

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Institut mezioborových studií Brno

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Brno 2011

Alena Peňázová

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Institut mezioborových studií Brno

Sociální podnikání

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. et. Mgr. Zdeněk Šigut, PhD., MPH

Vypracovala:

Alena Peňázová

Brno 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Sociální podnikání“ zpracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury, který je součástí této bakalářské práce.

Elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné.

V Brně dne 13. 4. 2011

.....
Alena Peňázová

Poděkování

Děkuji panu PhDr. et. Mgr. Zdeňku Šigutovi, PhD., MPH za velmi užitečnou metodickou pomoc, kterou mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Také bych chtěla poděkovat RNDr. Igoru Poledňákovi, Ing. Marii Kozákové a Ing. Růženě Vlachové za odborné konzultace a cenné rady.

Děkuji také rodině za podporu při tvorbě této práce i při celém mém studiu.

V Brně dne 13. 4. 2011

Alena Peňázová

OBSAH

Úvod	5
1. Sociální podnikání jako součást sociální ekonomiky	7
1.1 Pojem sociální ekonomika	7
1.2 Model sociálně-ekonomického prostoru	10
1.3 Dílčí závěr	
2. Sociální podnikání, sociální podnik a jeho formy	15
2.1 Sociální podnikání a sociální podnik	15
2.2 Formy sociálního podniku	20
2.3 Dílčí závěr	24
3. Společenská odpovědnost firem	25
3.1 Od mecenášů a filantropů ke společenské odpovědnosti	25
3.2 Společenská odpovědnost firem	26
3.3 Příklad přístupu konkrétní firmy ke společenské odpovědnosti	32
3.4 Dílčí závěr	36
4. Průzkum – podoba sociálních podniků v ČR	37
4.1 Sociální družstvo Andělka	37
4.2 Občanské sdružení Nový Prostor	40
4.3 Dílčí závěr	45
Závěr	47
Resumé	49
Anotace	50
Klíčová slova	50
Seznam použité literatury	51

Úvod

Pro svoji práci jsem si vybrala téma „Sociální podnikání“, neboť se domnívám, že význam sociálního podnikání ještě není společností zcela doceněn a úroveň podpory podnikatelských subjektů a státu neodpovídá závažnosti společenského problému nezaměstnanosti. Všichni nemáme stejnou startovací čáru, mnozí z důvodu svého handicapu mají ztížený vstup na trh práce a potřebují určitou míru podpory. Pro zdravotně nebo sociálně znevýhodněné zaměstnance může být sociální podnik mezistupněm a odrazovým můstkem na přechod do otevřeného trhu práce.

Cílem mé práce bude představit sociální podnikání jako model zaměstnávání lidí znevýhodněných na trhu práce.

Práci jsem rozdělila do čtyř kapitol. V prvních dvou kapitolách se budu zabývat sociálním podnikáním jako součástí sociální ekonomiky, popíši pojmy sociální podnikání, sociální podnik a přiblížím typy sociálních podniků. Sociální ekonomice budu věnovat zvláštní pozornost, pokusím se nastínit souvislosti sociální ekonomiky a jejich subjektů, zmíním její základní rysy. Tento fenomén „sociálního“ zahrnu do širšího teoretického rámce, zmíním koncepty, které jsou se sociálním podnikáním spojovány.

V další kapitole zpracuji téma společenské odpovědnosti firem (*Corporate Social Responsibility – CSR*), mecenášství a filantropie. Zmíním principy, pilíře a charakteristické rysy společenské odpovědnosti. Charakterizují zainteresované skupiny, kterých se společenská odpovědnost dotýká. Uvedu výhody, které přinášejí aktivity v oblasti CSR podniku. Na příkladu přístupu konkrétní firmy ke společenské odpovědnosti představím fungování CSR v praxi.

Čtvrtá kapitola bude představovat praktickou část mé bakalářské práce. Rozhodla jsem se poznat sociální podnik jak z pohledu zaměstnavatele, tak z druhé strany – z pohledu zaměstnance. Popíši mé poznatky a zkušenosti, které jsem získala „v terénu“. Majitelé sociálního podniku mi sdělí motivy a pohnutky, které je vedly k rozhodnutí založit sociální podnik. A také zaměstnance požádám o jejich životní příběhy, které vedly k tomu, že se ocitli v tíživé životní situaci a přijali nabídku zaměstnání v sociálním podniku.

Pro svůj průzkum jsem si vybrala metodu analýzy životního příběhu z toho důvodu, že je možné v ní navodit příjemnou atmosféru a nenutí respondenty hovořit o problémech, o kterých je jim nepříjemné hovořit. Každý z respondentů mi umožnil nahlédnout na sociální podnikání z jiné stránky, o své situaci a problémech se mohli vyjádřit tak, jak je sami prožívali a sami jimi procházeli.

Ve své práci se budu opírat o literaturu zabývající se sociálním podnikáním, o zkušenosti z mého okolí a o životní příběhy zúčastněných. Budu se snažit představit sociální podnik jako instituci, která podniká z jiného důvodu než kvůli zisku, přestože musí uspět v běžné tvrdé konkurenci.

Problematika sociálního podnikání je široká a zatím není ani dostatečně legislativně ukotvená. Není tedy možné v mé bakalářské práci pojmut celý obsah tohoto fenoménu. Je zde tedy prostor pro další studium a zkoumání.

1. Sociální podnikání jako součást sociální ekonomiky

V úvodu mé první kapitoly se pokusím vysvětlit pojmy, které úzce souvisí se sociálním podnikáním. Např. pojem *sociální ekonomie* bývá často zaměňován s pojmem *sociální ekonomika*. V případě sociální ekonomie se jedná o vědní disciplínu, která se zabývá sociální ekonomikou. Zato definice pojmu sociální ekonomika se mohou lišit od autora k autorovi, ale v zásadě sociální ekonomiku poznáme podle toho, že se zabývá autonomními soukromými hospodářskými aktivitami, které mají významný prvek obecné, veřejné, společenské prospěšnosti, a to zejména v oblasti zaměstnanosti.

Více se o sociální ekonomice zmíním v jednotlivých podkapitolách.

1.1 Pojem sociální ekonomika

Sociální ekonomika je stále častěji skloňovaným moderním pojmem, zejména v prostředí Evropské unie, které jsme již od roku 2004 součástí a členem. Je založena především na zodpovědnosti jedince nebo skupiny lidí za svou budoucnost, na samostatnosti, nezávislosti a svépomoci. Pojem nemá nic společného se socialismem, paternalismem (ochranářstvím) státu. Cílem je také snížení závislosti na státní (veřejné) podpoře. Vyrůstá z občanské společnosti, úlohou státu je především vytvořit podmínky a počáteční podporu pro rozvoj sociálně motivovaného podnikání a chování jednotlivců a skupin. Sociální ekonomika není ani nástroj politiky zaměstnanosti, není ani jinou formou podnikání či ekonomického chování občana či skupiny. Liší se jen pořadí hodnot, způsob myšlení, cíle lidského snažení či podnikání.¹

Sociální ekonomika má kořeny velmi starého data, snad jako lidstvo samo. Hlavní roli v ní vždy hráli lidé a jejich formální spolky i neformální skupiny a jejich společné zájmy. Vzájemná podpora a solidarita vždy pomáhala lidem překonávat různá životní i majetková úskalí a rizika, ať již formou spolupráce, kooperace, vzájemné pomoci, zasíťování, či účasti na společných rizikových a pojistných fondech. Lze vzpomenout na naše tovaryšské, národovecké, okrašlovací, hospodářské a výdělkové spolky za Rakouska-Uherska, prvorepublikové kumpeličky, družstevní zásobovací

¹Rychtář, K. Knihovnička projektu. 5. díl. Sociální ekonomika a družstva, Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 8.

a odbytové centrály, svépomocná družstva, či dodnes činné dobrovolnické hasičské sbory.

Dnešní sociální ekonomiku zemí Evropské unie i dalších zemí Evropy můžeme rozpoznat nejčastěji jako družstevní a podobné sítě (družstva jsou v sociální ekonomice základním prototypem vztahů a účelu), vzájemně podpůrné rizikové, zdravotní a sociální fondy (občanské i podnikové), družstevní záložny, kasy a banky, družstevní pojišťovny, družstva kulturní, dopravní, telefonizační, elektrizační a jiná, ale také ekonomicky aktivní nevládní, neziskové organizace, nejčastěji na členském základě. Nerozhoduje ani tak právní forma, jako povaha sdružení a hospodaření, vztahy a účel. Do oboru sociální ekonomiky patří i běžná sousedská výpomoc a místní spolky, solidární vztahy v rodině, a také nejrůznější občanské iniciativy, formalizované i neformální. Sociální ekonomice bychom taky mohli říkat ekonomika demokratická, samosprávná, nebo spolková.²

Koncept sociální ekonomiky představuje moderní řešení některých témat, jimž čelí země západní Evropy na prahu 21. století. Jde jednak o poskytování služeb na místní úrovni (zejména sociálních), o téma integrace osob ohrožených sociální exkluzí na pracovní trhy. V neposlední řadě se sociální ekonomika týká šetrného využití a rozvoje místních zdrojů při realizaci programů místního rozvoje (zdrojů lidských, materiálních a finančních). Koncept sociální ekonomiky vychází z premisy (předpokladu), že stát již nemůže v plné míře sociální potřeby obyvatelstva uspokojovat ani finančně zabezpečovat a že ani čistě komerční pojetí nevyhovuje nárokům moderní demokratické společnosti především na dostupnost služeb a uplatnění veřejného zájmu.

Sociální ekonomikou a jejími subjekty se již několik let zabývají experti na půdě Evropské unie. „Společnou charakteristikou subjektů sociální ekonomiky je akcentování sociálních cílů, důraz na prvky podnikání, avšak nikoli potřeba maximálního obrátu a zisku. Jejich základními hodnotami jsou solidarita, sociální soudržnost, sociální odpovědnost, demokratické řízení, participace občanů a autonomie. Jsou kombinací

² Hunčová, M. Knihovnička projektu. 6. díl. Sociální ekonomika v Evropě a ve světě. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 10.

podnikatelského zaujetí a ohledů k veřejnému zájmu.“(Definice dle Evropského ekonomického a sociálního výboru EU, INT/242)³

Uvedli jsme si jednu z definic sociální ekonomiky. Není ji však lehké definovat ani z pohledu typů právnických osob. Lze ji spíše popsat souborem charakteristických aktivit, vztahů, cílů a typových aktérů. Za základní charakteristické rysy sociální ekonomiky lze považovat:

- spojení ekonomických aktivit a sociálních užitků, produkované sociální efekty a pozitivní sociální externality (dopady)
- privátní (nestátní) povaha subjektů
- samospráva a autonomie na státu (a případně na trhu)
- demokratické rozhodování na principu 1 člen = 1 hlas
- vzájemná svépomoc a vzájemná podpora členů
- účast na trhu s ne-pro-ziskovými cíli a neziskovými užitky (částečná nebo plná nedistribuce zisku)
- smluvní dobrovolnost (zejména mezi členy a spolkem)
- otevřenost struktur a s tím související variabilita fixního kapitálu, spojená s potřebou jeho stabilizace a ochrany
- neziskový kapitál, daný vztahem výrobních faktorů „sdružená práce zaměstnává a ovládá kapitál“
- vícezdrojové financování aktivit, a to včetně zapojování nemonetárních zdrojů svépomoci, kooperace a zasítování
- vazba na zdroje a užitky na lokální a regionální úrovni
- participace členů, jako zaměstnanců a klientů - zákazníků na majetku, financování, rozhodování a na užitcích a rizicích, participace podílníků na financování aktivit a užitků „v důvěře“
- partnerství s veřejným sektorem v rámci veřejných politik⁴

³ Ambrož, M. a kol. Sociální firma – výzva v podnikání 21. století. Praha: Fokus, 2007, s. 13.

⁴ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 19.

