



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Podpora sociálního
podnikání v ČR
pokračuje

Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR 2019

Pro Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR zpracovaly:

PhDr. Ing. Petra Francová a
Mgr. Eva Fraňková, PhD

Praha, 2019

Petra Francová je expertkou na sociální podnikání v obecně prospěšné společnosti P3 – People, Planet, Profit, která prosazuje sociální podnikání v České republice a vytváří podmínky pro jeho rozvoj. Otázkám sociální ekonomiky a sociálního podnikání se odborně věnuje od roku 2004. Koordinovala vytváření českých definic, principů a indikátorů sociálního podniku a vytváření identifikátoru sociálního podniku pro TESSEA. Koordinovala práci na třech dotazníkových šetřeních sociálních podniků, které zpracovala společnost P3 – People, Planet, Profit o.p.s. Účastnila se prací na přípravě zákona o sociálním podniku a byla členkou expertní skupiny. Zpracovala podkladovou studii pro mapovací studii Evropské komise (2013) a OECD (2015) o stavu sociálního podnikání v ČR. Dlouhodobě aktivně vystupuje v evropských sítích zabývajících se sociální ekonomikou. Pracuje jako expertka MPSV v projektu „Podpora sociálního podnikání v ČR pokračuje“, CZ.03.2.60/0.0/0.0/15_016/0006098. Je aktivní konzultantkou a mentorkou pro ty, kteří chtějí založit sociální podnik nebo ho už provozují.

Eva Fraňková, PhD pracuje jako odborná asistentka na Katedře environmentálních studií Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. Tématu sociálních podniků a sociální ekonomiky se věnuje dlouhodobě, a to jak v podobě teoretické reflexe (české i zahraniční publikace, například Johanisová and Fraňková 2017, Fraňková et al. 2018) tak i formou aplikovaného výzkumu. V rámci České republiky se v letech 2009-2011 podílela na projektu TESSEA v pracovní skupině Měření, která vytvářela přehled metodik měření dopadů sociálních podniků a testovala vybrané metody v praxi. V letech 2013-2014 spolupracovala s Petrou Francovou na rozpracování poznávacích znaků a vytváření sady rozpoznávacích indikátorů sociálních podniků pro MPSV. V letech 2018-2019 pak v pozici národní výzkumnice zpracovávala zprávu mapující sociální podniky a jejich ekosystém v ČR pro Evropskou komisi v rámci zakázky „*Update of the Mapping of Social Enterprises and their Ecosystems in Europe*“ (Evropská komise 2019).

Manažerské shrnutí

Tato zpráva shrnuje výsledky dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR, které realizovalo Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV) v roce 2019. Cílem šetření bylo získat aktualizované statistické údaje o sektoru sociálních podniků v ČR. Součástí dotazníku byla sada otázek o tom, zda zkoumané podniky naplňují principy sociálního podniku stanovené MPSV (tzv. Identifikátor). Podniky, které úspěšně prošly tímto hodnocením a vyplnily dotazník na 100%, mohly být pak zveřejněny v Adresáři sociálních podniků na www.ceske-socialni-podnikani.cz a v Katalogu sociálních podniků s nabídkou zboží a služeb, který bude distribuován v tištěné podobě zadavatelům veřejných zakázek a bude také ke stažení na www.ceske-socialni-podnikani.cz.

Do dotazníkového šetření byly zahrnuty integrační, obecné a environmentální sociální podniky. Šetření je primárně postaveno na definici a principech integračního sociálního podniku dle MPSV, které byly pro účely dotazníkového šetření upraveny i pro neintegrační sociální podniky. Identifikátor sociálních podniků vychází z výše uvedené definice a jde o mechanismus pro zjišťování míry naplňování principů sociálního podniku formou sebehodnocení.

Sběr dat probíhal v období od 15.9.2019 do 15.11.2019 formou telefonického rozhovoru v kombinaci s vyplňováním dotazníku on-line samotnými respondenty. Do výsledků byly zařazeny všechny podniky, které vyplnily dotazník alespoň na 75%. Do vyhodnocení šetření bylo zahrnuto celkem 167 organizací s 303 provozovny. Klíčem pro vyplnění dotazníku byla existence IČO (tj. 1 dotazník = 1 IČO). Respondenti pak v rámci svého dotazníku vyplňovali tzv. karty provozoven, resp. středisek. Pojem sociální podnik je v dotazníku používán pro subjekty, které se veřejně hlásí k sociálnímu podnikání a mají samostatné IČO. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, vyplňovali respondenti personální a ekonomické údaje pouze za část organizace, která se zabývá sociálním podnikáním.

Nejčastější právní formou ve zkoumaném vzorku je s 53% společnost s ručením omezeným, následovaná obecně prospěšnou společností s 16%, spolkem s 10% a družstvem s 8%. 84% ze zkoumaných podniků je samostatnou právnickou osobou a 16% funguje jako součást větší organizace. 37% zkoumaných sociálních podniků má více než jeden provoz – průměrně na jedno IČO připadá 1,8 provozů.

Na úrovni provozoven je nejčastější oblastí podnikání Obchod (31%). Následuje dalších 6 oblastí podnikání, které jsou zastoupeny téměř srovnatelně. S odstupem deseti procent jsou to Potravinářská výroba (22%), Ostatní výroba (22%) a Propagační a dárkové předměty (21%). Po dvaceti procentech pak získaly Stravování (zahrnuje kavárny, restaurace, jídelny, bistra apod.), Údržba zeleně a technické služby a Úklidové služby a potřeby. Poté následuje Textil – výroba, recyklace, re-use (19%) a Catering (15%). Podíváme-li se na oblasti podnikání ze širšího pohledu a sečteme-li všechny tři kategorie, které se týkají jídla, výrazně vedou gastroslužby (celkem 57%).

V dotazníkovém šetření dominovaly integrační sociální podniky – ve zkoumaném vzorku jich bylo 156, tj. 95%. Obecných sociálních podniků pak bylo pouhých 9, tj. 5%. Na otázku, zda považují svůj podnik za environmentální, odpovědělo kladně 109 respondentů (66%), pouze

necelá polovina z nich ale byla ochotná či schopná specifikovat, jaký environmentální problém jejich podnik řeší. Jejich počet je tedy pravděpodobně nižší než uvedených 66%.

Náhradní plnění nabízí 36% dotazovaných sociálních podniků. Stejný počet jich má nějaké certifikáty a značky kvality. 55% zkoumaných sociálních podniků je členem nějaké sítě sdružující sociální podniky. Naprostá většina dotázaných sociálních podniků (93%) se veřejně hlásí k tomu, že jsou sociální (společensky prospěšný) podnik.

V celkovém hodnocení Identifikátoru získalo 47% podniků zelenou barvu na semaforu, tj. naplňují principy na výbornou. 45% sociálních podniků získalo žlutou barvu, tj. prošli hodnocením, ale mají ještě co zlepšovat. Pouze 8% respondentů bylo ohodnoceno červenou barvou semaforu.

Sociální podniky v roce 2018 zaměstnávaly 5254 zaměstnanců (bez DPČ a DPP), z toho 3852 znevýhodněných. Při přepočteném počtu všech úvazků se jednalo o 3501 celých úvazků a 2522 celých úvazků u znevýhodněných zaměstnanců. Průměrný úvazek všech zaměstnanců byl 0,67. Průměrný počet všech zaměstnanců jednoho podniku byl 33. U integračních sociálních podniků byl průměrný počet znevýhodněných zaměstnanců v jednom podniku 29, při přepočteném počtu 19 úvazků. Průměrný podíl znevýhodněných zaměstnanců byl ve zkoumaných podnicích 72%. Dotázaným sociálním podnikům pomáhalo odhadem celkem 663 dobrovolníků, kteří pracovali průměrně na 0,33 úvazku. 53% zkoumaného vzorku patří do kategorie mikropodniků, 34% z nich jsou malé a 13% střední podniky.

Nejvíce integračních sociálních podniků (84%) zaměstnává osoby se zdravotním postižením. S výrazným odstupem následuje kategorie osob dlouhodobě či opakovaně nezaměstnaných (52%) a, opět s velkým odstupem jsou příslušníci národnostních menšin a marginalizovaných společenství (19%). U osob se zdravotním postižením jsou nejčastěji zaměstnávány osoby s tělesným postižením (80%), s duševním onemocněním (68%) a s mentálním postižením (52%). Na základě získaných dat byl sestaven převažující profil manažerů/manažerek sociálního podniku – dvě třetiny z nich mají vysokoškolské vzdělání, téměř polovina je ve věku 41-50 let a mírně převažují ženy nad muži.

Celkové výnosy zkoumaných sociálních podniků v roce 2018 byly 2 091,5 mil. Kč. Průměrný celkový výnos jednoho podniku byl 13,1 mil. Kč a nejčastěji se vyskytující celkový výnos, tj. medián byl 6,7 mil. Kč. Více než polovina zkoumaných sociálních podniků (57%) v roce 2018 vykázala zisk, téměř čtvrtina (24%) hospodařila se ztrátou a nejméně jich vykázalo zhruba nulu (19%). 98% zkoumaných podniků reinvestovalo v roce 2018 min. 51% zisku z předchozího roku (2017) do rozvoje svého sociálního podniku a/nebo naplňování svých deklarovaných společensky prospěšných cílů.

Více než polovinu celkových výnosů tvořily podle odhadů respondentů tržby (57%), s velkým odstupem následované příspěvky poskytovanými dle zákona o zaměstnanosti (22%). Dotace z evropských operačních programů tvořily pouze 11%. Vezmeme-li v úvahu, že příspěvky ze zákona o zaměstnanosti jsou platbou státu za integraci osob se zdravotním postižením na trh práce a že se vlastně nejedná v pravém slova smyslu o dotace, vydělaly si zkoumané sociální podniky vlastní činností téměř čtyři pětiny (79%) svých celkových výnosů.

