Wolters Kluwer

Dohnalová, M. a kol., (2009): Sociální ekonomika – vybrané otázky [online]. Dostupné 9. 3. 2017 z http://praha.vupsv.cz/Fulltext/vz_305.pdf

Dohnalová, M., Potůček, M., (2009) Podpora sociální ekonomice, Praha, Centrum pro sociální a ekonomické strategie Fakulty sociálních věd a Fakulta humanitních studií Karlova univerzita v Praze

Dohnalová, M., (2014): Třetí sektor: sociální ekonomika nebo občanská společnost? [online]. Dostupné 10. 3. 2017 z https://www.researchgate.net/publication/228688477_Treti_sektor_socialni_ekonomika_nebo_obcanska_spolecnost

Kadeřábková, J. Sociální ekonomika v území [online]. Dostupné 11. 3. 2017 z http://nf.vse.cz/wp-content/uploads/REG905_socialni-ekonomika.pdf

Monzón, J.L., Chaves, R., Sociální ekonomika v Evropské unii – Zpráva José Luise Monzóna & Rafaela Chavese [online]. Dostupné 13. 3. 2017 z http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/a_ces11042-2012_00_00_tra_etu_cs.pdf

MPSV ČR (2009): Sociální ekonomika [online]. Dostupné 9. 3. 2017 z <https://reparto.cz/firma/dokumenty/socialni-firma/7-socialni-ekonomika-studie-mpsv/file>

Miovský, M., (2006), Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu, Praha, Grada Publishing a.s.,

Oujezská, I., Gojová, V., (2016). Vzdělávání sociálních pracovníků v oblasti sociálního podnikání. Sociální práce/sociální praca., 5/2016, s. 14-16.

Potůček, M., (1997). Těžké znovuzrození: občanský sektor v České republice. *Politologická revue* 2, prosinec 2017, s. 35-52

Skovajsa, M., Moree, D., a kolektiv, (2010), Občanský sektor, Praha, Portál

Strauss, A., Corbinová, J., (1999), Základy kvalitativního výzkumu, Boskovice, nakladatelství ALBERT

Vaclík, M. (2016). Proč podporovat sociální ekonomiku a sociální podnikání. Jaký užitek vlastně přináší tyto aktivity společnosti?. Sociální ekonomika a společenská odpovědnost v praxi, 1/2016, s. 3-4.

Vyskočil, M., (2014): PODKLAD PRO KONCEPCI POLITIKY VLÁDY VŮČI NNO DO ROKU 2020 [online]. Dostupné 13. 3. 2017 z https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/dokumenty/studie_vyskocil_pro_web.pdf

Wildmannová, M. (2016). Cílové skupiny sociálního podnikání. Sociální ekonomika a společenská odpovědnost v praxi, 0/2016, s. 2 - 3.

Přílohy:

Příloha č. 1: Záznamový arch

Pohlaví:

Datum:

Věk:

Dosažené vzdělání:

1. Co si představíte, když se řekne sociální podnikání?
2. Kdo by podle vás mohl být zaměstnancem sociálního podniku?
3. Myslíte si, že práce v soc. podniku nějak zaměstnance obohatí?
Ano / Nevím / Ne
4. Jak může být sociální podnikání výhodné pro:
 - b) zaměstnavatele:
 - c) Stát:
 - d) celou společnost/místní komunitu:
5. Myslíte si, že je veřejnost dostatečně informovaná o soc. podnikání?
Ano / Nevím / Ne
6. Mohlo by veřejné označení sociální podniky nějak ohrozit/poškodit?
Ano / Nevím / Ne
7. Napadají vás jiné formy pomoci znevýhodněným občanům, které vám připadají efektivnější a proč?
8. Znáte nějaký konkrétní příklad sociálního podnikání?
9. Využil jste už někdy služeb sociálního podnikání?