1.2 Model sociálně-ekonomického prostoru

Pojem sociální ekonomiky a další související pojmy je vhodné vnímat prostřednictvím jejich specifik, spojitostí a odlišností, skrze účel a smysl. Jde zejména o tyto pojmy: **ekonomika sociální** jako ekonomika demokratická - spolková - samosprávná - občanská - ne-pro-zisková, autonomní na státu, operující na rozhraní sektoru netržního a tržního, s kořeny v sektoru komunitním. Bývá také považována za určité synonymum pojmu "**třetí sektor**", byť se s ním přímo nekryje. Pojem **sociální** (ekonomika) říká, že jde o ekonomiku *sociotvornou*, tj. ekonomiku s pozitivními efekty na sociální soudržnost či sociální kapitál (souhrn pozitivních vazeb a vztahů mezi jednotlivci v komunitě, společnosti, soudržnost a potenciální zdroj rozvoje). Tyto efekty mohou mít vliv také na udržitelnost (životu, krajiny, životního prostředí, genofondu, lidí v krajině apod.). Jde tedy o *ekonomiku taženou prací*, na rozdíl od ziskově orientované *ekonomiky tažené kapitálem*, i když se obě mohou pohybovat na trhu. Jde o ekonomiku společenskou, poskytující způsobem sobě vlastním osobám a komunitám "rovné příležitosti" k sociálnímu začlenění, začlenění do trhu práce, tj. k obživě, k solidárnímu zajištění rizik a k sociálně dobrému životu. Poskytování pomoci sociálně slabším a poskytování sociálních služeb je obsahem pojmu solidarita a sociální ekonomika je obsahuje vedle dalších sociálních efektů.⁵

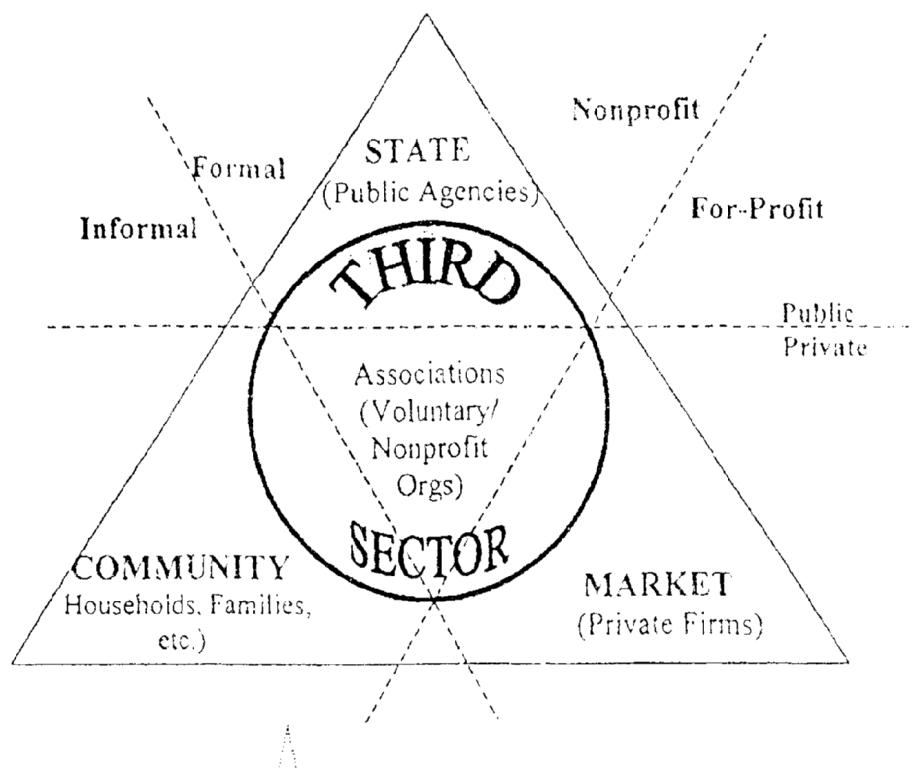
Jak již bylo řečeno, sociální ekonomika bývá obvykle zahrnována do soukromého – občanského sektoru, respektive na pomezí sektoru tržního a netržního. Pro vysvětlení bývá používáno několik sektorových modelů. Dle Hunčové k objasnění konceptu sociální ekonomiky nejlépe vyhovuje Pestoffův model sociálně ekonomického prostoru, který autor nazval **Trojúhelník sociálního mixu** (Welfare mix triangle) a prezentoval v roce 1995. Mimo čtyř základních sektorů vymezuje také prostor občanské samosprávy. V dále uvedeném schématu z roku 1995 samosprávný občanský mix sektor ještě splývá s pojmem třetí sektor (sektor neziskových organizací), v dalších Pestoffových pracích z roku 1999 je mu však nadřazen, a někdy opět bývá samosprávný občanský mix sektor ztotožňován s polem obývaným aktéry sociální ekonomiky v jejím

⁵ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 12.

širokém pojetí. V užším pojetí sociální ekonomiky však její aktéři operují ve fluktuálním pásmu kolem sektorového rozmezí tržní/netržní, respektive zisk/ne-zisk.

K představě prostoru, kde se popisované děje a vztahy odehrávají může napomoci čtyřsektorový **model socio-ekonomického prostoru „Welfare Mix“**.⁶

Obr. č 1 Model socio-ekonomického prostoru „Welfare Mix“



Zdroj: Halásek (1994), Pestoff (1995) – prezentace v: Hunčová (2004)⁷

Představme si, že jednotlivé vnější rohy trojúhelníku obývají socio-ekonomické subjekty.

⁶ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 12.

⁷ Slovníček: State – stát; Market – trh; Community – společenstva příbuzenská, přátelská, sousedská, místní, profesní a další; Nonprofit – neziskový (nikoli pro zisk); Pro-profit – ziskový (pro-zisk); Public – veřejný; Privat - soukromý; Formal – formalizovaný; Informal – neformalizovaný; Third sector – třetí sektor; Associations (Voluntary Nonprofit Orgs) – sdružení (dobrovolnické neziskové organizace); Public Agencies – instituce veřejné správy; Private Firms – soukromé podnikatelské subjekty (kapitálově – tj. ziskově orientované firmy); Householders, Families, etc. – domácnosti, rodiny apod.

V pravém rohu trojúhelníku sídlí **trh** (1. sektor) se svými privátními firmami vlastnictví. Tento sektor je vymezen jako soukromý, formalizovaný a pro-ziskový. Distribuce statku zde probíhá jako dobrovolná směna na základě nabídky a poptávky. Ekonomika je tu „tažena kapitálem“ a hlavním hybatelem je touha po zisku. Mechanismus neviditelné ruky trhu má tendenci z objektivních důvodů opakovaně selhávat.

V horním rohu trojúhelníku sídlí **stát** (2. sektor) se svou veřejnou mocí, veřejnými autoritami a institucemi veřejné správy. Sektor je vymezen jako veřejný, formalizovaný a neziskový. Redistribuce veřejných statků a důchodů je založena na nedobrovolné solidaritě prostřednictvím výběru daní a poplatků. Hybatelem je *veřejná volba* a mediátorem *veřejné finance*. Stát, který převzal větší část sociální odpovědnosti za své občany, dnes z objektivních důvodů selhávat.

V levém rohu trojúhelníku sídlí **komunity** (4. sektor) – rodiny, domácnosti, přátelské, sousedské a další skupiny se svou netržní ekonomikou. Sektor je vymezen jako neformalizovaný, soukromý a neziskový. Hybatelem je touha lidského rodu přežít a potřeba osob užít se. Distribuce hodnot probíhá obvykle na základě reciprocity a dobrovolné, mezigenerační solidarity. Vládne tu autorita, tradice a morálka. Současná doba je však charakteristická rozpadem těchto hodnot a krizí komunit.

Uprostřed velkého trojúhelníku je pomyslnými pomezními liniemi vymezen vnitřní trojúhelník jako sídlo **nevládních neziskových organizací** (3. sektor). Tyto organizace lze vymezit jako neziskové, soukromé a formalizované. Ekonomika je zde „tažena prací“ jejími zájmy. Distribuce hodnot je obvykle dobrovolná, solidární a „v důvěře“. Hybatelem je potřeba osob sdružovat se ke společným užitkům. Nesoustavnost aktivit a heterogenita vztahů činí tento sektor poněkud labilním.

Pomyslný kruh uprostřed trojúhelníku přesahuje prostor nevládních neziskových organizací do všech tří sousedních sektorů.. Pestoffem je označen jako *třetí sektor*, jindy jako **občanský samosprávný mix sektor**. Jeho jednotícím znakem je *občanská samospráva* a charakteristickým rysem mix, respektive heterogenita vztahů. Neziskové organizace v tomto prostoru označujeme jako **nestátní neziskové organizace**.

Na povahu každého jednoho sektoru mají vliv zejména charakteristiky, zdroje a užítky jeho hráčů, převládající vztahy uvnitř i vně sektoru a struktura sektoru. Zda bude který aktér (subjekt) do toho kterého sektoru, zda dojde k zahrnutí hráče do hry nebo vyjmutí ze hry, závisí na samotných účastnících této hry. Sektorová pole a prostor aktivit jednotlivých hráčů můžeme považovat za „fluktuální pásmo“ spíše nežli za pevně vymezený prostor. Prostor aktivit **sociální ekonomiky** bychom našli nejspíše na obě strany podél rozhraní zisk/ne-zisk, respektive tržní/netržní. Je patrná složitost celého konceptu sociální ekonomiky. Ku prospěchu věci může být fakt, že odborníci EMES NETWORK (což je badatelská evropská síť zabývající se sociální ekonomikou) se v poslední době přiklání k názoru, že rozlišovat mezi sociální ekonomikou a třetím sektorem není vlastně třeba a že je lze považovat svým způsobem za synonyma.⁸

Sociální ekonomika představuje alternativní možnosti řešení sociálních, ekonomických a ekologických problémů. V České republice se dostává do všeobecného povědomí zatím pomalu. Není dosud formálně definována, chybí legislativní ukotvení, neexistuje orgán na vládní ani jiné úrovni, jehož předmětem by byla sociální ekonomika a existuje všeobecně nízké povědomí o obsahu tohoto pojmu. K tomu, aby mohla sociální ekonomika plně rozvinout své předpoklady, potřebuje zkušené odborníky. Přispět k tomu mohou zejména vysoké školy, které už začínají sociální ekonomiku stejně jako sociální marketing nebo téma společenské odpovědnosti firem zahrnovat do svých studijních programů. Jde o to, aby lidé uměli více podnikatelsky přemýšlet a díky tomu, že se studenti na vysokých školách budou učit základům podnikání, pravidlům sestavení podnikatelského plánu a budou znát legislativu, budou moci v budoucnu sociálně ekonomické aktivity snáze rozvíjet a myšlenky sociální ekonomiky dále podporovat. Obor vytvářející možnosti pro uplatnění absolventů v tzv. třetím (občanském, neziskovém) sektoru byl založen např. na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze. Jedná se o magisterské studium na Katedře studií občanské společnosti. Cílem studijního oboru Studia občanského sektoru je vzdělávat odborníky na problematiku občanské společnosti a neziskového sektoru.⁹

⁸Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 13-14.

⁹Dohnalová, M. Corpor AID magazín, č. 03/08, s. 7.
http://www.arsczech.org/files/publikace_prosinec_DESIGN.pdf, 2011-03-06.

V našem prostředí, díky specifickému historickému vývoji po druhé světové válce, dnes existují určité bariéry jak k pochopení konceptu sociální ekonomiky, tak institucionální a zájmové bariéry pro její účinnou a účelnou aplikaci do legislativy, politik a do praxe. Tyto překážky není lehké překonat, přestože sama praxe, zdá se, si již cestu našla. Sociální ekonomika je dnes považována za lék, který má pomoci „polidštit“ globalizovaný trh i sociální stát. Má být cestou ke svobodě, k demokracii a k prosperitě, zejména tam, odkud dnes odcházejí lidé za prací a za „lepším“, nebo tam, kde se lidem nedaří, stát již nemá sílu nebo zájem je podporovat přímo a místní trhy dostatečně nefungují.

1.3 Dílčí závěr

Závěrem této kapitoly, ve které jsem se věnovala tématu sociální ekonomiky, shrnu z mého pohledu to podstatné. Sociální ekonomika je taková ekonomika, která se trhu účastní obvykle nikoli k dosažení zisku pro zisk samý, ale k dosažení jiného užitku prostřednictvím úhrady nákladů či prostřednictvím zisku. Taková ekonomika se nazývá **ekonomikou taženou prací**, ekonomikou **ne-pro-ziskovou**, tedy z důvodu jejího prvotního účelu **ekonomikou sociální**.¹⁰

¹⁰ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s.32.

2. Sociální podnikání, sociální podnik a jeho formy

Ve druhé kapitole se zamyslím nad tím, co zdánlivě protikladná slova *sociální* a *podnikání* reprezentující levicovou a pravicovou verzi světa dohromady znamenají. Zjednodušeně bychom mohli sociálnímu podnikání přiznat dva radikální výklady. Z jedné strany by šlo o zcela běžné provozování firmy v tržních podmínkách, které ale bere v nějaké míře ohled na sociální rozměr. Na druhé straně zaznamenáváme snahu vidět v sociálním podnikání zcela nový typ aktivit přinášejících nejen ekonomické a sociální, ale i ekologické a demokratické blaho.

2.1 Sociální podnikání a sociální podnik

V rámci pojmu sociální podnik, případně sociální podnikání, vychází pojem **sociální** z pojmu **societa** a prezentuje fakt spolčení se osob k dosažení ne-osobních užitků na základě demokraticky formulovaného společenského konsenzu o užitcích (v obecném zájmu) a o cestě k jejich dosažení. **Podnikáním** je tu míněno vnášení a realizace **inovací** týkajících se způsobu a druhu užitku, organizace spolčení a podniku, zapojení zdrojů a podobně, vždy za přítomnosti již řečených významných **ekonomických rizik** nesených účastníky v rámci jejich účasti na majetku, financování a rozhodování jako členů a nebo podílem na financování "v důvěře" v případě podílníků.¹¹

Pole, kde se pohybují ne-pro-ziskové a neziskové sociální podniky si můžeme představit jako prostor podél **rozmezí tržní a netržní** (pohybují se na obou stranách současně) s tím, že se jednotlivé subjekty mohou v průběhu času vlivem globalizujícího se trhu, státních zásahů nebo charakteru vnitřních vztahů z tohoto pole vychylovat. Pokud se příliš vychýlí do trhu, takzvaně se kapitalizují, ztrácejí svůj charakter ne-pro-ziskového podniku a často mění i právní formu. Při přílišném vychýlení do prostoru státu (například díky státním zásahům nebo přílišné závislosti na veřejných financích), ztrácejí svou samosprávnost a dle studií mohou zvyšovat pro-korupčnost prostředí. Při přechýlení do sektoru komunit se sociální podniky vlastně vracejí ke svým kořenům.