Toto dotazníkové šetření přináší první ucelenou informaci v oblasti zadávání veřejných zakázek z pohledu sociálních podniků. I když výrazná většina zkoumaných sociálních podniků považuje veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmů, třetina těchto zájemců se o ně zatím ani nepokusila ucházet. Pokud se výběrových řízení zúčastnily, jednalo se v 92% případech o přímou objednávku nebo o zakázku menšího rozsahu. V případě, že se už o veřejnou zakázku zkoumané sociální podniky ucházely, byly poměrně úspěšné a ve více než 2/3 ji také získaly. Pouze 1/7 však uvedla, že dodávky veřejnému sektoru tvořily více než 30% jejich tržeb – ve většině případů se tedy jednalo o malé a/nebo pouze příležitostné zakázky. Zkoumané sociální podniky mají o veřejné zakázky zájem, ucházejí se ale pouze o menší zakázky, v nichž bývají relativně úspěšní. Pokud by se jim dostalo podpory “na míru” od zadavatele nebo poradenského centra, zvýšilo by to velmi pravděpodobně četnost i úspěšnost jejich nabídek.

Více než polovině (55%) zkoumaných sociálních podniků se podle vlastního vyjádření v podnikání daří dobře či velmi dobře, většině ostatních pak středně; pouze 3% ze zkoumaných podniků se daří špatně, a velmi špatně žádnému. Když hodnotí své silné stránky, mírně převažují hlediska společenského přínosu, která se většinou týkají zaměstnávání znevýhodněných osob. Při hodnocení svých slabých stránek zmiňují zkoumané sociální podniky nejčastěji problémy, které mají obvykle malé a střední podniky. Kromě nedostatku peněz na investice a na marketing jsou to klasické problémy s nedostatkem pracovníků a jejich fluktuací. Specifickým problémem sociálních podniků je přetíženost řídicích pracovníků.

Při souhrnném pohledu na to, co by podle respondentů nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání v České republice, vidíme několik výrazných témat. Nejčastěji zmiňovanou odpovědí v bloku Specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání je rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky. V právním rámci dominoval požadavek na zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním, v přístupu k financím pokračování dotací z evropských fondů a v přístupu k trhu to byla osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek. Všechny tyto tři položky souvisí s financováním sociálních podniků. Respondenti mají velký zájem o podporu regionálních a národních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů. Důležité je podle nich také vzdělávání o sociálním podnikání na vysokých a středních školách.

Obsah

Manažerské shrnutí	2
Seznam tabulek	7
Seznam grafů	7
Seznam obrázků	7

1. Úvod

8

2. Metodika.....

9

2.1 Použitá definice sociálního podniku	9
2.2 Identifikátor sociálních podniků	10
2.3 Struktura dotazníku	11
2.4 Výběr a charakteristika zkoumaného vzorku	12
2.5 Důvody odmítnutí	13

3. Výsledky.....

14

3.1 Faktografické údaje o zkoumaných sociálních podnicích	14
3.1.1 Kraj	14
3.1.2 Právní forma	14
3.1.3 Počty provozů a oblasti podnikání	15
3.1.4 Typy sociálních podniků	17
3.1.5 Různé	18
3.2 Identifikátor	20
3.2.1 Sociální princip	21
3.2.2 Ekonomický princip	21
3.2.3 Environmentální princip	21
3.2.4 Místní princip	22
3.3 Lidé ve zkoumaných sociálních podnicích	22
3.3.1 Počty zaměstnanců	22
3.3.2 Cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců	24
3.3.3 Profil manažera/manažerky sociálního podniku	26
3.4 Ekonomická stránka fungování zkoumaných sociálních podniků	27
3.4.1 Ekonomická situace sociálních podniků	27
3.4.2 Veřejné zakázky	29
3.5 Jak se daří zkoumaným sociálním podnikům	33
3.6 Ekosystém	38

4. Závěr	42
-----------------------	-----------

Seznam zdrojů	43
----------------------------	-----------

5. Seznam příloh.....	43
------------------------------	-----------

5.1 Tabulka principů integračního sociálního podniku dle MPSV

5.2 Popis způsobu vyhodnocení identifikátoru

5.3 Dotazník

5.4 Oblast podnikání zkoumaných sociálních podniků podle CZ-NACE

Seznam tabulek

Tabulka 1: Oblasti podnikání.....	17
Tabulka 2: Identifikátor – vyhodnocení.....	20
Tabulka 3: Počty zaměstnanců	23
Tabulka 4: Podíl znevýhodněných zaměstnanců.....	23
Tabulka 5: Počty podniků podle přepočteného počtu zaměstnanců a obratu	23
Tabulka 6: Věková kategorie osoby řídící podnik	26
Tabulka 7: Hospodářské výsledky 2017 a 2018	27
Tabulka 8: Důvody nezájmu o veřejné zakázky.....	30
Tabulka 9: Jaké byly důvody neúspěchu?.....	31
Tabulka 10: O jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru byste měli zájem?.....	33
Tabulka 11: Tři nejsilnější stránky	35
Tabulka 12: Tři nejslabší stránky.....	36
Tabulka 13: Co by nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání	40

Seznam grafů

Graf 1: Právní formy.....	15
Graf 2: Rok, kdy jste začali sociálně podnikat	19
Graf 3: Identifikátor – celkové vyhodnocení.....	20
Graf 4: Kategorie podniku	24
Graf 5: Cílové skupiny zaměstnanců.....	25
Graf 6: Typy zdravotního postižení.....	26
Graf 7: Tržby z vlastní podnikatelské činnosti.....	28
Graf 8: Zdroje financování v roce 2018	29
Graf 9: Veřejné zakázky jako perspektivní zdroj příjmu	30
Graf 10: Podávali jste už někdy nabídku veřejnému sektoru?	31
Graf 11: Jak se Vám celkově daří v sociálním podnikání?	34

Seznam obrázků

Obrázek 1: Schematické znázornění typů sociálních podniků	9
Obrázek 2: Mapa s počty a procenty sociálních podniků v jednotlivých krajích	14
Obrázek 3: Mapa s počty a procenty provozoven sociálních podniků v jednotlivých krajích	16

1. Úvod

Tato zpráva shrnuje výsledky dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR, které realizovalo Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV) v roce 2019. Cílem šetření bylo získat aktualizované statistické údaje o sektoru sociálních podniků v ČR. Součástí dotazníku byla sada otázek o tom, zda zkoumané podniky naplňují principy sociálního podniku stanovené MPSV (tzv. Identifikátor, blíže viz sekce 3.2). Podniky, které úspěšně prošly tímto hodnocením a vyplnily dotazník na 100%, mohly být pak zveřejněny v **Adresáři sociálních podniků** na www.ceske-socialni-podnikani.cz a v **Katalogu sociálních podniků** s nabídkou zboží a služeb, který bude distribuován v tištěné podobě zadavatelům veřejných zakázek a bude také ke stažení na www.ceske-socialni-podnikani.cz.

Iniciátorem dotazníkového šetření bylo Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR, Oddělení národní soustavy povolání, které ho financovalo z projektu Podpora sociálního podnikání v ČR pokračuje, registrační číslo CZ.03.2.60/0.0/0.0/15_016/0006098. V rámci tohoto oddělení koordinovala práce na dotazníkovém šetření Gabriela Kurková¹. Dotazníkové šetření připravily a vyhodnotily expertky na sociální podnikání Petra Francová² a Eva Fraňková³. Telefonické obvolávání proběhlo prostřednictvím call centra 1. SDZP, které je také sociálním podnikem. Programátorské práce včetně zpracování statistických výstupů provedla Alena Hytychová.

¹ Gabriela Kurková, MPSV, gabriela.kurkova@mpsv.cz

² Petra Francová, P3 - People, Planet, Profit o.p.s., petra.francova@p-p-p.cz

³ Eva Fraňková, Masarykova univerzita, eva.slunicko@centrum.cz

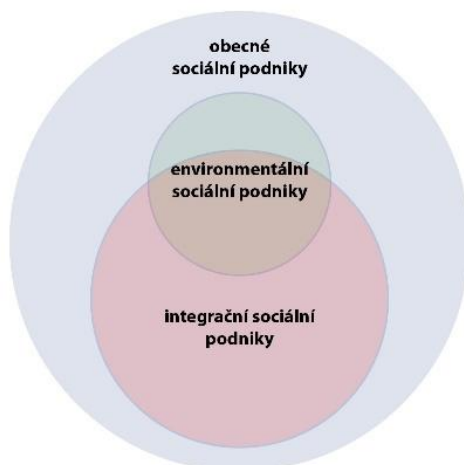
2. Metodika

2.1 Použitá definice sociálního podniku

Výzkum sociálních podniků v ČR je úzce provázán s jejich definicí. Nastavení definice určuje, které podniky alespoň potenciálně splňují daná kritéria a budou tedy zařazeny do výzkumného vzorku. Realita sociálního podnikání je v praxi velmi různorodá a právní definice sociálního podniku v ČR zatím neexistuje. Aby mohlo MPSV sociální podniky podporovat, stanovilo si již v prvních evropských výzvách v roce 2009 (výzvy č. 30 OP LZZ a č. 8 IOP) svou vlastní definici. Ta do značné míry vychází z definice a souvisejícího souboru principů sociálních podniků vytvořených již dříve Tematickou sítí pro sociální ekonomiku TESSEA. Pro praktické posouzení toho, kdo je a kdo není sociální podnik, používá MPSV podrobněji rozpracovanou sadu rozpoznávacích znaků a způsobů jejich naplňování, které si průběžně upravuje pro potřeby jednotlivých výzev. V mírně upravené podobě byla definice MPSV převzata také jinými řídicími orgány programů evropských strukturálních fondů a bankovními institucemi, které podporují sociální podnikání.

Dle původní definice TESSEA se rozlišuje tzv. **obecný sociální podnik**, který plní společensky prospěšný cíl např. v oblasti kultury či vzdělávání. Pokud je společensky prospěšným cílem zaměstnávání min. 30% znevýhodněných osob, jedná se o tzv. **integrační sociální podnik**. MPSV používá od roku 2017 také termín **environmentální sociální podnik** jako další specifickou formu společensky prospěšného cíle. Pokud environmentální sociální podnik zaměstnává min. 30% znevýhodněných osob, patří zároveň také mezi integrační sociální podniky. Typy sociálních podniků jsou pro přehled znázorněny v následujícím schématu (Obrázek 1).