¹¹Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, s. 29.

Sociální podnikání je v posledních několika letech v České republice poměrně diskutovaným tématem. Nejvíce jeho aktivit se soustředilo kolem programu CIP EQUAL (Program Iniciativy Společenství EQUAL) financovaného z Evropského sociálního fondu a jeho programu OP LZZ.¹² Cílem programu je přispívat k zajišťování rovného přístupu k zaměstnání prostřednictvím hledání a ověřování postupů potlačujících diskriminaci a nerovnost při práci a při hledání zaměstnání. Tento program tedy na celém území EU podporuje mezinárodní spolupráci při vývoji a prosazování nových nástrojů boje se všemi formami diskriminace a s nerovnostmi na trhu práce. Program Iniciativy Společenství EQUAL je spolufinancován 73 % z Evropské unie - Evropského sociálního fondu a 27 % ze státního rozpočtu České republiky.¹³

Tento program finančně podporuje skupinu inovativních mezinárodních projektů zaměřených na sociální ekonomiku a zároveň podporuje v rámci tzv. Národně tématické sítě vytváření společné platformy k jednotlivým projektům. Díky této iniciativě byly za přizvání mnoha odborníků vně této sítě vytvořeny definice sociální ekonomiky, sociálního podnikání a sociálního podniku včetně jeho principů. Předkládané závěry jsou výsledkem společné práce zástupců nestátních neziskových organizací, družstev a akademické sféry, kteří se konsensuálně dohodli na pojetí sociální ekonomiky tak, jak by podle nich mělo být pojímáno v České republice. Jedná se o průnik tzv. anglosaského pojetí více zdůrazňujícího podnikání a tzv. jižanského pojetí kladoucího větší důraz na vzájemnost a svépomoc. Podpora a rozvoj sociální ekonomiky v ČR by měla vycházet z historických a politických specifíků, aniž by tím došlo k deformaci základních principů. „Sociální podnikání řeší prostřednictvím samostatné podnikatelské aktivity a účasti na trhu otázky zaměstnanosti, sociální soudržnosti a místního rozvoje. Svou činností podporuje solidární chování, sociální začleňování a růst sociálního kapitálu zejména místní úrovni s maximálním respektováním trvale udržitelného rozvoje.“¹⁴

¹² Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost je zaměřený na snižování nezaměstnanosti prostřednictvím aktivní politiky trhu práce, profesního vzdělávání, dále na začleňování sociálně vyloučených obyvatel zpět do společnosti, zvyšování kvality veřejné správy a mezinárodní spolupráci v uvedených oblastech. <http://www.esfcr.cz/07-13/oplzz>, 2011-03-13.

¹³ <http://www.esfcr.cz/slovník/equal> , www.esfcr.cz, www.strukturalni-fondy.cz, 2011-03-13.

¹⁴ Mészáros, P. a kol. Sociální podnikání 10 úspěšných příkladů z Evropy. Praha: Nový Prostor, 2008, s. 262.

Výše uvedenou definici můžeme porovnat s definicí sociálního podnikání, která byla přijata britskou vládou již v roce 2002 a je dnes nejčastěji uznávanou. Sociální podnikání je dle této definice vymezeno následovně: „**Sociální podnikání je podnikání s primárně sociálními cíli, jehož hospodářský zisk je v první řadě znovu investován do podnikání za stejným účelem nebo do rozvoje místní komunity, spíše než aby se jednalo o podnikání vedené potřebou maximalizovat zisk pro zainteresované skupiny, osoby či vlastníky.**“¹⁵

Z uvedených definic je patrné, že sociální podnikání je vymezeno velmi široce. Stejně tak je to i s pojmem sociální podnik. V širším pojetí může být za sociální podnik považován každý ekonomický subjekt, který poskytuje sociální péči a pomoc sociálně potřebným s tím, že se předpokládá vícezdrojové financování a případné napojení na vládní politiky, zejména na místní a regionální úrovni.

Sociální podniky jsou především malé a střední podniky s typem činnosti, která nevyžaduje velké kapitálové vstupy, opírající se o tržní požadavky místní a regionální. Vznikají a rozvíjejí se za podpory místních (obecních nebo regionálních) struktur či zastupitelstev, jsou podporovány státními orgány, samosprávnými konsorcií i podnikatelskými svazy. Jejich přínosem je především řešení nezaměstnanosti, nejen zdravotně handicapovaných, ale i např. absolventů a problémových skupin obyvatel. Tyto podniky však nepůsobí jen v oblasti sociálních služeb (sociální ochrana, výchova a školení, pečovatelské služby, bydlení pro sociálně slabé, sousedské služby, atd.), ale jsou aktivní i v různých oblastech komerčního sektoru, jako je např. pojišťovnictví, zemědělská výroba, řemeslný obchod, spotřebitelské záležitosti, lékárenství apod. Svým vznikem pomáhají řešit naléhavé problémy současnosti, jako jsou např. vzrůstající nezaměstnanost, nedostatek bytů pro mladé rodiny, zachování životního prostředí, ochrana zdraví. Při řešení těchto problémů spolupracují občanské iniciativy na principu využívání ekonomické solidarity.

Pro sociální podniky není důležité, jakou mají právní normu, musí se však jednat o subjekty soukromého práva. Podle současného právního řádu se může jednat o družstva, občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, církevní právnické osoby,

¹⁵ Ambrož, M. a kol. Sociální firma – výzva v podnikání 21. století. Praha: Fokus, 2007, s. 13.

sdružení s ručením omezeným, akciové společnosti a osoby samostatně výdělečně činné. Příspěvkové organizace ani obce tedy nemají být sociálním podnikem, protože nejsou autonomní, tj. jsou součástí veřejné správy.¹⁶

Sociální podniky jsou charakterizovány především svou povahou, svými vlastnostmi, tzn. sociálními cíli a výsledky, tím, jak je jejich sociální poslání zabudováno do struktury a systému řízení, a způsobem, jak využívají své zisky z podnikatelské činnosti.

¹⁶ Mészáros, P. a kol. Sociální podnikání 10 úspěšných příkladů z Evropy. Praha: Nový Prostor, 2008, s. 262.

Dle Mészárose a kol. by měly sociální podniky naplňovat následující základní principy:¹⁷

Obrázek č. 2 Principy sociálního podniku

PRINCIPY SOCIÁLNÍHO PODNIKU	1. Obecně prospěšný cíl, který je formulován ve stanovách nebo statutu	2. Participace, demokratické rozhodování a sociální kapitál	3. Specifické financování a použití zisku	4. Místní rozměr
STANDARDY	<p>Sociální podnik je orientovaný na řešení otázek zaměstnanosti, sociálního začleňování a místního rozvoje.</p> <p>Vzniká a rozvíjí se na konceptu tzv. trojího prospěchu – ekonomického, sociálního a environmentálního</p>	<p>Je posílena role vnitřních a vnějších vztahů sociálního podniku:</p> <p>a) Vnitřní vztahy sociálního podniku směřují k maximálnímu zapojení členů/pracovníků do rozhodování a k samosprávě.</p> <p>b) Vnější vztahy s okolím posilují sociální kapitál sociálního podniku a místních společenstev.</p>	<p>Finanční vztahy a hospodaření sociálního podniku. jsou podřízeny obecně prospěšnému cíli uvedenému ve stanovách/statutu/zakládac í listině.</p> <p>Hospodaření sociálního podniku směřuje k dlouhodobé ekonomické stabilitě a udržitelnosti (interní i externí).</p> <p>Případný zisk z účasti na trhu je používán přednostně pro rozvoj sociálního podniku</p> <p>a/nebo pro naplnění jeho obecně prospěšných cílů.</p> <p>Sociální podnik nese ekonomická rizika.</p>	<p>Sociální podnik uspokojuje přednostně místní potřeby a využívá přednostně místní zdroje.</p>
KOMENTÁŘE	<p>Princip tzv. trojího prospěchu je překladem často používaného anglického pojmu <i>triple-bottom line</i>.</p> <p>Obecně prospěšného cíle je dosahováno ekonomickými aktivitami, které jsou definovány v podnikatelském záměru, ve stanovách, statutu a/nebo dalších dokumentech.</p> <p>Sociální podnik působí ve všech sférách hospodářství.</p> <p>Právní forma sociálního podniku není rozhodující.</p>	<p>Sociální podnik není přímo ani nepřímo řízen veřejnými institucemi nebo soukromými institucemi a jeho případná závislost nesmí ohrožovat žádný z jeho principů.</p> <p>V sociálním podniku je kladen důraz na vyváženost mezi demokratickým rozhodováním (strategie) a manažerským řízením (operativa).</p> <p>Pro organizace založené na členském principu (např. družstva) platí princip 1 člen = 1 hlas.</p>	<p>Sociální podnik se snaží o vytváření zisku/přebytku. Zisk však není primárním cílem podnikání.</p> <p>Převážná část zisku není rozdělována mezi společníky, manažery, členy, akcionáře nebo vlastníky.</p> <p>V závislosti na právní formě mohou případní členové nést ekonomická rizika prostřednictvím podílu na majetku, financování a rozhodování.</p> <p>Sociální podnik může mít vícezdrojové financování.</p>	<p>Sociální podnik vstupuje do místních iniciativ a partnerství, přispívá k místnímu rozvoji znevýhodněných oblastí.</p> <p>Podporuje smysl pro společenskou odpovědnost na místní úrovni.</p>

Zdroj:¹⁷ Mészáros, P. a kol. Sociální podnikání 10 úspěšných příkladů z Evropy. Praha: Nový Prostor, 2008, s. 261.

2.2 Formy sociálního podniku

V souvislosti s formami sociálního podniku jsem se zeptala deseti lidí, v čem je rozdíl mezi neziskovou organizací a firmou. Devět z nich mi odpovědělo zhruba takto. „Firma vznikla pro dosahování zisku a neziskové organizace jsou financovány z darů – žádný zisk tedy mít nemají.“ Rozdíl je ale v něčem jiném. Firmy mají své majitele a ti se mohou rozhodnout, jak naloží s dosaženým ziskem – kolik se vyplatí vlastníkům, kolik se reinvestuje do rozvoje firmy apod. Neziskové organizace žádné vlastníky, kteří by si mohli rozdělit zisk, nemají. Veškeré příjmy zůstávají v organizaci a jsou použity pro naplňování jejího poslání, tedy k obecně prospěšným účelům, a k jejímu dalšímu rozvoji. A podobně je to i v sociálním podniku, přestože ani takto černobíle to není.

Podle Hunčové (2008) jsou sociálním podnikem zejména:

- Autentická družstva jako výdělková a hospodářská společenstva, nejlépe družstva sociální, sloužící k zajištění obživy a ekonomickému, sociálnímu či kulturnímu pozvednutí členů a jejich komunit.
- Vzájemné podpůrné spolky a jejich fondy (včetně typu vzájemnostních pojistných fondů) k předcházení a sanaci životních a majetkových rizik, tj. pokud tyto fondy nebyly kapitalizovány na obchodní podniky nebo socializovány na státem obhospodařované fondy. Patří sem také nadace a nadační fondy, případně úvěrová družstva a záložny.
- Sdružení, zejména personálně členská sdružení osob, někdy také personální sdružení osob a účelová sdružení majetku bez členů, ustavovaná v obecném zájmu.¹⁸

V případě sociálního podniku WISE (Work Integration Social Enterprise), tzn. sociální podniku určeného pro sociální integraci osob a komunit prostřednictvím integrace do trhu práce, jsou pod pojmem sociálního podniku zahrnována také:

- Sociální družstva (překračující princip vzájemnosti více do sociálních užitků místních společenstev, komunit).

¹⁸ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi. Bruntál: Vlastenecký poutník. 2008, s. 35-36.

- Sociální firmy (kapitálově orientované podnikatelské subjekty, poskytující zaměstnání sociálně a z trhu práce vyloučeným osobám, a to zejména zaměstnání asistované).
- Komunální firmy (rozšiřující nabídku zaměstnání a sociálních služeb v místních podmínkách včetně veřejně prospěšných prací).

Z hlediska našich právních forem můžeme za sociální podniky považovat také naše **nadace** (a podobné „podniky“ zajišťující zdroje financování pro neziskové aktivity), **obecně prospěšné společnosti** (jako „podniky“ poskytující obecně prospěšné služby) a **církevní právnické osoby** (jako „podniky“ poskytující charitní služby a humanitární pomoc). Můžeme sem zařadit také **občanská sdružení** (ta, která zejména prostřednictvím svých organizačních složek a provozoven poskytují služby třetím osobám). Členské rozhodování bývá doplněno nebo nahrazeno dohledem prostřednictvím správní a dozorčí rady nebo obdobným způsobem.

V této chvíli bych se zastavila u jedné z forem sociálního podniku, a to u družstva. **Družstvo** ve své čistě podobě jako neuzavřené společenství fyzických nebo právnických osob je od počátku jedním z uznávaných pilířů sociální ekonomiky – vedle sdružení (asociací), nadací a tzv. „mutuálek“ (vzájemných společností). 160 let tradice družstevnictví (1847-2007) přineslo mnoho zkušeností, změn a poznatků, ale také zvratů. Ideje družstva byly přerušeny válkami, „poškozeny“ spojením s kolektivizací (zejména v zemědělství v 50. letech), novodobá historie tzv. „kampeliček“ v 90. letech také neprospěla společenskému image. Základní idea - sdružování se k získávání kolektivní ekonomické výhody – je stále aktuální. Hrozbu, které čelili v první polovině 20. století živnostníci, řemeslníci, obchodníci a zemědělci, stírají dnes stále čitelnější důsledky globalizace trhů a ekonomik. Tradice družstev jsou aktuální inspirací také pro znevýhodněné lidi, ohrožené vyloučením z globálního trhu práce a kterým žádný státní sociální systém sám o sobě neumí pomoci k plné realizaci. S životní úrovní roste i počet a pestrá paleta příležitostí i v netradičních oborech výroby a služeb pro chytré, iniciativní a odvážné, zejména na místní úrovni, v regionech, městech i obcích.¹⁹

¹⁹ Hunčová, M. Knihovnička projektu. 5. díl. Sociální ekonomika a družstva. Bruntál: Vlastenecký poutník. 2008, s. 2.

Sociálním podnikem je i **sociální firma**. Je jedním ze subjektů sociálního podnikání, kterou ustavuje a provozuje klasický podnikatel, prvek členství jako u družstev se zde neobjevuje. **Sociální firma** je konkurenceschopný podnikatelský subjekt působící na běžném trhu, jehož účelem je vytvářet pracovní příležitosti pro osoby znevýhodněné na trhu práce a k tomu jim poskytovat přiměřenou pracovní a psychosociální podporu.²⁰

Evropská organizace CEFEC²¹ (Evropská konfederace sociálních firem, zaměstnaneckých iniciativ a sociálních družstev, založena v roce 1987) vymezuje sociální firmu takto:

- Je vytvořena za účelem zaměstnávání lidí s postižením nebo jinak znevýhodněných na trhu práce.
- Je to podnikatelský subjekt, který využívá vlastní tržně orientované výroby zboží a služeb k naplňování svých sociálních cílů (vydělává více než 50% příjmu prodejem výrobků nebo služeb).
- Podstatný počet zaměstnanců jsou lidé s postižením nebo jiným znevýhodněním na trhu práce.
- Každý zaměstnanec dostává tržní mzdu nebo plat odpovídající jeho práci.
- Pracovní podmínky jsou rovné mezi zaměstnanci se znevýhodněním a zaměstnanci bez znevýhodnění.
- Všichni zaměstnanci mají stejná práva a povinnosti.
- Všichni zaměstnanci získávají podporu při nalézání alternativního zaměstnání na pracovním trhu.

CEFEC si tedy klade za cíl podpořit lidi s postižením nebo s problémy v oblasti duševního zdraví, tj. dosáhnout vhodného zaměstnání, udržet si zaměstnání v podniku, dostávat normální plat.

Z potřeby definovat a rozpoznat sociální firmu v podmínkách ČR a tím ji odlišit od dalších modelů zaměstnávání znevýhodněných osob vznikly standardy sociální firmy. Mají napomoci k ujasnění hlavních charakteristik sociální firmy a porozumění základním hodnotám, ke kterým se sociální firma hlásí.

²⁰ Ambrož, M. a kol. Sociální firma – výzva v podnikání 21. století Praha: Fokus, 2007, s. 25.

²¹ www.cefec.org, www.socialni-ekonomika.cz, 2011-03-13.

Při tvorbě standardů, které ve zjednodušené verzi předkládám, se autoři inspirovali britským modelem sociální firmy. Jedním z hlavních důvodů velkého rozmachu sociálního podnikání ve Velké Británii je obrovská podpora, kterou sociálním podnikatelům a neziskovým organizacím poskytuje vláda. Ta totiž velmi rychle pochopila, že řadu závažných sociálních problémů řeší sociální podnikání výrazně efektivněji než státní úřady. Již v roce 2002 proto Velká Británie přijala první vládní strategii na podporu sociálního podnikání. A systém finanční i vzdělávací pomoci nadějným projektům dále rozvíjí. Ve Velké Británii existuje řada sociální firem, funguje zde podpůrná struktura pro tyto firmy, organizace Social Firms UK, kde se uplatňuje dělení sociálních firem podle fáze rozvoje a tím dochází k cílené pomoci konkrétní firmě. V roce 2002 byl vytvořen tzv. Values based checklist – seznam kritérií, která popisují sociální firmu a jež by měly všechny sociální firmy splňovat. Tyto charakteristiky stojí na třech hlavních pilířích: podnikání, zaměstnávání a podpůrné pracovní prostředí.²²

Standardy sociální firmy (SF) se opírají o tři pilíře:

- **Pilíř Podnikání** – SF 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.
- **Pilíř Zaměstnávání** – SF zaměstnává kromě osob bez jakéhokoliv znevýhodnění i stanovené procento osob znevýhodněných. Za znevýhodněné jsou považováni jak zdravotně (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

²² <http://www.socialnifirmy.cz/index.php?action=main&article=244&subject=79>, 2011-03-13.

předpokládá, že budou potřebovat dlouhodobou, popř. opakovanou pracovní a psychosociální podporu. Pracovní podmínky jsou rovnocenné pro všechny zaměstnance.

- **Pilíř Podpora** – zaměstnávání znevýhodněných není jediným cílem SF. Její sociální role spočívá také v tom, že poskytuje 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 zaměstnanců.²³

2.3 Dílčí závěr

Vymezení sociální firmy podle CEFEC a charakteristika sociální firmy podle výše uvedených standardů se v mnohém prolíná. Rovněž tak formy sociálního podniku mají mnoho společného, mají společnou filosofii, že práce zaujímá v životě člověka nezastupitelné postavení. Je důležitou podmínkou jeho důstojné existence, přináší mu nejen materiální prospěch, ale současně mu dává pocit seberealizace a společenské užitečnosti. Proto je velmi společensky prospěšné, že sociální podniky, a to v jakékoli formě, vznikají a naplňují své cíle.

²³ Ambrož, M. a kol., Sociální firma – výzva v podnikání 21. století, Praha: Fokus, 2007, s. 15.

3. Společenská odpovědnost firem

V úvodu třetí kapitoly mi dovoluji, abych zmínila diskusní pořad „Historie.cs“, který jsem nedávno shlédla v televizi. Zmiňovaný díl se jmenoval „Dynastie Baťů“ a byl věnován Baťovu odkazu dalším generacím. V této souvislosti mě napadá, že Baťa byl průkopníkem a také jedním z prvních skutečných realizátorů společenské odpovědnosti firem, přestože jeho podnikatelské chování v době jeho působení ještě nebylo takto pojmenováno. Ale je patrné, že právě Baťa byl ve své době spolehlivým, vnímavým, otevřeným a vstřícným partnerem vůči svým cílovým skupinám, tzn. zaměstnancům, akcionářům, obchodním partnerům i společnosti.

3.1 Od mecenášů a filantropů ke společenské odpovědnosti firem

Patrně nejznámějším českým **mecenášem** je Josef Hlávka (1831-1908). Tento úspěšný architekt a stavitel, bezdětný, na deset let ochrnul na nohy a částečně ztratil zrak. Sotva se v roce 1880 zázračně uzdravil, zemřela mu manželka. Oženil se podruhé a začal nový život.

Třemi Hlávkovými nejnákladnějšími „dobročiny“ byly: založení České akademie věd a umění v roce 1890, studentských kolejí roku 1901 a Národohospodářského ústavu při ČAVU roku 1906. Nikdy nedal ani haléř do politiky, stejně tak nepřispíval na ryze charitativní podniky. V roce 1904 už jako vdovec zakládá Nadaci Marie, Zdeny a Josefa Hlávkových a ustanovuje je univerzálním dědicem veškerého svého majetku (ten v té době obnášel přes pět milionů korun, velmi zhruba pět set milionů dnešních korun). Stanoví, že z čistého výnosu z tohoto majetku půjde 58,5 procenta na veškerou vědeckou a uměleckou činnost národa českého, 21,5 procenta do fondu pro snaživé a způsobilé studenty pražských vysokých škol a 20 procent Národohospodářskému ústavu. Nadace Hlávkových je nejstarší nepřerušenu nadací u nás a v současnosti vydává několik milionů korun ročně.²⁴

I dnešní **filantrop** může štědře přispívat na různé účely cizím institucím a asi nejpřirozenější je zaměřit se na přítomnost. Okamžitá filantropie pomáhá těm, kteří akutně potřebují pomoc a tím se zabývá většina charitativních organizací. Charitativní

²⁴ <http://data.idnes.cz/mfdnes/kavarna/pdf/2011/kavarna-20110305.pdf>, 2011-03-05.

pomoc bývá zpravidla bezprahová, dostane se každému, kdo ji potřebuje. Charita, zejména cílená na děti, nese rychlé společenské ovoce, proto se jí často věnují herci, modelky a další celebrity.

Další dva „časy“ filantropie mají spíš povahu mecenášství. **Retrospektivní** dobročinnost spočívá ve financování odměn za už dosažené výsledky. Asi nejznámějším příkladem ve vědě je Nobelova cena, u nás nejnověji cena Neuron, udělená poprvé loni Nadačním fondem Karla Janečka, mladého úspěšného českého matematika a byznysmena. **Prospektivní** filantropie jako by se řídila tímto čínským příslovím: „Dej člověku rybu - nasytíš ho na den, nauč ho rybařit - dáš mu jídlo na zbytek života.“ Zaměřuje se na budoucnost, financuje vzdělání, vědecké výzkumy, výtvarné počiny apod. Znamé jsou např. elitní školy Renaty a Petra Kellnerových. Prospektivní mecenášství lze tedy považovat za specifickou investici do společnosti, jakýsi reciproční altruismus.²⁵

Firemní filantropie - dárcovství se často zaměřuje se společenskou odpovědností firem (*Corporate Social Responsibility – CSR*). CSR se zaměřuje na business a zároveň na společnost, aktivně ovlivňuje jak klienty, tak zaměstnance. CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání. Filantropie, resp. pojem filantrop pochází etymologicky z řeckého slova „filanthropos“, což je složenina dvou slov: „filos“ (milující) a „anthropos“ (člověk) a do češtiny se běžně překládá jako lidumil. Filantropie je tedy láska k člověku, lidumilnost. Další příbuzné pojmy jsou dobročinnost, mecenášství a charita. Firemní filantropie je však pouze jednou součástí CSR.

3.2 Společenská odpovědnost firem

Určujícím znakem CSR je princip dobrovolnosti a možná právě proto nalezneme nepřehledné množství definic, z nichž se žádná netěší výsadnímu postavení. Pro ilustraci si uveďme alespoň některé z těch nejčastěji citovaných.

²⁵<http://data.idnes.cz/mfdnes/kavarna/pdf/2011/kavarna-20110305.pdf>, 2011-03-05.

Tři nejznámější definice CSR:

„CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.“ (Evropská Unie, Zelená kniha)

„CSR je kontinuální závazek firem chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“ (World Business Council for Sustainable Development)

„CSR je způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“ (Business for Social Responsibility)

„CSR je kontinuální závazek korporací chovat se eticky a přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se zasazovat o zlepšování kvality života zaměstnanců a jejich rodin, stejně jako lokální komunity a společnosti jako celku.“ (World Business Council for Sustainable Development, 1997)²⁶

Definice odrážejí obecně témata sociálních, ekologických a ekonomických aspektů. Vyzdvihují dobrovolnost a strategii řízení, do kterých jsou tyto oblasti začleněny.

Společensky odpovědná firma podniká v souladu s principy CSR i bezpochyby proto, aby zlepšila svoji reputaci. Ale svými aktivitami vytváří lepší dojem zcela přirozeně a nemusí si „vymýšlet“ jednorázové akce, aby se zrovna v danou chvíli zalíbila. Hrozí zde samozřejmě nebezpečí, že koncept CSR bude zneužit jen jako snaha udělat se „hezčí“ a vydávání peněz na publikace nakonec předčí samotné výdaje na CSR aktivity. Tím, že doposud ani nenalezneme jednotné standardy vymezující společenskou odpovědnost firem, je nebezpečí o to větší. Upustíme-li však od těchto praktik, musíme uznat nezastupitelnou roli Public Relation (mediální strategie) v komunikaci společenské odpovědnosti. Přirozeně dochází k prolínání obou pojmů, kdy jeden podporuje druhý a firmy, pokud se řadí ke společensky odpovědným, měly by dát o svém snažení co nejvíce vědět.