Obrázek 1: Schematické znázornění typů sociálních podniků



Přestože MPSV v praxi podporuje pouze integrační sociální podniky, do tohoto dotazníkového šetření byly zahrnuty i obecné a environmentální sociální podniky, které podmínku zaměstnávání 30% znevýhodněných osob nespĺňují. Šetření je tedy primárně postaveno na definici a principech integračního sociálního podniku dle MPSV (viz příloha 5.1), které byly pro účely dotazníkového šetření upraveny i pro neintegrační sociální podniky.

Environmentálně zaměřený sociální podnik byl pro účely šetření (viz otázka 58) vymezen následovně: Environmentálně zaměřený obecně prospěšný cíl mohou podniky naplňovat v zásadě dvojím způsobem: 1. environmentální oblast vlastní činnosti – např. ochrana biodiverzity, produkce a zpracování biopotravin, re-use, bezobalovost atd.; 2. environmentálně šetrný způsob, jak podnik něco vyrábí či zpracovává (např. architekt, který staví ekologicky fungující budovy z přírodních materiálů, nebo výroba zboží, které se běžně spotřebovává, ale je vyráběno z environmentálně šetrných materiálů (např. oblečení či bytový textil z biobavlny, barvy a potisky na přírodní bázi apod.). Využití environmentálně šetrných postupů a materiálů musí být podstatou činnosti podniku, nikoli jen okrajovou/doplňkovou činností jinak konvenční výroby.

2.2 Identifikátor sociálních podniků

Identifikátor sociálních podniků vychází z výše uvedené definice a jde o mechanismus pro zjišťování míry naplňování principů sociálního podniku formou sebehodnocení. Identifikátor byl do dotazníku zařazen jako samostatná sada otázek (viz také sekce 2.3 popisující strukturu dotazníku). Zástupci dotazovaných sociálních podniků vyplňovali sadu 36 otázek o tom, zda příslušné principy naplňují, což dokládali čestným prohlášením na konci dotazníku. Identifikátor vytvořila v roce 2018 TESSEA ČR, otázky byly zpracované podle tabulky MPSV Principy integračního sociálního podniku (viz příloha 5.1) a jsou upravené také pro neintegrační sociální podnik. Výstupem je vyhodnocení, do jaké míry konkrétní sociální podnik naplňuje principy sociálního podniku. Hodnocení má 5 částí: společensky prospěšný cíl, sociální princip, ekonomický princip, environmentální princip a místní princip. Hodnotila se jak každá část samostatně, tak naplnění principů jako celku, a to formou semaforu: zelená – je to dobré, jsou splněny (téměř) všechny principy; žlutá – upozornění, jsou nicméně splněny alespoň všechny klíčové principy; červená – varování, v naplňování některého z klíčových principů jsou rezervy. Respondenti se mohli se způsobem bodování svých odpovědí předem seznámit. Podrobný popis způsobu vyhodnocení identifikátoru je uveden v příloze 5.2.

Hodnocení společensky prospěšného cíle bylo založeno na tom, zda se sociální podniky veřejně k jednotlivým principům hlásí v zakládacích dokumentech a na webových stránkách svých organizací. Tuto část vyplňovali pracovníci MPSV z veřejně dostupných zdrojů. Kontrolovali přitom také to, zda organizace splnily svou zákonnou povinnost a mají zveřejněné zakládací dokumenty ve veřejných rejstřících na www.justice.cz nebo na http://www3.mkcr.cz/cns_internet/, což je podmínkou pro zveřejnění v Adresáři a Katalogu (viz Úvod). Respondenti měli možnost využít 3-měsíční lhůtu pro odstranění případného nedostatku, tj. během vyplňování dotazníku mohli upravit zakládací dokument a podat žádost o jeho změnu na soud. Poté, co byly jejich upravené zakládací dokumenty s přihlášením se k principům zveřejněny ve veřejných rejstřících, mohl být jejich profil

zveřejněn v Adresáři. Povinnost být zapsán v obchodním rejstříku neplatí pro fyzické osoby podnikající dle živnostenského zákona a pro zemědělské podnikatele. Pro tento typ podnikatelů, kteří nemají zakládací dokumenty, je požadováno formální prohlášení, že se hlásí k principům sociálního podniku. Pracovníci MPSV v těchto případech kontrolovali, zda mají tyto právní formy takové prohlášení zveřejněné na svých webových stránkách a/nebo na facebookovém profilu.

2.3 Struktura dotazníku

Dotazník obsahoval celkem 118 otázek (viz příloha 5.3) a byl rozčleněn na několik částí:

- **Kontaktní údaje** osoby zodpovědné za vyplnění dotazníku (otázky 1-3).
- **Důvody odmítnutí** (otázka 4), kterou zodpovídaly pouze oslovené podniky, které se rozhodly dotazník nevyplňovat. Shrnutí těchto důvodů viz sekce 2.5.
- **Identifikační údaje subjektu** (otázky 5-12) se automaticky načely z registru ARES a respondenti je nevyplňovali. Tyto údaje krom jiného obsahují vymezení oblastí podnikání dle kategorií definovaných Českým statistickým úřadem (tzv. CZ-NACE, zde vyhodnocené na úrovni dvouciferných kódů, blíže viz ČSÚ 2019⁴).
- **Faktografické údaje o organizaci** (otázky 13-45, 109), kde respondenti uváděli například to, zda je sociální podnik samostatnou právní osobou nebo součástí větší organizace, a také zda má jeden nebo více provozů. V závislosti na odpovědi pak vyplňovali buď jednu nebo několik tzv. karet provozoven (otázky 31-45). Karta obsahovala kontaktní údaje, vymezení oblastí podnikání (v tomto případě nešlo o kategorie CZ-NACE, ale o obecnější vymezení oblastí podnikání převzaté ze stávajícího Adresáře sociálních podniků na www.ceske-socialni-podnikani.cz a částečně upravené autorkami dotazníku, viz otázka 40), a tři textová pole, v nich měli respondenti možnost sami představit své produkty či služby, popsat společenskou prospěšnost svého podnikání a zvolit 3 klíčová slova nebo sousloví. Respondenti měli možnost karty přidávat a vyplnit jich takový počet, kolik měli samostatně vystupujících provozoven. Z informací získaných v této části dotazníku byl vytvořen Katalog sociálních podniků (viz Úvod).
- **Identifikátor** (otázky 46-82), tj. mechanismus pro vyhodnocení míry naplňování principů sociálního podniku – blíže viz předchozí sekce 2.2. Součástí této části dotazníku (nad rámec vlastního identifikátoru) byly také doplňující údaje o počtech zaměstnanců sociálního podniku a jeho ekonomické situaci, které jsou vyhodnoceny v sekcích 3.3 a 3.4 této zprávy. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, vyplňovali respondenti tyto údaje pouze za část organizace, která se zabývá sociálním podnikáním.
- **Informace o fungování sociálního podniku** (otázky 83-92). Tato část šetření zjišťovala, kdo sociální podnik řídí, jak se organizaci v podnikání daří, jaké jsou její silné a slabé stránky a jak řeší své případné potíže. Otázky byly částečně převzaté nebo inspirované dřívějším šetřením z roku 2015, které realizovala nestátní nezisková organizace P3 – People, Planet, Profit o.p.s. (viz P3 2015).⁵

⁴ Dostupné na https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickyh_cinnosti_cz_nace (2019-12-03).

⁵ Dostupné na https://ceske-socialni-podnikani.cz/media/com_form2content/documents/c1/a1420/f239/Socialni_podniky_setreni_2015.pdf (2019-12-03)

- **Ekosystém sociálního podnikání** (otázky 93-98). Zde podniky uváděly, co by podle nich nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání v České republice v následujících šesti oblastech: Právní rámec, Přístup k financím, Přístup k trhu, Specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání, Síť a vzájemné podpůrné mechanismy, a Výzkum a vzdělávání. Tato část byla inspirována mapovací studií Evropské komise a jejím pojetím ekosystému sociálních podniků (viz Evropská komise 2019).⁶
- **Veřejné zakázky** (otázky 100-108). Tato část byla zpracovaná ve spolupráci s oddělením veřejných zakázek MPSV a zjišťovala, jaké jsou zkušenosti sociálních podniků s veřejnými zakázkami a o jaký typ podpory by měly sociální podniky v této oblasti zájem.
- **Reference, fotografie, videa** (otázky 110-115). Podniky zde měly možnost nahrát propagační materiály, které se staly součástí Katalogu a Adresáře.

Odpovědi na většinu uvedených otázek jsou vyhodnoceny v sekci 3 této zprávy. Část odpovědí zde uvedena není – jde například o kontaktní informace podniků a jejich zaměstnanců (část Kontaktní údaje, větší část Identifikačních údajů subjektu a část Faktografické údaje o organizaci) či o doplňkové materiály, které měly význam pro Katalog a Adresář, ale nemá smysl je statisticky vyhodnocovat (zejména část Reference, fotografie, videa).

2.4 Výběr a charakteristika zkoumaného vzorku

Sběr dat probíhal v období od 15.9.2019 do 15.11.2019. Celkově bylo osloveno téměř 400 organizací, které buď již byly součástí Adresáře sociálních podniků spravovaného MPSV, byly v minulosti žadateli či příjemci dotací z Evropských fondů na podporu sociálních podniků nebo byly vytipovány zadavatelem a zpracovatelkami dotazníku. Snahou bylo zahrnout co nejširší spektrum podniků. Podle střízlivých expertních odhadů je v ČR cca 400 – 600 sociálních podniků (Evropská komise 2019), šetření se tedy alespoň pokusilo oslovit většinu z nich.

Sběr dat probíhal formou telefonického rozhovoru v kombinaci s vyplňováním dotazníku online samotnými respondenty. Tazatelé po telefonu zejména informovali potenciální respondenty o probíhající šetření a jeho cílech, motivovali je k vyplnění dotazníku a začali ho ve spolupráci s dotazovanými vyplňovat. Poté už respondenti vyplňovali dotazník sami s pomocí nápovědy, v případě potřeby s podporou pracovníků MPSV.