²⁶ Pavlík, M., Bělčík, M. a kol. Společenská odpovědnost organizace CSR v praxi a jak s ním dál. 1. vydání. Praha: Grada, 2010, s. 19.

Společenská odpovědnost organizací je velmi široký pojem zahrnující celou řadu aktivit, které se dají členit do ucelených oblastí CSR. Opírá se o tzv. tři pilíře – ekonomický, sociální a environmentální. Tyto tři pilíře korespondují s třemi charakteristikami – **třemi „Pé“**.

Profit - ekonomický pilíř zastřešuje především transparentní podnikání, pozitivní vztahy s obchodními partnery, boj proti nekalým obchodním praktikám, podporuje rozvoj zaměstnanosti.

People – sociální pilíř znamená vztah k lidem obecně, tento pilíř lze dále dělit na pracovní prostředí (lidé uvnitř podniku) a místní komunitu (lidé vně podniku), kdy na pracovišti i v komunitě tak podnik ovlivňuje životní úroveň, zdraví, bezpečnost, vzdělávání a kulturní rozvoj občanů.

Planet – environmentální pilíř, kdy podnik jedná uváženě tak, aby minimalizoval své dopady na živou i neživou přírodu včetně ekosystému, půdy, vzduchu a vody, aby nezatěžoval životní prostředí a chránil přírodní zdroje.²⁷

Charakteristické rysy CSR

- **tři roviny aktivit** – ekonomická činnost firmy, sociální rozvoj a ochrana životního prostředí
- **dobrovolnost** – podnik veškeré odpovědné aktivity vykonává dobrovolně, nad rámec svých zákonných povinností
- **dialog se stakeholders** – zapojení zainteresovaných stran, které firmu výrazně ovlivňují
- **dlouhodobý charakter** – aktivity CSR jsou realizovány dlouhodobě a nekončí, pokud se podnik ocitne v horší ekonomické situaci
- **důvěryhodnost** – CSR přispívá k posílení důvěry ve firmu; činnosti však musí být transparentní, trvalé a nezveličované.

²⁷ Pavlík, M., Bělčík, M. a kol. Společenská odpovědnost organizace CSR v praxi a jak s ním dál. 1. vydání. Praha: Grada, 2010, s. 25.

Stakeholders

Pojem, který se vyskytuje v definicích a představuje klíčový faktor v oblasti společenské odpovědnosti firem, jsou „stakeholders“ neboli zainteresované či participující skupiny osob, institucí a organizací, které mají přímý či nepřímý vliv na chod podniku nebo jsou existencí podniku sami ovlivněni. V české terminologii nenalezneme přesný překlad tohoto slova, proto budu i nadále pojem stakeholders, zainteresované či participující strany používat jako rovnocenné termíny.

Stakeholders se nejčastěji rozdělují na dvě skupiny – primární a sekundární.

Primární stakeholders

- Vlastníci, akcionáři a investoři
- Zaměstnanci
- Zákazníci (stávající i potenciální)
- Obchodní partneři – zejména dodavatelé a věřitelé
- Místní komunita
- Environmentální neziskové organizace a další mluvčí za životní prostředí

Sekundární stakeholders

- Konkurenti
- Veřejnost
- Média
- Lobbisté a různé nátlakové skupiny
- Občanská a obchodní sdružení
- Vládní instituce a samosprávné orgány²⁸

²⁸ Zájmové skupiny Stakeholders jsou jedinci, skupiny či jiné organizace nějak svázané s organizací.
<http://www.csr-online.cz/page.aspx?csr,2011-03-05>.

Obr. č. 3 Příklady indikátorů a oblastí zájmu CSR podle zainteresovaných skupin

STAKEHOLDERS							
	Vlastníci akcionářů investoři	Zaměstnanci	Zákazníci spotřebitelé	Dodavatelé obchodní partneři	Konkurence	Vláda	Neziskové organizace nátlakové skupiny
Ekonomika	Finanční toky mezi organizací a poskytovateli kapitálu	Umožnění kariérního růstu a zvyšování kvalifikace	Spokojenost zákazníků, snižování počtu reklamací a stížností	Dodržování dohodnutých podmínek dodání produktů a služeb, termínů splatnosti	Respektování ochrany duševního vlastnictví	Dotace, granty, daňové úlevy a ostatní druhy finančních benefitů, které získali	Firemní filantropie, dary neziskovým organizacím, samosprávě a ost. organizacím ve finanční i nefinanční podobě
	Dlouhodobá stabilita firmy	Přiměřené mzdy, spravedlivé ohodnocení	Dostupnost výrobků a služeb	Kvalita cen a dodávaných produktů	Respektování pravidel férového konkurenčního boje	Samoregulace firem nad rámec zákonů	Závazky investovat do programů komunit
	Uplatňování principů dobrého řízení tzv. „corporate governance“	Trénink a vzdělání	Marketingová a reklamní etika – etický kodex	Nezneužívání moci, spokojenosti partnerů a doby trvání partnerství	Nezapojoování do obchodní kartelů	Produkce přidané hodnoty v místě podnikání	Sociální dialog
	Soulad podnikatelských aktivit s očekávaním akcionářů	Vytvoření etického kodexu	Férová reklama, přiměřené informace				
Společnost	Zvažování vlivu investic na vývoj lidských práv	Zdraví a bezpečnost zaměstnanců	Zdraví a bezpečnost zákazníků	NE úplatkářství a korupce	Dodržování společných etických kodexů	Příspěvky politickým stranám	Rozvoj lidského kapitálu, infrastruktury a zaměstnanosti
	Přehlednější hodnocení výročních zpráv a množství informací	Vyváženost osobního a pracovního života	Monitorování lidských práv v obchodním řetězci, jejich vnímání, případný bojkot	Rovné příležitosti pro výběr dodavatelů		NE úplatkářství a korupce	Rekvalifikace propuštěných zaměstnanců
	Transparentní účetnictví	Lidská práva a rovné příležitosti, rozmanitost na pracovišti	Ochrana osobních údajů	Podíl lokálních dodavatelů		Podpora firemní filantropie	Podpora kvality života občanů (sport, kultura)
		NE mobbing, sexuální obtěžování					Stížnosti veřejnosti na porušování pravidel společensky odpovědného podnikání
Životní prostředí	Příprava efektivního systému environmentálního managementu	Snižování spotřeby energetických a materiálových zdrojů (šetření vody, energie)	Znalost a správnost používání produktů	Propagování ochrany životního prostředí	Společné řešení problémů životního prostředí, např. Ve spojitosti s odpadovým hospodářstvím	Monitorování vlivů na životní prostředí	Vlivy na životní prostředí v městě působení
	Vyhodnocování environmentální výkonnosti firmy	Recyklace odpadů na pracovišti	Ekologická balení, recyklace použitých produktů	Podíl dodavatelů dodávajících mezinárodně uznávané normy ochrany ŽP			Využívání lokálních obnovitelných zdrojů
	Plánování rizik		Výroba ekologických produktů respektující ekologické standardy	Ekologická přeprava produktů, polotovarů a pracovníků			

Zdroj: <http://www.blf.cz>.

Jaké výhody přinášejí aktivity v oblasti CSR podniku, vyplatí se mu do nich investovat?

- **Větší transparentnost a posílení důvěryhodnosti firmy**

Společensky odpovědné podnikání vnímá firmu jako člena společnosti skládající se z stakeholders. Pokud se všemi stakeholders vede otevřený dialog, zlepšuje tím vzájemné vztahy, důvěru a pozici na trhu.

- **Budování reputace a z ní vycházející silné pozice na trhu**

Trh se stává čím dál tím více nasycenější a jednotlivé produkty se od sebe stále méně odlišují. Důležitější úlohu hrají dodatečné služby, reputace firmy a důvěra ve značku. Podnikání v souladu s principy CSR takovou konkurenční výhodu nabízí, čímž přispívá ke zvýšení hodnoty značky, podílů na trhu a loajality zákazníků. Tato nehmotná aktiva jsou pro firmu stejně důležitá jako aktiva hmotná ve formě např. majetku, zásob a peněz.

- **Příležitost pro inovace a zlepšení kvality produktů**

Může stimulovat inovativní myšlení, postupy řízení, vývoj nových produktů (např. ekologicky šetrných), čímž přispívá ke zvýšení konkurenceschopnosti firmy.

- **Větší přitažlivost pro investory**

Při hodnocení investičních příležitostí kladou důraz investoři a investiční fondy nejen na finanční aspekty, ale vybírají si firmy dle kombinace finančních, sociálních, environmentálních a etických, protože odpovědná firma pro ně představuje garanci bezpečnosti a dlouhodobé udržitelnosti firmy.

- **Lepší management lidských zdrojů**

Při aplikaci CSR k zainteresované skupině zaměstnanců dochází ke spravedlivému odměňování, souladu pracovního a soukromého života, boje proti diskriminaci apod. To pozitivním způsobem ovlivňuje loajalitu zaměstnanců, produktivitu práce, snižuje fluktuaci a riziko stávek. Spokojení zaměstnanci prezentují kladně svoji společnost na veřejnosti, a tím se firma stává atraktivní pro potenciální zaměstnance.

- **Lepší řízení rizik**

Zodpovědný přístup projevující se v řízení lidských zdrojů, v kontrole kvality produktů a standardů může firmu ochránit před nákladnými soudními spory a z nich vyplývající poškození značky. Zrovna tak může zmírnit snahy vlády regulovat trh a firmy.

- **Snižování nákladů**

Zvyšuje tlak na efektivní využívání zdrojů, čímž šetří energii a materiály. (Např. opětovné využití materiálu ve výrobě, úspora energie.)²⁹

3.3 Příklad přístupu konkrétní firmy ke společenské odpovědnosti

Jako příklad jsem si vybrala Českou spořitelnu, a.s. (dále jen ČS) proto, že podporuje sociální podnikání v mnoha projektech.

CSR strategie na roky 2011-2013 navazuje na strategii 2008-2010, která se ukázala být nosnou a vhodnou pro ČS. Stále ji zaštiťuje heslo „**Investujeme pro budoucnost**“. CSR strategie vychází z obecných zásad společenské odpovědnosti a vznikla na základě průzkumu názorů zaměstnanců, klientů, akcionářů i veřejnosti. Na základě výsledků průzkumu byly stanoveny **tři hlavní oblasti CSR aktivit**, na které se ČS bude nadále zaměřovat:

- **vzdělávání**, s primární, ne však výlučnou orientací na finanční vzdělávání
- **pomoc lidem v nouzi** se zaměřením na stárnoucí společnost a na pomoc při prevenci a léčbě drogově závislých
- **udržitelný rozvoj** a péče o životní prostředí, ve kterém žijeme

Společenská odpovědnost firem je obecně chápána jako propojení obchodních aktivit firem s potřebami společnosti a integrace zájmů cílových skupin do politiky a chování firmy. Jde o koncept, kterým se firmy otevřeně přiznávají ke své spoluodpovědnosti za stav a chod společnosti a který vychází z předpokladu, že žádná firma nefunguje pouze ve svých ekonomických vztazích, ale ovlivňuje také prostředí, ve kterém působí a své zájmové skupiny (zaměstnance, klienty, akcionáře, společnost). A naopak zájmové skupiny ovlivňují úspěch firmy. **CSR stojí na třech pilířích (tzv. triple bottom line) - ekonomickém, sociálním a na pilíři udržitelnosti životního prostředí.**

²⁹ http://www.osz.org/index.php?option=com_remository&Itemid=77&func=startdown&id,2011-03-13.

Společenská odpovědnost České spořitelny v propojení s jejími firemními hodnotami, obecnými pilíři CSR a se zaměřením na oblasti, kterým se věnuje:

Obr. č. 4 Strategie CSR



Zdroj: <http://www.csas.cz>.

Česká spořitelna podepsala počátkem června roku 2008 Chartu odpovědného podnikání a Prohlášení směřované k zelenějšímu spořitelnímu a retailovému bankovnímu sektoru. Stala se tak součástí skupiny ESBG (European Savings Banks Group - Evropská skupina spořitelén), jejíž členské banky se po celé Evropě dlouhodobě velmi silně angažují pro udržitelný rozvoj a považují společenskou odpovědnost firem (CSR) za nedílnou součást svého podnikání.

Charta odpovědného podnikání definuje šest principů odpovědnosti:

1. poctivé a jasné vztahy s klienty (poskytování jednoznačných a úplných informací o všech produktech a službách, včetně podmínek využívání; poskytování takových služeb, které odpovídají zájmům a potřebám klienta; efektivní řešení stížností zákazníků atd.)

2. rozšiřování přístupnosti a finanční dostupnosti bankovních služeb (poskytování služeb všem segmentům obyvatel bez ohledu na věk, pohlaví a etnický původ; usnadnit přístup ke všem produktům a službám podle potřeb zákazníka; zajistit dostupnost prostřednictvím poboček a externí prodejní sítě i v místech s nízkým počtem obyvatel; umožnit bezbariérový přístup osobám tělesně postiženým atd.)

3. podnikání přátelské k životnímu prostředí (zahrnutí environmentální otázky do všech oblastí a procesů banky a také do vztahu s dodavateli; podporovat produkty a služby s ohledem na udržitelný rozvoj atd.)

4. odpovědný přístup k rozvoji dané společnosti (zahrnutí místní potřeby do obchodních plánů; podílet se na ekonomickém a sociálním rozvoji regionu, ve kterém banka působí; zapojit se do financování projektů na rozvoj ekonomiky v daném regionu; podporovat občanská sdružení a projekty, které se zaměřují na rozvoj kultury, vzdělávání, sociální pomoc, ochranu přírody a historického dědictví)

5. odpovědný zaměstnavatel (rovné příležitosti pro všechny; nabídka kvalifikovaných pozic a dobrých pracovních podmínek pro všechny zaměstnance; prosazování firemní kultury a firemních hodnot; umožnit zaměstnancům přístup ke školení a programům celoživotního vzdělávání atd.)

6. komunikace (transparentní komunikace o odpovědném podnikání)³⁰

Česká spořitelna chce být nejen silná a konkurenceschopná banka, ale také spolehlivý, otevřený, vnímavý a vstřícný partner vůči svým cílovým skupinám (zaměstnanci, klienti, akcionáři, obchodní partneři) a společnosti, ve které působí.

- CSR vychází z celkové strategie banky, ctí hodnoty a principy řízení celé firmy
- CSR je nedílnou součástí obchodní strategie ČS
- do CSR aktivit se zapojují všechny klíčové skupiny - zejména zaměstnanci a klienti
- CSR je víc než jen filantropie a charita
- CSR pomáhá budovat reputaci firmy (na rozdíl od toho klasický sponzoring v rámci marketingu slouží primárně k posilování značky)

³⁰ <http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/spolecenska-odpovednost-d00014340>, 2011-03-22.

Česká spořitelna zaměřuje svoji aktivitu na oblasti:

Vzdělávání poskytující všem zájmovým skupinám:

- klientům (dostupné, přehledné a srozumitelné informace o všech produktech a službách)
- zaměstnancům (školení, osobní rozvoj)
- společnosti, ve které působí (spolupráce s vysokými školami, osvětová činnost)
- akcionářům (banka jako zaměstnavatel první volby)

Pomoc potřebným vůči všem zájmovým skupinám:

- klientům (produkty a služby speciálně upravené pro seniory, bezbariérové pobočky, ATM pro nevidomé)
- zaměstnancům (rovné příležitosti, zaměstnávání na částečné úvazky)
- společnosti, ve které působí (podpora projektů pro seniory, projekty zaměřené na drogovou prevenci)
- akcionářům (stabilní vztah zaměstnavatel-zaměstnanec, loajalita zaměstnanců)³¹

Firemní dobrovolnictví

Finanční skupina Česká spořitelna se od roku 2007 zařadila mezi významné mezinárodní firmy, které svým zaměstnancům umožňují v pracovní době a za nekrácený plat pracovat pro charitu.

Firemní dobrovolnictví je způsob, jak dokázat, že se chce ČS o část svých zisků rozdělit a pomoci tak potřebným. Vedle finančních a věcných darů neziskovým organizacím věnuje také práci a čas svých zaměstnanců. Jde o společnou pomoc firmy a jejích zaměstnanců. Přínosem je aktivní pomoc potřebným oblastem a zároveň zvýšení motivace a loajality zaměstnanců. Každý zaměstnanec může během roku věnovat dva pracovní dny na charitativní a obecně prospěšné aktivity.

Nadace ČS - podporované projekty, které jsou financovány ze zdrojů Nadace ČS: Charita, ČRŽivot 90, Nadační fond Klausových, Domov Palata, Sananim, Drop In.

³¹ Kolektiv autorů. Trendy č. 6. Časopis pro zaměstnance FSČS. Praha: ČS,a.s. 2010. s. 7.

Drop in je nestátní zdravotnické zařízení, které se zaměřuje na ambulantní kontakt, první pomoc, poradenství a terapii drogových problémů v intenci tzv. harm reduction – racionální snižování rizik, která z drogové problematiky jako celku vyplývají. Nadace České spořitelny podporuje projekt Mobil Street (mobilní terénní služby), který je zaměřen na navazování nových kontaktů, poradenství a minimalizaci zdravotních a sociálních rizik u populace zasažené návykovými látkami nealkoholového typu. Speciální vozidlo slouží jako mobilní ambulance pro výjezdy v Praze a okolí za účelem poskytování základního servisu – výměna injekčních stříkaček, distribuce potřebného zdravotnického materiálu a základního ošetření, poradenství. Hlavním smyslem je minimalizovat riziko přenosu infekčních onemocnění (HIV-AIDS, různé typy hepatitid) mezi uživateli drog a následně i na ostatní populaci, motivovat a působit na chování a jednání uživatelů drog.

3.4 Dílčí závěr

V poslední době se s termínem „společenská odpovědnost firem“ setkáváme stále častěji. Trend v chápání společenské odpovědnosti se zdá být pozitivní a dá se říct, že míra porozumění tomuto tématu je závislá na kultivaci celé společnosti. Existují firmy, které jsou společensky odpovědné už dávno. A nepotřebují k tomu speciální označení. Společenská odpovědnost není o slovech, ale o práci a spolupráci. Předpokladem je vytváření dlouhodobých vztahů firem s neziskovými organizacemi. Spolupráce může být úspěšná a pro oba přínosná jenom tehdy, pokud je založena na rovnoprávném vztahu, uznání práce a poslání obou partnerů a pokud jí oba věnují dostatečnou péči.

4. Průzkum – podoba sociálních podniků v ČR

Poslední kapitola mé bakalářské práce je věnovaná průzkumu. V rámci průzkumu jsem se rozhodla poznat sociální podnik jak z pohledu zaměstnavatele, tak z druhé strany – z pohledu zaměstnance. V prvním případě jsem využila ochoty a nabídky Úřadu práce Brno – venkov, kdy mně vedoucí odboru speciálního poradenství zprostředkovala kontakt se sociálním družstvem Andělka. Představím tedy sociální podnik, který jsem osobně navštívila, seznámila jsem se s majiteli, s organizací a provozem, se zaměstnanci a náplní jejich práce. Dozvěděla jsem se okolnosti, které vedly k založení tohoto sociálního podniku.

V dalším bloku se zaměřím na sociální podnik, který mě svou činností a rozsahem působnosti tak zaujal, že jsem se o něm chtěla dozvědět něco víc. Je to občanské sdružení Nový Prostor, který má rozsáhlou síť prodejců také v našem regionu. Zjištěné skutečnosti jsem si chtěla ověřit přímo v terénu. Podařilo se mi navázat kontakt s prodejci, a to přímo na jejich prodejních místech.

4.1 Sociální družstvo Andělka

Z mého pohledu a sledování cíle mé bakalářské práce mě nejvíce zajímaly právě sociální podniky, které umožňují ohroženým skupinám, v tom nejširším slova smyslu, vstup na otevřený trh práce. V rámci mé snahy co nejlépe pochopit fungování sociálního podniku, jsem některé osobně navštívila. Jedním z nich je i sociální družstvo Andělka.

Andělka je sociální družstvo se sídlem v Troubsku. Předsedkyní je Ing. Růžena Vlachová, místopředsedou její manžel a členy jejich čtyři děti. K rozjezdu svého družstva využili projektu „Sociální družstvo a podnik“, který byl přijat MPSV ČR v rámci Evropského sociálního fondu, ESF – Iniciativy Společenství EQUAL v ČR v rámci priority 2.1, Podpora podnikání.³² Iniciátorem a autorem projektu na období 2005-2008 byl Svaz českých a moravských výrobních družstev, který vytvořil poměrně

³²Brázdil, M. a kol. Knihovnička projektu. 10. díl. Sociální družstvo a podnik ve třetím tisíciletí. Bruntál: Vlastenecký poutník. 2008, s. 4.

pružnou strukturu partnerských vztahů s různými partnery v oblasti působení projektu. Aktivními členy partnerství byly mimo jiné dvě hospodářské komory a dva úřady práce (v Brně a v Ostravě, ve všech případech s krajskou působností).

Co předcházelo nápadu založení takového podniku jsem se zeptala manželů Vlachových. Nejdříve jsem poprosila Ing. Stanislava Vlacha, aby mi sdělil, co ho vedlo k takovému počínu. Poskytl mi informace, které uvádím v plném znění:

„Ve svých dřívějších zaměstnáních jsem získal určité zkušenosti s podnikáním, státní správou i sociální oblastí. Pracoval jsem jako ředitel Okresní hospodářské komory, ředitel Oblastní Charity i jako státní zaměstnanec na Krajském úřadě. Obnovil jsem živnostenské oprávnění, které jsem měl pozastavené a jako fyzická osoba jsem začal spolupracovat s firmou vyrábějící osvěžovače vzduchu, autokosmetiku apod. Zaměstnával jsem 13 osob se zdravotním znevýhodněním, z toho 10 plně invalidních a 3 částečně invalidní. Zájemci o práci museli splňovat základní podmínku, kterou je manuální zručnost a hybnost horních končetin. Předpokladem byla také jejich ochota pracovat. Stěžejním výrobním programem byla výroba a montáž osvěžovačů vzduchu pro reklamní účely, domácnosti a automobily. Dále jsme se podíleli na montáži výrobků pro autokosmetický průmysl. Práce byla organizována tak, že zaměstnanci pracovali doma, byly jim přiváženy polotovary a odváženy hotové výrobky. Bylo pouze na zaměstnancích, jak si rozvrhnou pracovní dobu, pracují-li ráno nebo večer, měli jen stanovený termín odevzdání zakázky. To mělo pro zaměstnance nespornou výhodu, že nemuseli složitě cestovat na pracoviště, být na pracovišti po stanovenou dobu a pracovat v době, kdy jsou zdravotně indisponováni. Hlavní výhodou pro zaměstnavatele je naopak to, že nemusí pro OZP (osoby zdravotně postižené) vytvářet speciální pracoviště. Na druhé straně to na něj klade větší nároky při organizaci práce a přepravě výroby. Osoby zdravotně postižené, alespoň ty, které chtějí pracovat a nespokojí se závislostí na sociálních dávkách, jsou věrnými, loajálními a práce si vážící zaměstnanci. Mají-li vytvořeny vhodné podmínky, dokáží plnit své pracovní úkoly stejně dobře jako zdraví pracovníci. Při nasmlouvání zakázek je však třeba počítat se zvýšenou nemocností, hlavně s častými návštěvami lékaře a rehabilitačními procedurami. Z tohoto důvodu je třeba mít ve stavu o cca 20% pracovníků více, než by bylo ke splnění sjednaných výrobních zakázek potřeba. Také je třeba si uvědomit, že osoby se zdravotním znevýhodněním vykonávají méně placené manuální práce

a bez příspěvku na podporu osob se zdravotním postižením by jejich zaměstnávání bylo ztrátové a v tržní ekonomice neživotaschopné. Zaměstnávání osob se zdravotním znevýhodněním však přináší i jiné než jen ekonomické výnosy. Je to pocit, že pomohu těm, kteří jsou v dnešní době přející jen dravým silným a úspěšným, přehlížení a odsouvání mimo úspěšnou společnost“. Tolik Ing. Stanislav Vlach.

Ing. Růžena Vlachová, předsedkyně sociálního družstva Andělka, svého manžela doplnila:

„Naše družstvo vzniklo na základě zkušeností mého manžela se zaměstnáváním osob zdravotně postižených jako domácích montážních dělníků. Já jsem v té době pracovala jako manažerka projektu spolufinancovaného Evropskou unií. Snažili jsme se pomoci lidem se zdravotním znevýhodněním získat pracovní uplatnění. Nejdříve jsme jim museli poskytnout psychickou podporu, nabídnout různé rekvalifikace a umožnit cvičné praxe v chráněných dílnách či na volném trhu práce. Získala jsem při této práci hodně zkušeností a protože nejslabším místem byl právě závěr, tj. sehnat těmto lidem práci, dohodli jsme se s manželem, že po ukončení projektu se budeme této problematice věnovat oba, aby se pomohlo více lidem. Nám zase pomohli jiní – ředitelka Papíren Brno, a.s. umožnila v areálu Papíren zřízení chráněné dílny a nabídla možnost práce pro Papírny. Moji partneři v projektu ze Svazu českých a moravských výrobních družstev nám nabídli účast v jejich projektu zakládání sociálních družstev. Měli jsme od nich velkou podporu hlavně na začátku, jejich právník nám byl zdarma k dispozici, obíhal s námi úřady a též jeho zásluhou jsme už od 1. 2. 2008 byli družstvem rodinného typu, my s manželem a naše čtyři děti. Jediným zaměstnancem družstva, který není OZP jsem já. Všichni ostatní z rodiny spolupracují dobrovolně. Dnes máme za sebou už třetí rok fungování našeho družstva a jde nám to dobře. Zřídili jsme druhou dílnu v Modřicích a našim cílem je udržet malé kolektivy maximálně 12 lidí raději na více místech. Lidé by tak neměli daleko na dojíždění a výhodou je, že jsme při tomto menším počtu zaměstnanců jako rodina. Lidem poskytujeme různé výhody. Nedělají na normy, mají psychickou podporu a poradenství, hradíme jim dopravu, umožňujeme jim rehabilitace bez náhrady zameškané pracovní doby atd. V současné době má Andělka 15 zaměstnanců OZP, z toho 4 zaměstnance TZP (3. stupeň postižení). Pro Papírny Brno, a.s. nyní zajišťujeme kompletaci barevných papírů, mucholapek, osvěžovačů vzduchu apod. Jeden z pracovníků družstva trvale

pracuje u stroje v podniku Papírny Brno, a.s. Co se týče ekonomiky, na konci roku jsme měli malý zisk, což je pozoruhodné, protože naše podnikání jsme rozjžděli s půjčkou. Naším cílem není hromadění peněz, ale služba těmto lidem. Tato práce by se nedala dělat bez pomoci Ministerstva práce a sociálních věcí a Úřadu práce. Máme statut chráněné dílny,³³ uplatňujeme nárok na příspěvky na mzdové náklady pro tuto cílovou skupinu. Administrace s tím spojená je vysilující, jedná se o stále se opakující čtvrtletní jednání s různými úřady. Ale zatím to zvládáme.“

4.2 Občanské sdružení Nový Prostor

S „Novým Prostorem“ jsem se setkala poprvé před lety, když jsem si koupila od nepříliš solidně vypadajícího prodejce časopis s tímto názvem na hlavním nádraží v Brně. V té době jsem ještě netušila, že se jedná o nějaké „sociální podnikání“. Jen jsem chtěla udělat dobrý skutek a koupit si něco od člověka, který tam jistě stál několik hodin, a evidentně mu prodej nešel, když měl ještě tolik časopisů v tašce. Obsah časopisu mě zvláště nezaujal, ale hřál mě dobrý pocit, že jsem nechala „vydělat“ člověku, který to potřeboval. Od té doby si nová čísla časopisu příležitostně kupuji a vždycky si něco zajímavého pro sebe v každém najdu. Zjistila jsem, že jde o to naučit se tento časopis číst a především vidět to podstatné, že dávám možnost výdělku lidem v sociální nouzi.