Kritériem pro zařazení respondentů do Adresáře a Katalogu (viz Úvod) bylo vyplnění dotazníku na 100% a zelený nebo žlutý semafor v celkovém hodnocení Identifikátoru. Tuto podmínku k 15.11.2019 splnilo 136 organizací s 361 provozovny. Oproti tomu kritérium pro zařazení respondentů do výsledků šetření prezentovaných v této zprávě bylo nastaveno šířeji, aby odpovědi reprezentovaly co nejširší spektrum dotazovaných sociálních podniků. Do výsledků proto byly zařazeny všechny podniky, které vyplnily dotazník alespoň na 75%, nehledě na výsledek Identifikátoru. Do vyhodnocení šetření tak bylo zahrnuto celkem 167 organizací s 303 provozovny.

⁶ Dostupné na <https://europa.eu/!Qq64ny> (2019-12-03).

Sociální podniky v ČR mají různé právní formy včetně OSVČ. Může se stát, že tato právní forma funguje celá jako sociální podnik, tj. je s touto právní formou totožná, nebo se může jednat o tzv. vnořený sociální podnik, který je součástí větší organizace. Stává se také, že pod jednou právní formou funguje více provozů nebo středisek, které navenek vystupují samostatně. V praxi dochází ke kombinaci všech výše uvedených možností.

Zpracovatelky průzkumu zvolily jako klíč pro vyplnění dotazníku existenci IČO (tj. 1 dotazník = 1 IČO). Respondenti pak v rámci svého dotazníku vyplňovali tzv. karty provozoven, resp. středisek a jejich počet si volili sami. Pojem sociální podnik je proto dále v dotazníku používán pro subjekty, které se veřejně hlásí k sociálnímu podnikání a mají samostatné IČO; nepoužívá se tedy pro samostatně vystupující provozovny, které jsou součástí větší organizace.

Dotazníkové šetření mezi sociálními podniky srovnatelného rozsahu realizovala v roce 2015 společnost P3 - People, Planet, Profit o.p.s. (viz P3 2015). Do tohoto dřívějšího průzkumu se zapojilo 151 respondentů.⁷

2.5 Důvody odmítnutí

Otázku zjišťující důvody pro odmítnutí vyplnit dotazník zodpovědělo 36 oslovených podniků. Nejčastějším důvodem odmítnutí bylo přesvědčení oslovených podniků, že nespĺňují principy sociálního podniku (20 podniků, tj. 56%), v některých případech v kombinaci s tvrzením, že se daný podnik nechce hlásit k tomu, že je sociální (7 podniků, tj. 19%). Druhou nejčastější skupinou důvodů byla kombinace odpovědí, že dané podniky nechtějí být uvedeny v Adresáři ani v Katalogu (14 podniků, 39%), často doprovázené neochotou poskytnout požadované údaje (10 podniků, 28%).

⁷ Dostupné na: https://ceske-socialni-podnikani.cz/media/com_form2content/documents/c1/a1420/f239/Socialni_podniky_setreni_2015.pdf (2019-12-03)

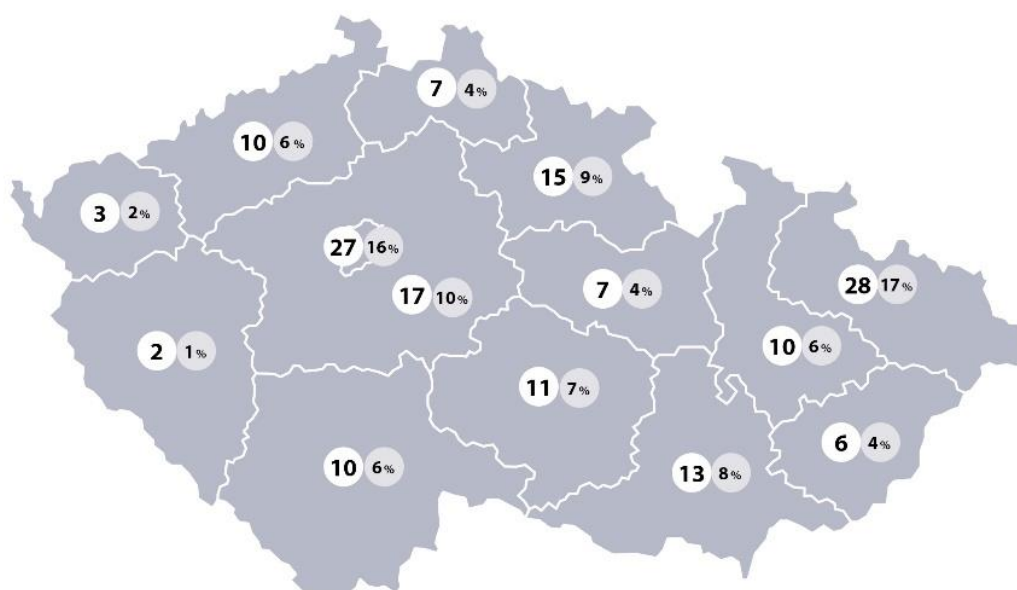
3. Výsledky

3.1 Faktografické údaje o zkoumaných sociálních podnicích

3.1.1 Kraj

Následující dva obrázky znázorňují počet a regionální rozmístění zkoumaných sociálních podniků (Obrázek 2) a jejich provozoven (Obrázek 3, viz další strana). Nejvíce sociálních podniků má sídlo v Praze a v Moravskoslezském kraji, v obou se nachází 16% ze zkoumaných podniků. Následuje Královéhradecký kraj s 10%.

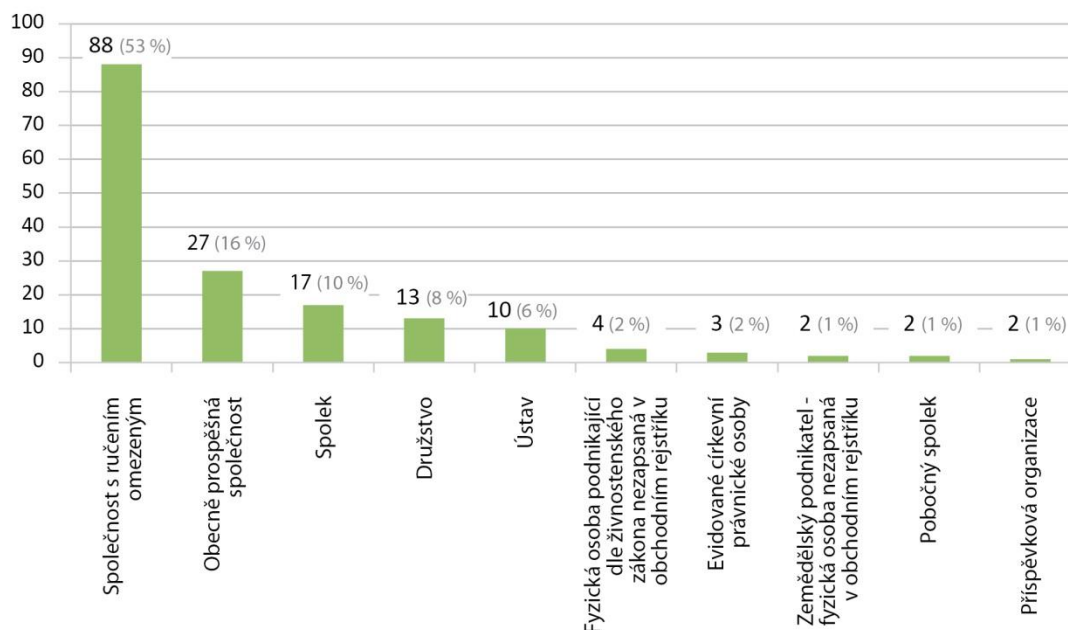
Obrázek 2: Mapa s počty a procenty sociálních podniků v jednotlivých krajích



3.1.2 Právní forma

Nejčastější právní formou ve zkoumaném vzorku je s 53% společnost s ručením omezeným, následovaná obecně prospěšnou společností s 16%, spolkem s 10% a družstvem s 8%. Mezi zkoumanými subjekty bylo dále 6% ústavů, což je právní forma, která nahradila v roce 2014 obecně prospěšné společnosti. Zbytek tvoří jiné právní formy jako evidovaná církevní právnická osoba, OSVČ, zemědělský podnikatel, pobočný spolek nebo příspěvková organizace (viz Graf 1). Sečteme-li všechny zastoupené neziskové právní formy, tj. obecně prospěšné společnosti, ústavy, spolky, pobočné spolky a evidované církevní právnické osoby, dostaneme jejich více než třetinový podíl (35%).

Graf 1: Právní formy

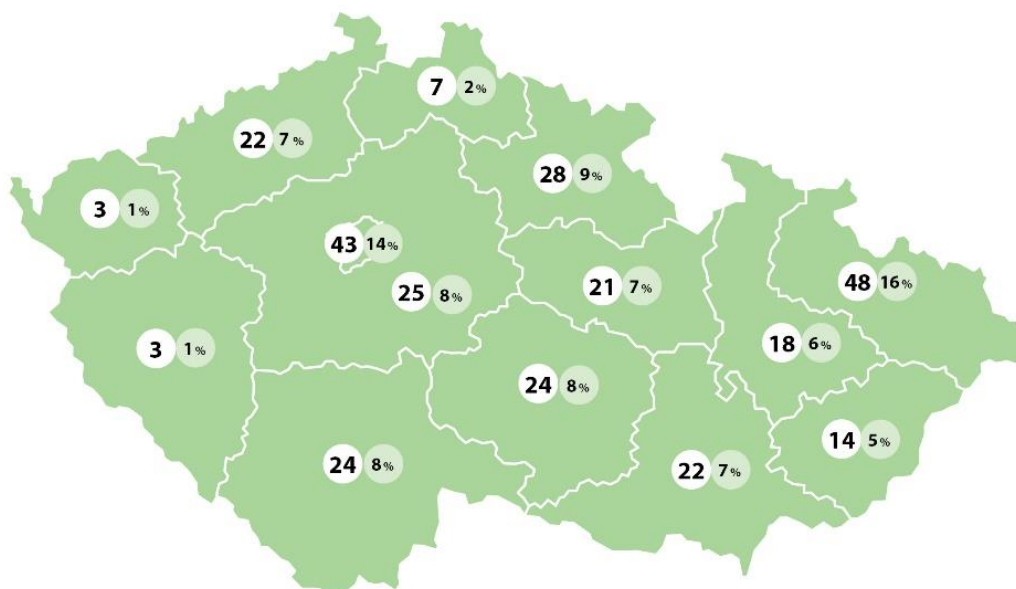


84% ze zkoumaných podniků je přitom samostatnou právnickou osobou a pouze 16% funguje jako součást větší organizace.