Když jsem se tedy rozhodovala pro praktickou část mé bakalářské práce, dostal se Nový Prostor do popředí mého zájmu a začala jsem zkoumat podstatu jeho fungování.

Občanské sdružení Nový Prostor vzniklo 30. prosince 1998 a první časopis, tehdy nulté číslo pod názvem Patron, vyšel dne 13. prosince 1999. Trvalo tedy rok, než se podařilo získat peníze na vytištění prvního nákladu a vůbec na to, aby organizátoři pochopili, jak takový street-paper (pouliční časopis, časopis prodávaný na ulici lidmi bez přístřeší) funguje.³⁴

³³ Chráněná pracovní dílna je pracoviště zaměstnavatele, kde je zaměstnáno nejméně 60 % zaměstnanců se zdravotním postižením. <http://www.mpsv.cz/cs/8>, 2011-03-19.

³⁴ Mészáros, P. a kol. Sociální podnikání: 10 úspěšných příkladů z Evropy. Praha: Nový Prostor, 2008, s. 39.

Koncept projektu - pouliční prodej časopisu (street-paper), který Nový Prostor kontinuálně rozvíjí a jež je jádrem jeho aktivit, má svůj předobraz v britském Manchesteru, v pouličním časopise The Big Issue. Nosnou myšlenkou projektu je rozvoj tzv. klíčových kompetencí potřebných pro plnohodnotný život v současné společnosti. Mezi takto podstatné kompetence v projektu street - paper patří schopnost nalézt a udržet si práci, mít zdravé sociální vazby v pracovním kolektivu i na své okolí, být odpovědný sám za sebe, znát svou hodnotu, svá práva, věřit si atd. Tato základní myšlenka vévodí poskytování sociální služby street - paper vždy, bez ohledu na region nebo způsob financování.

Pražské denní centrum Nového Prostoru (NP) funguje od roku 2000, v současnosti má kapacitu 90 uživatelů. Pracuje zde 5 zaměstnanců. zajištěn z grantů. Časopis NP poskytuje lidem v sociální tísní možnost řešit vlastními silami svou situaci a získat respekt okolí prodejem kvalitního renomovaného titulu.

Brněnská pobočka, druhé denní centrum, byla otevřena se zpožděním pouhých několika měsíců za rozjezdem pražského denního centra, také v roce 2000. Z původních skromnějších začátků se do současnosti podařilo vybudovat pobočku, která poskytuje v podstatě stejnou nabídku služeb jako pražské denní centrum včetně internetové kavárny. Současná kapacita je 30 uživatelů a pracují zde 2 zaměstnanci.³⁵

NP realizuje svůj program s nejmenší náročností na veřejné finance, většinu kryje z výnosů vlastních činností.

Současná redakce NP se zároveň snaží využít nezávislosti na komerčních vydavatelstvích, distribuci a vlivných inzerentech k akcentování témat, která stojí na okraji zájmu naší mediální scény. NP se na věci kolem sebe dívá nezatížen mediálními stereotypy, poskytuje prostor širokému spektru autorů a vytváří tak potřebnou alternativu k hlavnímu proudu. Prostřednictvím NP mají možnost k veřejnosti promlouvat i ti, jejichž hlas do sdělovacích prostředků jinak nepronikne nebo je velmi zkreslen.

³⁵ <http://www.novyprostor.cz/poslani.html>, 2011-03-18.

Podstatou poskytované sociální služby je to, že NP dává možnost pracovat lidem starším 16-ti let bez ohledu na jejich minulost, nejvyšší dosažené vzdělání, délku praxe, popsaný trestní rejstřík atd. Neplatí konstatování: nemohu sehnat práci, nikde mě nechtějí. Stručně řečeno: kdo pracovat chce a snaží se, u NP práci sežene. Prací se v Novém Prostoru, o.s. rozumí pouliční prodej stejnojmenného časopisu na pevně stanoveném prodejním místě a v dohodnutém čase. Z každého prodaného výtisku časopisu má klient/prodejce výdělek určený pro okamžitou osobní spotřebu, který je vázán použit v souladu s cílem projektu, tedy k uspokojení svých základních životních potřeb (jídlo, bydlení, ošacení, hygiena). *Zneužívání vydělaných peněz k prohlubování závislosti na alkoholu a nealkoholových drogách, hracích automatech apod. je důvodem k ukončení spolupráce.*

NP je poskytovatelem sociální služby, nikoli zaměstnavatelem dotyčné osoby. Projekt funguje jako cvičné prostředí pro získání či obnovení základních pracovních návyků, jako je dochvilnost, respektování pracovní doby, schopnost spolupráce, podávání vyrovnaného výkonu, respektování dohodnutých pravidel atd. Motivuje klienty k ambici uplatnit se na otevřeném trhu práce. Na všechny klienty/prodejce zapojené do projektu se vztahují stejná pravidla. Čím se tento projekt liší od standardního zaměstnání, je to, že pracovníci při domlouvání konkrétní podoby poskytované služby zohledňují osobní situaci, schopnosti a dovednosti každého klienta (uzpůsobují tomu např. délku pracovní doby a nároky na výkonnostní složku práce).

Součástí nabídky projektu je podpora a pomoc při řešení osobních témat, která klienta přivedla do nepříznivé životní situace. NP poskytuje základní poradenství a zprostředkovává kontakty s institucemi návazné péče, jako je finanční poradna (systémové řešení předlužení klienta) či konzultace na sociálních odborech (zejména ve věci vyřizování dokladů).

Od běžného zaměstnavatele se služba liší počátečními nároky, které jsou na uživatele kladeny, i tím, že počítá s případným selháváním uživatele. Pracovní zátěž je zvyšována postupně, dle schopností jednotlivých uživatelů. Součástí projektu je po základní stabilizaci klientovy situace i podpora a motivace klienta k řešení původních obtíží, které ho do složité osobní situace přivedly.

Cílem poskytované služby je pomoc klientům zvyšovat jejich dovednosti a kompetence, vést uživatele k navázání sociálních vztahů s okolím, posílit jeho schopnost orientace na trhu práce, sladit očekávání klientů s jejich reálnými možnostmi a podpořit ty, kteří mají reálnou šanci uplatnit se na otevřeném trhu práce, k přechodu do běžného zaměstnání.

Cílovou skupinou klientů jsou imigranti a azylanti, osoby bez přístřeší, osoby s chronickým onemocněním, osoby s tělesným postižením, osoby se zdravotním postižením, osoby se zrakovým postižením, osoby v krizi, osoby žijící v sociálně vyloučených komunitách, osoby, které vedou rizikový způsob života nebo jsou tímto způsobem života ohroženy, senioři a etnické menšiny ve věku od 16 do 80 let.

Sociální služba obsahuje základní činnosti jako nácvik dovedností pro zvládání péče o vlastní osobu, činností vedoucích k sociálnímu začleňování, zprostředkování kontaktu se společenským prostředím, výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti, pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů a při obstarávání osobních záležitostí.

Uživatelé projektu = prodejcem časopisu NP se může stát každý člověk který:

- je ve věku nad 16 let
- se ocitl v obtížné životní situaci spojené s nedostatkem finančních prostředků
- má malou anebo mizivou naději uplatnit na otevřeném trhu práce
- má potřebu a chuť pracovat

Nový Prostor dává možnost pracovat všem, kteří pracovat chtějí a mohou, ale jinde příležitost nenašli. Pomáhá preventivně osobám, které se mohou dostat do tíživé životní situace. Realizuje sociálně prospěšné projekty.

Posláním Nového Prostoru jsou především:

- rozvoj oblasti sociálního podnikání
- podpora a rozvoj prostředí a dílčích projektů z oblastí sociálního podnikání
- vývoj a realizace sociálně-terapeutické pracovní služby street-paper
- vývoj a realizace unikátního tréninkového programu rozvoje klíčových kompetencí s ohledem na uplatnitelnost na otevřeném trhu práce
- destigmatizace osob bez přístřeší, informování o realitě příčin a důsledků

- prosazování práv a zájmů sociálně handicapovaných osob
- medializace sociální problematiky
- postupná změna vnímání problematiky lidí bez domova ve společnosti
- představování rolí a funkcí Nestátních neziskových organizací (NNO) ve společnosti prostřednictvím časopisu NP³⁶

Většina prodejců se nachází ve složité životní situaci, mají za sebou různé životní příběhy, spousta z nich má zničené sebevědomí a zkreslené sebehodnocení, což se odráží ve stylu prodeje nebo ve způsobu vystupování. Když jsem se vydala mezi prodejce, abych některého z nich požádala o životní příběh, netušila jsem, jak zareagují, zda budou ochotni si se mnou popovídat o tom, co se jim v životě přihodilo, že se ocitli poté jako prodejci s časopisem v ruce.

Můj první pokus byl úspěšný jen částečně. Od pana Aloise jsem si koupila časopis a zeptala se ho, jak mu jde prodej, jak se k té práci dostal, kolik časopisů musí prodat, aby si vydělal atd. Ne, že by nebyl ochotný odpovědět, ale poznala jsem, že ho zdržují od práce. Odmítl i pozvání na svačinu do nedalekého bistra, prý tady musí pořád být, že chodí kontroly, jestli opravdu prodává. Tvrdil mi, že prodává denně od 7:00 do 21:00 hod, tak jestli chci, tak ať přijdu až po 21:00 hod. Ale přece jenom něco jsem se dozvěděla o jeho životní situaci. Je mu 66 let, důchod nemá, bere jenom sociální dávku, tak si musí takto přivydělávat, je svobodný, bydlí na ubytovně, je hodně nemocný. Na nic jiného nemá čas, celý den tady stojí a prodává. Musí splácet půjčky, v exekuci mu propadl dům – ale o tom se již více rozhovořit nechtěl. Poděkovala jsem mu, popřála hodně štěstí v prodeji a pokračovala jsem dál za dalším prodejcem.

Pan Jaroslav měl na bundě pečlivě připnutou průkazku, kde stálo jeho jméno, místo a číslo jeho obchodního místa. Opět jsem si koupila jedno číslo časopisu a zapředla hovor. Byl ochotný si se mnou povídat, souhlasil s nahráváním jeho příběhu na diktafon a přijal pozvání na svačinu s tím, že si tím vybere přestávku. I on se mi svěřil, že má obavu, že kdyby na svém místě chyběl delší dobu, mohla by přijít kontrola a on by přišel o tuto práci. Příběh pana Jaroslava tedy vznikl přímo v terénu a já ho převyprávím ze záznamu v takovém rozsahu, jaký mi můj respondent poskytl.

³⁶ <http://www.novyprostor.cz/poslani.html>, 2011-03-18.

„Jsem svobodný, je mi padesát let. Jsem vyučený klempíř, pracoval jsem na živnostenský list a jezdil jsem po stavbách. Práci jsem někdy měl a občas neměl, těžko jsem ji sháněl. Pak jsem si přivodil úraz na ruce, mám sníženou pracovní schopnost. a o práci jsem úplně přišel. Časopis prodávám od roku 2000, od doby, kdy to se mnou šlo z kopce, neměl jsem práci, peníze, kde bydlet. Prodával jsem do roku 2004, potom jsem pracoval načerno, dostával jsem každý den peníze, tak jsem nějak vyšel. Takto se to taky nedalo pořád dělat, tak jsem zašel na Charitu a tam mně nabídli, jestli nechci zametat. To jsem nechtěl, prodej je lepší, tak jsem od roku 2007 zase začal prodávat. Bydlím na ubytovně, za kterou musím zaplatit Kč 2 950,- měsíčně. Ale sociální dávku mám jen Kč 2 020,-, bez přídatku na bydlení. Tak musím něco vydělat, abych tam mohl bydlet a měl na živobytí. Na ubytovně se to hodně zhoršilo, chtějí za všechno platit a musím zaplatit na měsíc předem, jinak tam nemůžu být. Tak tady prodávám. Mám dobré místo, projde tady hodně lidí. Ale nás prodejců je hodně a cena časopisu podražila, takže lidem se to zdá moc drahé. Když vyjde nové číslo, tak si zajdu na výdejnu. Vyzvednu si 140 ks, to tak prodám za 14 dní. Jeden časopis nakoupím za Kč 20,- a prodám za Kč 40,-. Kč 20,- za kus je můj výdělek. Všechny peníze mně ale nezůstanou, dlužím na zdravotním a sociálním pojištění a taky Dopravnímu podniku, takže mám srážky na dlužné splátky. Na výdejně by chtěli, abychom denně prodali alespoň 20 kusů, ale to se mi zatím nepodařilo. Včera jsem prodal 17 kusů, ale to jsem tady byl od 8:00 do 17:00 hod. Obvykle tak prodám 12-15 kusů denně. S Novým Prostorem mám uzavřenou dohodu o provedení práce. Nevím, jestli tady budu moci prodávat až do důchodu. Na to vůbec nemyslím, to je daleko a stejně asi žádný důchod nedostanu. Co bude zítra taky neřeším, teď jsem tady a co bude dál, o to se nestarám.“

Pan Jaroslav mi ještě řekl, že nikoho nemá, žádného kamaráda ani žádnou přítelkyni. Že by neměl pít ani kouřit, ale s úsměvem dodal, že pije a kouří. Nabyla jsem dojmu, že nic neplánuje, žije ze dne na den, budoucnost neřeší a v současné době je vděčný za to, že může časopis prodávat.

4.3. Dílčí závěr

V závěrečné kapitole jsem se snažila přiblížit problematiku sociálního podnikání a sociálního podniku z pohledu praxe samotné. Byli mi v tom nápomocni zakladatelé

sociálního družstva manželé Vlachovi. Z jejich jednání a chování ke mně i k zaměstnancům jsem vycítila, že je práce baví, rádi se podělí o své zkušenosti, v práci vidí smysl a troufám si říct, že beze zbytku naplňují poslání své činnosti - dělají něco pro druhé.

Prostřednictvím prodejců Nového Prostoru a jejich příběhů jsem se dostala do světa mnou dosud nepoznaného. Pro člověka, který žije „normálně“, má rodinu, práci, přátele, těší se z toho, co má, věří v budoucnost svou i svých dětí, je nepředstavitelné, že takto může někdo „fungovat“. V souvislosti s touto zkušeností mi na mysli vyvstalo mnoho otázek, na které bych chtěla znát odpověď. Jak je možné, že se lidé dostanou do tak složité životní situace? Jaké jsou důvody, které je k tomu vedly? Jak to, že nemají svůj život pod kontrolou? Co je příčinou? Ale problematika je tak široká a závažná, že nebude v mé moci ji v mé práci celou pojmout.

Závěr

Při studiu tohoto tématu jsem se setkala s řadou odborných materiálů, které více či méně vyjadřovaly podstatu a smysl sociálního podnikání. Pátraly po jeho vzniku, vytvoření, rozvoji a významu. Je patrné, že se o sociálním podnikání hodně hovoří, ale jeho problematika není dosud legislativně upravena. Založit sociální podnik není jednoduché. Problém není v samotném právním aktu založení, ale v nedostatku poradenských a konzultačních služeb a v nedostatku financí pro rozjezd. Chybí také osvěta. Odborníci na tuto problematiku ale vidí i u nás potenciál pro vznik nových sociálních podniků. Na jedné straně existují sociální podniky, které za uplynulé desetiletí prokázaly, že jsou životaschopné a dokáží naplňovat předsevzetí, která si vytýčily. Na straně druhé se jedná i o méně úspěšné pokusy aktivních a schopných lidí se sociálním cítáním uvést určitou formu sociálního podnikání v život.

Cílem mé práce bylo představit sociální podnikání jako model zaměstnávání lidí znevýhodněných na trhu práce. Měla jsem příležitost seznámit se s lidmi, kteří sociální podnik založili a jehož prostřednictvím tento model uvedli v praxi. A také jsem se setkala s lidmi, různě znevýhodněnými, kteří tohoto modelu využili jako příležitosti k uplatnění, k zajištění obživy a šanci pro zlepšení své životní situace. Vždyť znevýhodnění neznamená vyloučení. Pro osoby znevýhodněné (zdravotně handicapované nebo sociálně znevýhodněné) je zaměstnání často jedinou možností spojení se světem a společností „normálních a zdravých.“ Zaměstnání je tedy klíčovým bodem při integraci znevýhodněných osob do běžného života. Domnívám se, že cíl mé práce byl splněn a že podnikání v těchto sociálních podnicích je provozováno jako nástroj sloužící k proměně komunit a zlepšení života jejich členů, kteří se mohou cítit vyloučení z běžného života kvůli ztrátě zaměstnání, zdravotnímu postižení, kriminální minulosti nebo někdejší drogové závislosti.

V práci jsem se zajímala o základní myšlenku sociálního podnikání, a to sdružit se k podpoře potřebných. Toto je dnes v roce 2011 stejně aktuální jako před sto lety. Doba a společnost se sice změnily, ovšem mnohé hodnoty, naděje i obavy lidí zůstávají. Myslím, že tato myšlenka je součástí našich lidských dějin od nepaměti, nikoliv nedávno. Nabyla již mnoha forem a nám dnes připadla úloha, abychom pouze zúročili zkušenosti, znalosti a praxi. Tento úkol na sebe vzaly nesčetné organizace, které poskytují pracovní příležitosti nebo svůj zisk potřebným – lidem postiženým,

společensky znevýhodněným či příliš starým na to, aby se o sebe dokázali postarat sami. Tyto organizace se nazývají sociální podniky.

Rok 2010 byl Evropským rokem boje proti chudobě a sociálnímu vyloučení. Smyslem Evropského roku 2010 bylo zapojit do diskuse širokou občanskou společnost, veřejné i soukromé subjekty, sociální partnery, místní a regionální samosprávy, nevyjímaje ty, kdo mají s chudobou přímou i nepřímou zkušenost. V jaké míře se to podařilo, bude jistě předmětem úvah a názorů odborné veřejnosti.

Rok 2011 byl vyhlášen Evropským rokem dobrovolných činností na podporu aktivního občanství. Domnívám se, že je žádoucí, aby taková sociální témata byla nabízena k diskusi ve společnosti i nadále.

Resumé

Tato bakalářská se zabývá sociálním podnikáním z pohledu modelu zaměstnávání lidí zdravotně či sociálně znevýhodněných na trhu práce.

První kapitola je zaměřena na sociální podnikání jako součást sociální ekonomiky a na charakteristiku subjektů a charakteristické rysy sociální ekonomiky. Pokusí se vysvětlit model sociálně-ekonomického prostoru a naznačí, kde je možné nalézt prostor pro aktivity sociální ekonomiky.

Druhá kapitola pojednává o sociálním podnikání, sociálním podniku a jeho formách. Zamýšlí se nad tím, jaké by měly sociální podniky naplňovat základní principy. Dále se snaží vysvětlit pojem sociální firma a představit pilíře, o které se opírá.

Třetí kapitola je zacílena na téma společenské odpovědnosti firem. Zmiňuje pojmy mecenášství a filantropie jako předstupně společenské odpovědnosti. Charakterizuje společenskou odpovědnost jako dobrovolnou aktivitu a představuje přístup konkrétní firmy ke společenské odpovědnosti.

Čtvrtá kapitola má charakter praktické části. Snaží se přiblížit sociální podnikání z pohledu zaměstnavatele i z pohledu zaměstnance. Zvolila jsem metodu případové studie životního příběhu. Díky této metodě mohli respondenti svůj příběh vyjádřit tak, jak jej sami prožívali.

Anotace

Práce pojednává o staronovém fenoménu – sociálním podnikání. V posledních několika letech je jeho problematika poměrně diskutovaným tématem. Je zřejmé, že sociální podnikání začíná zaujímat ve společnosti významnější roli. Představuje se jako model, který může být nápomocný při řešení nezaměstnanosti. Přestože sociální podnikání není dosud dostatečně legislativně zakotveno, z uvedených případů je patrné, že je životaschopné, že se rozvíjí a tím dává šanci znevýhodněným osobám uplatnit se na trhu práce.

Klíčová slova

Sociální podnikání, sociální ekonomika, sociální podnik, sociální firma, třetí sektor, znevýhodněná osoba, nezaměstnanost, společenská odpovědnost firem.

Annotation

Bachelor thesis deals about old new phenomenon - social business. In recent years it is relatively discussed topic. It is clear, that social business is beginning to take the important role in society. It is important model that can be helpful with solving unemployment. Although social business is not enough legislatively enshrined, of these examples is apparent that is viable. It develops and gives chance to disadvantaged persons to succeeded in the labour market.

Keywords

Social business, social economy, social enterprise, social company, the third sector, disadvantaged person, unemployment, corporate social responsibility

Seznam použité literatury

Právní normy:

Zákon o zaměstnanosti č. 435/2004 Sb.

Monografie:

AMBROŽ, M. a kol. *Sociální firma – výzva v podnikání 21. století*. Praha: Fokus, 2007, 52 s. Bez ISBN.

BRÁZDIL, M. a kol. *Knihovnička projektu, Podnikání v sociální ekonomice. 10. díl. Sociální družstvo a podnik ve třetím tisíciletí*. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, 42 s. ISBN 80-86511-31-6.

DOHNALOVÁ, M. a kol. *Sociální ekonomika, Sociální podnikání, stud. text.* 1. vydání. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2007, 178 s. ISBN 978-80-7204-552-5.

HUNČOVÁ, M. *Knihovnička projektu, Podnikání v sociální ekonomice. 5. díl. Sociální ekonomika a družstva*. Bruntál: Vlastenecký poutník. 2008, 37 s. ISBN 80-86511-31-6.

HUNČOVÁ, M. *Knihovnička projektu, Podnikání v sociální ekonomice. 6. díl. Sociální ekonomika v Evropě a ve světě*. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, 34 s. ISBN 80-86511-31-6.

HUNČOVÁ, M. *Knihovnička projektu, Podnikání v sociální ekonomice. 7. díl. Sociální ekonomika a sociální podnik v teorii a praxi*. Bruntál: Vlastenecký poutník, 2008, 42 s. ISBN 80-86511-31-6.

KEJDOVÁ, M., VAŇKOVÁ, Z. *Základy občanského práva*. Brno: Institut mezioborových studií Brno, 2006, 87 s.

MÉSZÁROS, P. a kol. *Sociální podnikání: 10 úspěšných příkladů z Evropy*. Praha: Nový Prostor, 2008, 264 s. ISBN 978-80-903990-1-3.

PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kol. *Společenská odpovědnost organizace CSR v praxi a jak s ní dál*. 1. vydání. Praha: Grada, 2010, 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.

RADVAN, E., VAVŘÍK, M. *Metodika psaní odborného textu a výzkum v sociálních vědách*. 1. vydání. Brno: Institut mezioborových studií Brno, 2009, 57 s.

Ostatní zdroje:

KOLEKTIV autorů. *Trendy č. 6/2010. Časopis pro zaměstnance FSČS*. Praha: ČS, a.s. 2010, 33 s.

SEDMÁ GENERACE, časopis. Ročník 16. č. 1: 2007.

Internetové zdroje:

http://www.arsczech.org/files/publikace_prosinec_DESIGN.pdf, 2011-03-06.

<http://www.osnoviny.cz>, 2011-03-11.

<http://www.esfcr.cz/07-13/oplzz>, 2011-03-13.

<http://www.esfcr.cz/slovník/egual>, 2011-03-13.

<http://www.strukturalni-fondy.cz>, 2011-03-13.

<http://www.cefec.org.cz>, 2011-03-13.

<http://www.socialni-ekonomika.cz>, 2011-03-13.

<http://www.blf.cz>, 2011-02-28.

<http://www.socialnifirmy.cz/index.php?action=main&article=244&subject=79>, 2011-03-13.

<http://data.idnes.cz/mfdnes/kavarna/pdf/2011/kavarna-20110305.pdf>, 2011-03-05.

<http://www.csr-online.cz/page.aspx?csr>, 2011-03-05.

<http://www.csas.cz/banka/nav/o-nas/spolecenska-odpovednost-d00014340>, 2011-03-22.

http://www.osz.org/index.php?option=com_remository&Itemid=77&func=startdown&id, 2011-03-13.

<http://www.novyprostor.cz/poslani.html>, 2011-03-18.

<http://www.mpsv.cz/cs/8>, 2011-03-19.