3.1.3 Počty provozů a oblastí podnikání

37% zkoumaných sociálních podniků má více než jeden provoz - průměrně na jedno IČO připadá 1,8 provozů. Častěji k tomu dochází u organizací, které provozují sociální podnikání společně s jinými činnostmi (62% z nich má více než jeden provoz, ale v případech, kdy je podnik samostatnou právnickou osobou, má více než jeden provoz jen 55% z nich). Porovnáme-li procentní zastoupení sociálních podniků podle počtu IČO s procentním zastoupením počtu provozoven v jednotlivých krajích, jedná se v podstatě o srovnatelné údaje (rozdíly jsou pouze 1-2%, viz obrázek 3).

Obrázek 3: Mapa s počty a procenty provozoven sociálních podniků v jednotlivých krajích



Oblasti podnikání na úrovni jednotlivých IČO (viz otázka 12 v dotazníku) byly zjišťovány v kategoriích třídění CZ-NACE (blíže viz sekce 2.3), které je srovnatelné napříč EU. Tyto údaje se načely automaticky z registru. Pro velký rozsah jsou tyto výsledky uvedeny samostatně v příloze 5.4. Jelikož kategorie CZ-NACE nezohledňují specifika sektoru sociálního podnikání, respondenti byli navíc požádáni, aby zvolili oblasti podnikání podle kategorií podnikání definovaných specificky pro sociální podniky (do dotazníku byly s mírnou úpravou převzaty z třídění v Adresáři sociálních podniků na www.ceske-socialni-podnikani.cz). Respondenti vyplňovali oblasti podnikání na tzv. kartě provozovny; měli možnost karty přidávat a vyplnit jich takový počet, kolik měli samostatně vystupujících provozoven. Počty provozoven jsou tedy vyšší než počet zkoumaných sociálních podniků.

Tabulka 1 shrnuje četnost zmíněných oblastí podnikání na úrovni provozoven. Jednoznačně nejčastější oblastí podnikání je Obchod (31%), následuje dalších 6 oblastí podnikání, které jsou zastoupeny téměř srovnatelně. S odstupem deseti procent jsou to Potravinářská výroba (22%), Ostatní výroba (22%) a Propagační a dárkové předměty (21%). Po dvaceti procentech pak získaly Stravování (zahrnuje kavárny, restaurace, jídelny, bistra apod.), Údržba zeleně a technické služby a Úklidové služby a potřeby. Poté následuje Textil - výroba, recyklace, re-use (19%) a Catering (15%). Podíváme-li se na oblasti podnikání ze širšího pohledu a sečteme-li všechny tři kategorie, které se týkají jídla, je zřejmé, že výrazně vedou gastroslužby (celkem 57%). Relativně velké zastoupení má kategorie jiné (28% respondentů). Zde se nejčastěji objevovaly oblasti: Ostatní služby (například mytí aut, poštovní a balíkové služby, provoz veřejných záchodků a další), Zemědělská prvovýroba

(včetně lesnictví, sadařství a produkce květin), Administrativní služby (včetně účetních služeb, digitalizace, skartace apod.), a další.

Tabulka 1: Oblasti podnikání

Oblasti podnikání provozoven	počet	procenta
Obchod	51	31%
Potravinářská výroba	35	22%
Výroba – ostatní	35	22%
Propagační a dárkové předměty	34	21%
Stravování (zahrnuje kavárny, restaurace, jídelny, bistra apod.)	33	20%
Údržba zeleně a technické služby	33	20%
Úklidové služby a potřeby	32	20%
Textil - výroba, recyklace, re-use	31	19%
Catering	25	15%
Kompletace a kontrola kvality	23	14%
Vzdělávání a školení	20	12%
Grafické a tiskové práce	20	12%
Prádelny	16	10%
Pronájem prostor	14	9%
Odpady a recyklace	13	8%
Ubytování	8	5%
Stavební práce a projektové a architektonické činnosti	8	5%
Call centrum, telemarketing, direct marketing	7	4%
IT služby	6	4%
Nábytek a vybavení interiérů	5	3%
Kancelářské potřeby	4	2%
Ostraha a bezpečnostní služby	3	2%
Jiné - prosím specifikujte	46	28%

3.1.4 Typy sociálních podniků

V dotazníkovém šetření výrazně dominovaly integrační sociální podniky – ve zkoumaném vzorku jich bylo 156, tj. 95%. Obecných sociálních podniků pak bylo pouhých 9, tj. 5%.

Co se týče environmentálních sociálních podniků, je situace méně jasná. Zatímco vymezení integračních sociálních podniků je jednoznačné (minimálně 30% zaměstnanců ze znevýhodněných skupin definovaných MPSV), definice environmentálních sociálních podniků je pro zkoumané podniky mnohem hůře uchopitelná. V nápovědě k otázce sice byla tato definice uvedena (podrobnosti viz sekce 2.1), zdá se nicméně, že zkoumané podniky ji

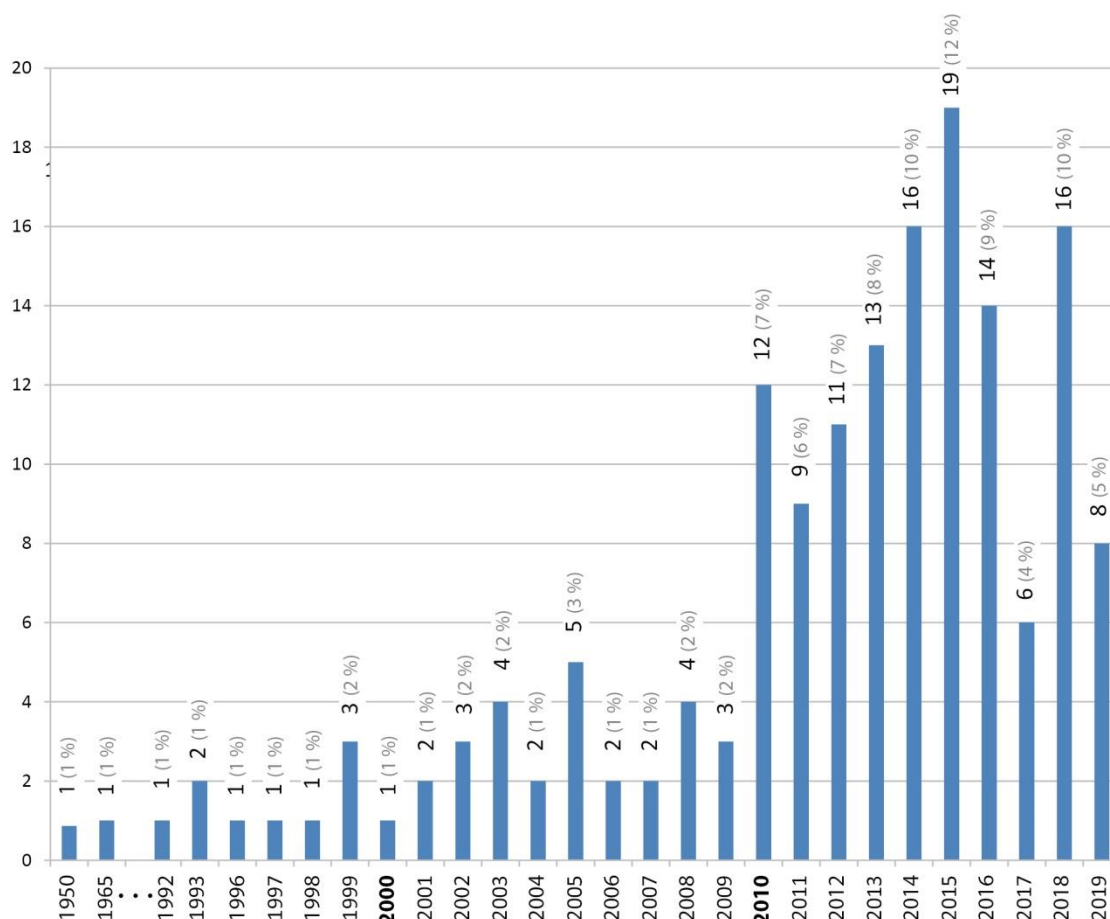
ne vždy důsledně aplikovaly. Na otázku, zda považují svůj podnik za environmentální, odpovědělo kladně 109 respondentů (66%), jen zhruba polovina z nich (51 podniků) ale byla ochotná či schopná v následující otázce specifikovat, jaký environmentální problém jejich podnik řeší, případně v čem konkrétně je jejich činnost environmentálně příznivá. I když je počet environmentálních sociálních podniků v praxi pravděpodobně nižší než uvedených 66%, lze z odpovědí dovést, že se sociální podniky ve velké míře k ochraně životního prostředí hlásí.

Pokud se blíže podíváme na oněch 51 podniků, které své environmentální zaměření specifikovaly podrobněji, zhruba 21 (tj. 41%) z nich uvádí činnosti, které by se spíše daly označit za aplikaci zásad environmentálně šetrného provozu (např. používání ekologických čisticích prostředků, oboustranný tisk, úspory energie, případně využívání obnovitelných zdrojů energie apod.). Environmentální uvědomělost těchto podniků je samozřejmě pozitivní, dle definice uvedené v sekci 2.1 ale nenaplnují podstatu environmentálního sociálního podniku. Zbytek odpovědí (30 podniků, 59% odpovědí) pak této definici odpovídá, přičemž významná část z nich (12 podniků, 24%) působí v oblasti udržitelné produkce a zpracování potravin (ekologické zemědělství, podpora a zpracování místní produkce, kompostování apod.), zbytek (18 podniků, 35%) pak v dalších oblastech (např. re-use a recyklace použitého papíru, textilu či elektrospotřebičů, rukodělná výroba z místních přírodních materiálů apod.).

3.1.5 Různé

Respondenti byli v průzkumu dotazováni na rok, kdy začali sociálně podnikat. K nárůstu počtu nově vzniklých sociálních podniků došlo zejména od roku 2010, což souvisí s grantovými výzvami na podporu sociálních podniků financovaných z Evropského sociálního fondu. Konkrétní roky, kdy začaly zkoumané sociální podniky podnikat, jsou uvedeny v následujícím Graf 2.

Graf 2: Rok, kdy jste začali sociálně podnikat



Co se týče náhradního plnění, nabízí ho pouze 58 dotazovaných sociálních podniků (36%) a 105 (64%) ho neposkytuje. Stejný počet jich uvedlo, že mají nějaké certifikáty a značky kvality (35%).

91 zkoumaných sociálních podniků (55%) je členem nějaké sítě sdružující sociální podniky, 75 (45%) jich v žádné síti není.

Respondenti se také vyjadřovali k tomu, zda mají zájem nabízet pro zájemce stáže ve svém sociálním podniku. 109 (67%) jich chce stáž ve svém sociálním podniku nabízet, 53 (33%) nikoli.⁸

Webové stránky má 95% respondentů (tj. 158 ze 166). Průzkum také zjišťoval, jaké sociální sítě dotazované sociální podniky používají. Jednoznačně vede Twitter (96%), s velkým odstupem následuje Instagram (75%) a Facebook (72%). LinkedIn je využíván zcela okrajově (3%).

⁸ Více viz podmínky MPSV pro stáže v sociálních podnicích na <https://ceske-socialni-podnikani.cz/poradenstvi/staze-v-socianich-podnicich> (2019-12-03).

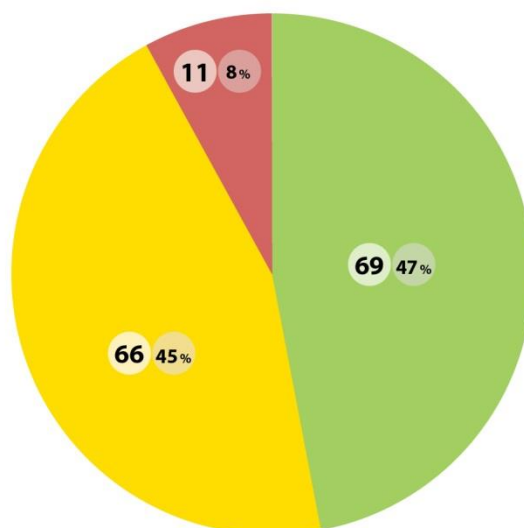
3.2 Identifikátor

Identifikátor kompletně vyplnilo 146 sociálních podniků. V celkovém hodnocení získalo 47% z nich zelenou barvu na semaforu, tj. naplňují principy na výbornou. 45% sociálních podniků získalo žlutou barvu, tj. prošli hodnocením, ale mají ještě co zlepšovat. Pouze 8% respondentů bylo ohodnoceno červenou barvou semaforu, tj. mají rezervy v naplňování některého z klíčových principů sociálních podniků a nesplnili proto požadavky na zařazení do Adresáře a Katalogu. Pro pořádek je třeba zmínit, že někteří respondenti, kteří by pravděpodobně byli hodnoceni červenou, dotazník vyplnili pouze z menší části a nebyli proto vůbec zařazení do vyhodnocení, což snížilo výsledný počet červeně označených podniků. Souhrnné údaje jsou uvedeny v následujících Tabulka 2 a Grafu 3.

Tabulka 2: Identifikátor – vyhodnocení

Identifikátor - vyhodnocení	zelená		žlutá		červená	
	počet	procenta	počet	procenta	počet	procenta
Společensky prospěšný cíl	129	88%	13	9%	4	3%
Sociální princip	92	63%	48	33%	6	4%
Ekonomický princip	119	82%	25	17%	2	1%
Environmentální princip	127	87%	17	12%	2	1%
Místní princip	139	95%	7	5%	0	0%
CELKOVÉ HODNOCENÍ	69	47%	66	45%	11	8%

Graf 3: Identifikátor – celkové vyhodnocení



Podíváme-li se blíže na výsledky jednotlivých částí identifikátoru podle barev semaforu, nejvíce sociálních podniků naplňuje místní princip (95% zelených), poté následuje společensky prospěšný cíl (88%), environmentální princip (87%) a ekonomický princip

(82%). Naplňování sociálního principu bylo pro sociální podniky nejobtížnější (63% zelených a 33% žlutých). Dále jsou výsledky v jednotlivých oblastech popsány podrobněji.

3.2.1 Sociální princip

Část otázek v sociálním principu se lišila podle toho, zda se jednalo o obecné nebo integrační sociální podniky. U těch integračních se zjišťovalo, zda je zaměstnancům ze znevýhodněných skupin poskytována individuální psychosociální podpora prostřednictvím odborného pracovníka - na tuto otázku odpovědělo 79% respondentů kladně a 21% záporně. Na otázku, zda jsou jejich zaměstnanci ze znevýhodněných skupin vzdělávání dle individuálních možností, odpovědělo kladně 95% respondentů.

Dotaz, zda jsou zaměstnanci pravidelně a systematicky zapojováni do rozhodování, informování o chodu podniku, výsledcích hospodaření a naplňování společensky prospěšných cílů, byl určen respondentům z obou skupin sociálních podniků a získal v obou skupinách stejné procento kladných odpovědí (95%).

U obecných sociálních podniků se zjišťovalo, zda mají definované skupiny, na které jsou zaměřeny jejich aktivity. Z celkového počtu 9 těchto podniků jich odpovědělo kladně 7, tj. 78%. Jednalo se zejména o následující cílové skupiny:

Údaje týkající se pracovníků v sociálních podnicích, tj. zaměstnanců a dobrovolníků, jsou podrobněji analyzovány v sekci 3.3 této zprávy.

3.2.2 Ekonomický princip

Ekonomická stránka fungování zkoumaných sociálních podniků je podrobněji analyzována v sekci 3.4.1. Na tomto místě jsou komentované pouze otázky týkající se nezávislosti sociálních podniků. Ta se v praxi posuzuje jako nezávislost na veřejné správě. V dotazníku byla otázka, zda má veřejná správa v sociálním podniku podíl na hlasovacích právech na valné hromadě či obdobném orgánu. Kladně na ní odpovědělo 6 respondentů, tj. 4% ze všech dotázaných. U těchto 6 respondentů se dále zjišťovalo, zda je tento podíl menší než 50%. 5 respondentů odpovědělo, že podíl veřejné správy je menší než 50% a pouze v 1 případě tomu bylo jinak. V tomto případě bylo zřizovatelem více obcí a zakládací dokument tohoto sociálního podniku splňuje podmínky MPSV pro nezávislost⁹. Princip nezávislosti tedy splňují všechny dotazované sociální podniky.

3.2.3 Environmentální princip

U environmentálního principu se vyjadřovali respondenti ke dvěma otázkám. 149 (90%) jich vyrábí produkt/poskytuje službu s ohledem na ochranu životního prostředí, a dokonce 160 (96%) dotázaných podniků prohlásilo, že uplatňují ve svém podniku environmentálně šetrný provoz.

⁹ Více informací na <https://www.esfcr.cz/vyzva-129-opz> (2019-12-03), Příloha č. 2 Rozpoznávací znaky integračního sociálního podniku – část 3b.

3.2.4 Místní princip

Místní princip byl zjišťován třemi otázkami. Všechny 100% respondentů se přihlásilo k tomu, že zaměstnává místní obyvatele a 164 (99%) jich preferuje místní dodavatele vždy, když je to možné. Na otázku, zda spolupracuje podnik formálně či neformálně s místními aktéry, odpovědělo kladně 160 (96%) dotázaných. Srovnáme-li odpovědi u všech pěti dílčích částí identifikátoru, k naplnění místního principu se přihlásilo nejvíce z dotázaných sociálních podniků.

3.3 Lidé ve zkoumaných sociálních podnicích

3.3.1 Počty zaměstnanců

V dotazníkovém šetření jsme zjišťovali celkové počty zaměstnanců sociálních podniků včetně výše jejich úvazku, počty znevýhodněných zaměstnanců včetně jejich úvazků a druhu znevýhodnění a poprvé byl také zjišťován počet dobrovolníků. Veškeré údaje se vztahují k poslednímu ukončenému kalendářnímu roku, tedy roku 2018. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, uváděl do dotazníku pouze údaje za provoz/y týkající se sociálního podnikání.

Celkově sociální podniky, které se zúčastnily dotazníkového šetření, zaměstnávaly v roce 2018 5254 zaměstnanců (bez DPČ a DPP), z toho 3852 znevýhodněných. Při přepočteném počtu všech úvazků se jednalo o 3501 celých úvazků, z toho byl u znevýhodněných zaměstnanců přepočtený počet všech úvazků 2522. Průměrný úvazek všech zaměstnanců byl 0,67 a průměrný úvazek znevýhodněných zaměstnanců byl 0,65.

Průměrný počet všech zaměstnanců byl 33 (z toho 13 mužů a 20 žen), medián, tj. nejčastěji se vyskytující počet zaměstnanců byl 13. Průměrný počet zaměstnanců na přepočtený počet úvazků byl 22.

U integračních sociálních podniků byl průměrný počet znevýhodněných zaměstnanců 29, medián byl 10. Průměrný počet znevýhodněných zaměstnanců na přepočtený počet úvazků byl 19.

Respondenti měli za úkol odhadnout také počet dobrovolníků a objem jejich práce ve formě (neplaceného) "úvazku". Dotázaným sociálním podnikům pomáhalo celkem 663 dobrovolníků, kteří pracovali odhadem průměrně na 0,33 úvazku. Počty mužů a žen byly téměř vyrovnané, i když ženy měly mírnou převahu.

V následující Tabulka 3 jsou uvedeny počty zaměstnanců a dobrovolníků za všechny sociální podniky, tj. včetně obecných.

Tabulka 3: Počty zaměstnanců

	celkem	z toho mužů	z toho žen	přepočtený počet všech úvazků
počet všech zaměstnanců sociálního podniku (bez DPČ a DPP)	5256	2061	3182	3501
počet znevýhodněných zaměstnanců	3852	1475	2271	2522
počet dobrovolníků	663	307	356	217

Integrační sociální podniky zaměstnávaly vysoký podíl znevýhodněných zaměstnanců. Podíl znevýhodněných zaměstnanců má být podle přepočtených úvazků min. 30%, aby naplňoval podmínky definice, jejich průměrný podíl ale byl ve zkoumaných podnicích 72%. Při bližším pohledu zjistíme, že pouze 7% sociálních podniků má přepočtený počet úvazků znevýhodněných zaměstnanců v rozmezí 30-50%. Mezi dotázanými podniky jich téměř třetina (32%) zaměstnávala znevýhodněné zaměstnance v rozmezí 51-70%. Nejvíce, tj. 42% se jich nachází v intervalu 71-90%. Více než 90% znevýhodněných zaměstnanců zaměstnávalo 21% sociálních podniků. Přehledně jsou tyto údaje vidět v následující Tabulka 4.

Tabulka 4: Podíl znevýhodněných zaměstnanců

Podíl znevýhodněných zaměstnanců	Počet	Procenta
30-50 %	9	7%
51-70 %	42	32%
71-90 %	52	40%
více než 90 %	28	21%
CELKEM	131	100%

Abychom mohli aplikovat na zkoumaný vzorek podniků Definicí mikropodniků, malých, středních a velkých podniků¹⁰, je třeba nejprve porovnat přepočtené počty úvazků všech jejich zaměstnanců s ročním obratem těchto zkoumaných podniků a následně je kategorizovat jako mikro, malé a střední podniky. Třídění tohoto druhu je provedeno v následující Tabulka 5.

Tabulka 5: Počty podniků podle přepočteného počtu zaměstnanců a obratu

Přepočtené počty úvazků všech zaměstnanců / roční obrat v milionech	0-5	6-10	11-50	51-250	více než 250	CELKEM
0-10	65	6	0	0	0	71
11-50	16	11	17	1	0	45
51-250	3	0	4	9	1	17
CELKEM	84	17	21	10	1	133

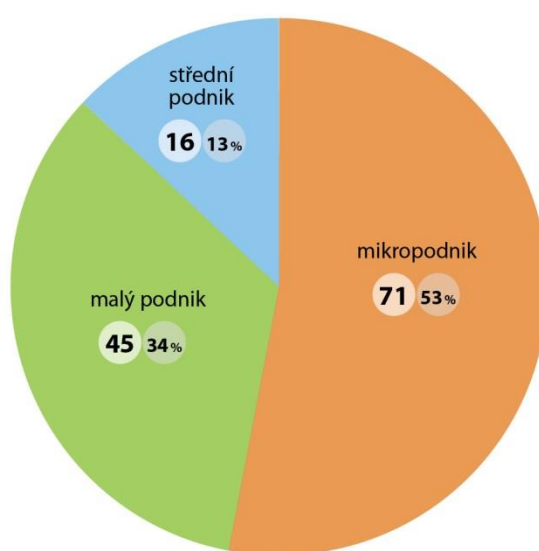
¹⁰ Viz <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Radce/Definice-maleho-a-stredniho-podnikatele> (2019-12-03).

Legenda:

	mikropodnik
	malý podnik
	střední podnik

Souhrnným pohledem na údaje v Tabulka 5 zjistíme, že 53% zkoumaného vzorku patří do kategorie mikropodniků, 34% z nich jsou malé a 13% střední podniky. Do kategorie velkých podniků nespadá žádný. Tyto údaje jsou přehledně znázorněné v následujícím Graf 4.

Graf 4: Kategorie podniku



Ve zkoumaném vzorku se tedy jedná převážně o mikro a malé podniky, v nichž zaměstnanci pracují velmi často na zkrácené úvazky, většina jich je znevýhodněných a převažují ženy nad muži. Charakteristickým rysem sociálních podniků je nabídka zkrácených úvazků, tyto podniky tak vycházejí vstříc potřebám znevýhodněných osob.

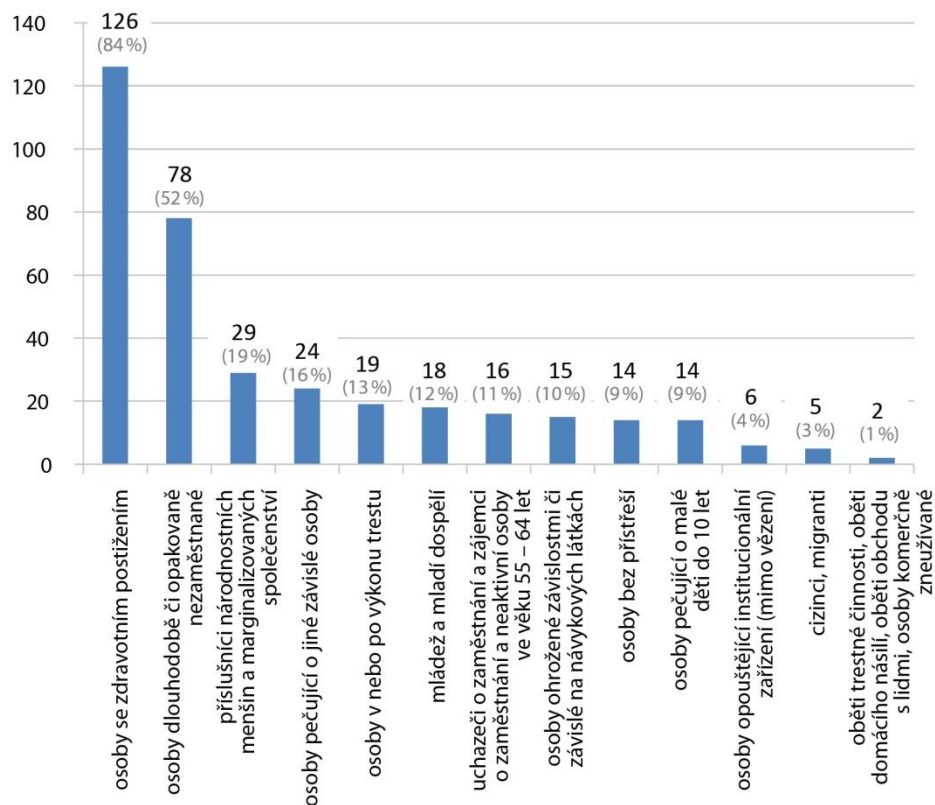
3.3.2 Cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců

U dotazovaných integračních sociálních podniků byl zjišťován také druh znevýhodnění jejich zaměstnanců, tj. o jakou cílovou skupinu zaměstnanců se jedná. Respondenti mohli zaškrtnout více možností. Pokud některý zaměstnanec patřil do více skupin zároveň, měli vybrat kategorii, která u něho převažuje. Integrační sociální podniky často zaměstnávají více než jednu cílovou skupinu, proto součet odpovědí přesahuje celkový počet zkoumaných subjektů.

Nejvíce integračních sociálních podniků (84%) zaměstnává osoby se zdravotním postižením. S výrazným odstupem následuje kategorie osob dlouhodobě či opakovaně nezaměstnaných (52%) a, opět s velkým odstupem jsou příslušníci národnostních menšin a

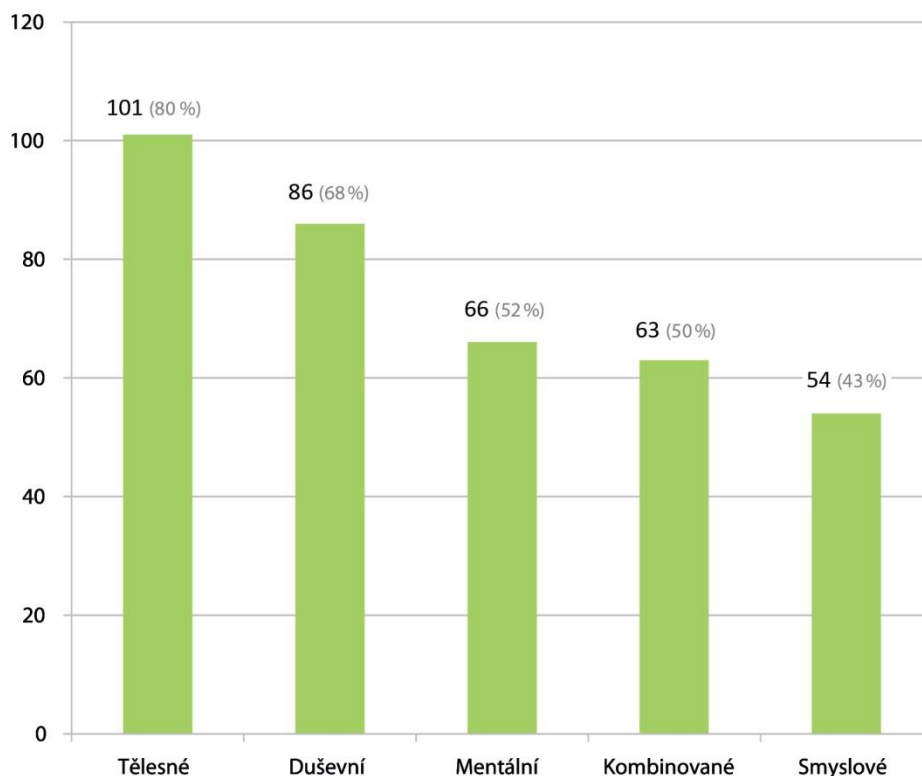
marginalizovaných společenství (19%). Zastoupení dalších cílových skupin je vidět v následujícím Grafu 5.

Graf 5: Cílové skupiny zaměstnanců



Osoby se zdravotním postižením jsou nejvýrazněji zastoupenou cílovou skupinou. Při bližším zkoumání zjistíme, že jsou nejčastěji zaměstnávány osoby s tělesným postižením (80%), s duševním onemocněním (68%) a s mentálním postižením (52%). Z Graf 6 je vidět, že kombinované a smyslové postižení je také velmi časté.

Graf 6: Typy zdravotního postižení



3.3.3 Profil manažera/manažerky sociálního podniku

Šetření si také všímalo toho, kdo sociální podniky řídí. Otázky byly zaměřené na osobu, která sociální podnik reálně vede, nemuselo se jednat o statutárního zástupce. Zajímalo nás, zda je to muž nebo žena, jaké má vzdělání a do jaké věkové kategorie patří.

Zkoumané sociální podniky vedlo 54% žen (90 respondentů) a 46% mužů (77 respondentů), genderově tedy mírně převažují ženy nad muži. Následující Tabulka 6 znázorňuje věkovou strukturu vedoucích sociálních podniků. Nejčteněji zastoupena byla kategorie 41-50 let (40%), následovaná kategorií 50+ (32%) a kategorií 31-40 let (26%).

Tabulka 6: Věková kategorie osoby řídící podnik

Věková kategorie osoby řídící sociální podnik	počet	procenta
do 30	4	2%
31-40	43	26%
41-50	66	40%

50 plus	54	32%
CELKEM	167	100%

Posledním ze zjišťovaných údajů bylo vzdělání manažerů a manažerek sociálních podniků. Jednoznačně převažovalo vysokoškolské vzdělání (114 respondentů, tj. 68%), ostatní měli středoškolské vzdělání (53 respondentů, tj. 32%).

Na základě výše uvedených údajů lze sestavit převažující profil manažerů/manažerek sociálního podniku – dvě třetiny z nich mají vysokoškolské vzdělání, téměř polovina je ve věku 41-50 let a mírně převažují ženy nad muži.

3.4 Ekonomická stránka fungování zkoumaných sociálních podniků

3.4.1 Ekonomická situace sociálních podniků

Tato část výsledků shrnuje údaje o tom, jaké byly výnosy zkoumaných sociálních podniků, zda vykazovaly v posledních dvou ukončených kalendářních letech (tj. 2017 a 2018) zisk, jakým způsobem s ním nakládaly a jaké měly procentní rozložení zdrojů příjmů. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, uváděl do dotazníku pouze údaje za provoz/y týkající se sociálního podnikání.

Celkové výnosy¹¹ zkoumaných sociálních podniků v roce 2018 byly 2 091,5 mil. Kč (údaje od 160 respondentů). Průměrný celkový výnos byl tedy 13,1 mil. Kč a nejčastěji se vyskytující celkový výnos, tj. medián byl 6,7 mil. Kč.

Jak je vidět v Tabulka 7, více než polovina zkoumaných sociálních podniků (57%) přitom v roce 2018 vykázala zisk, téměř čtvrtina (24%) hospodařila se ztrátou a nejméně jich vykázalo zhruba nulu (19%). Ve srovnání s rokem 2017 stoupl o 5% počet sociálních podniků se ziskem, došlo tedy k mírnému zlepšení.

Tabulka 7: Hospodářské výsledky 2017 a 2018

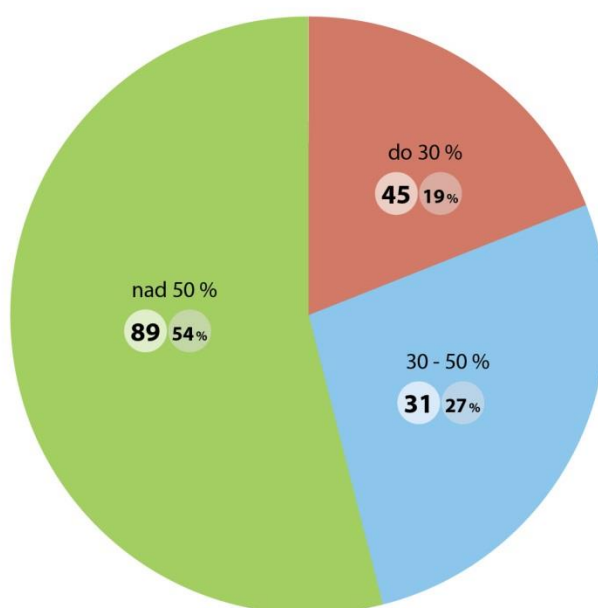
Jaké byly hospodářské výsledky vašeho sociálního podniku	v roce 2017		v roce 2018	
	počet	procenta	počet	procenta
Zisk	87	52%	95	57%
Zhruba nula	40	24%	32	19%
Ztráta	39	24%	39	24%
CELKEM	166	100%	166	100%

¹¹ Viz <https://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%BDnos> (2019-12-03).

Otázka týkající se reinvestice zisku se vztahovala k roku 2017. Sociální podniky, které vykázaly v roce 2017 zisk, odpovídaly na otázku, zda bylo min. 51% tohoto zisku v roce 2018 reinvestováno do rozvoje jejich sociálního podniku a/nebo naplňování jeho deklarovaných společensky prospěšných cílů. Na tuto otázku odpovědělo kladně 85 respondentů (98%).

Důležitým kritériem v ekonomickém principu sociálních podniků je procento tržeb z vlastní podnikatelské činnosti, které má být min. 30%. Tento ukazatel splnilo v roce 2018 podle odpovědí 81% sociálních podniků, 19% z nich naopak uvedlo, že měly tržby menší než 30%. Více než polovina dotázaných sociálních podniků (54%) mělo tržby vyšší než 50% a více než čtvrtina (27%) je mělo v intervalu 30-50%. Tyto údaje jsou přehledně znázorněné níže v Grafu 7.

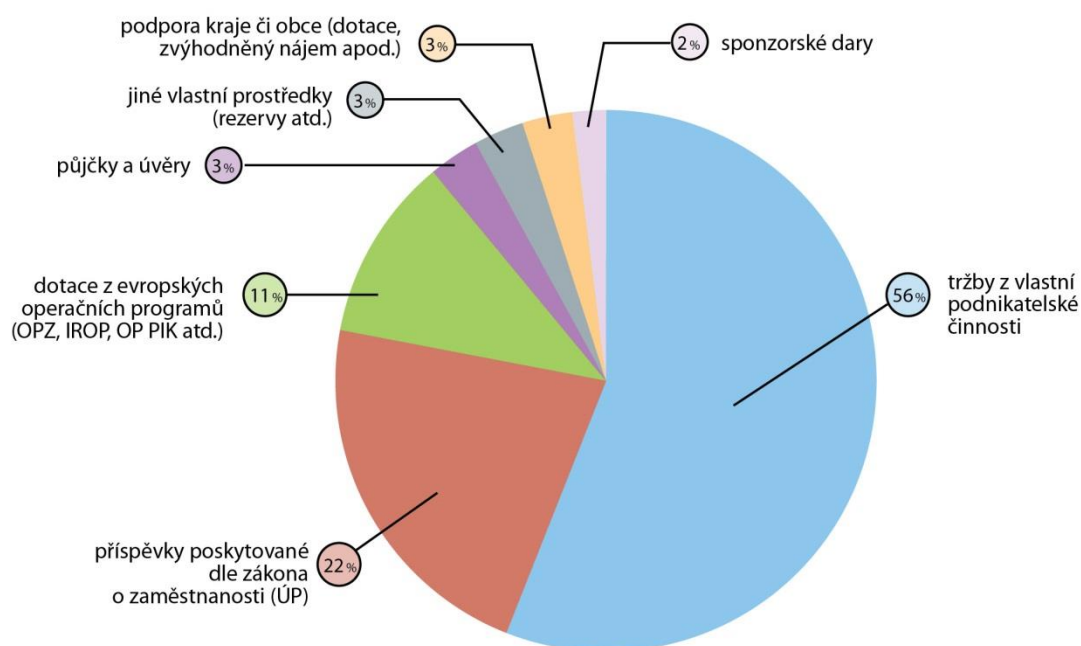
Graf 7: Tržby z vlastní podnikatelské činnosti



Kompletnější obrázek o podílu jednotlivých zdrojů financování (včetně zdrojů z vlastní ekonomické činnosti) poskytuje Graf 8. Podíl jednotlivých zdrojů financování zkoumaných sociálních podniků na jejich celkových výnosech je vyjádřen v procentech. Údaje se vztahují k roku 2018 a jde o kvalifikovaný odhad respondentů (údaje jsou tedy pouze přibližné). Více než polovinu celkových výnosů tvořily podle odhadů respondentů tržby (57%), s velkým odstupem následované příspěvků poskytované dle zákona o zaměstnanosti (22%). Dotace z evropských operačních programů tvořily pouze 11%. Po 3% se na celkových výnosech podílely úvěry, podpora kraje či obce a jiné vlastní prostředky. Sponzorské dary pak průměrně tvořily pouhých 2%. Vezmeme-li v úvahu, že příspěvků ze zákona o zaměstnanosti jsou platbou státu za integraci osob se zdravotním postižením na trh práce a že se vlastně nejedná v pravém slova smyslu o dotace, vydělaly si zkoumané sociální podniky vlastní činností téměř čtyři pětiny (79%) svých celkových výnosů. Na základě těchto výsledků tedy

můžeme konstatovat, že sdílené přesvědčení o tom, že sociální podniky “žijí z dotací”, je mýtem.

Graf 8: Zdroje financování v roce 2018



MPSV zjišťovalo v rámci dotazníkového šetření předběžný zájem o bezúročný úvěr z Evropského sociálního fondu s názvem *Program S-podnik*¹², který je pro sociální podniky poskytován za zvýhodněných podmínek Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou. V době provádění dotazníkového šetření ještě neprobíhal příjem žádostí. 77 dotázaných sociálních podniků (46%) projevilo o takový úvěr zájem, 32 úvěr nezajímá (19%) a 58 nevědělo (35%).

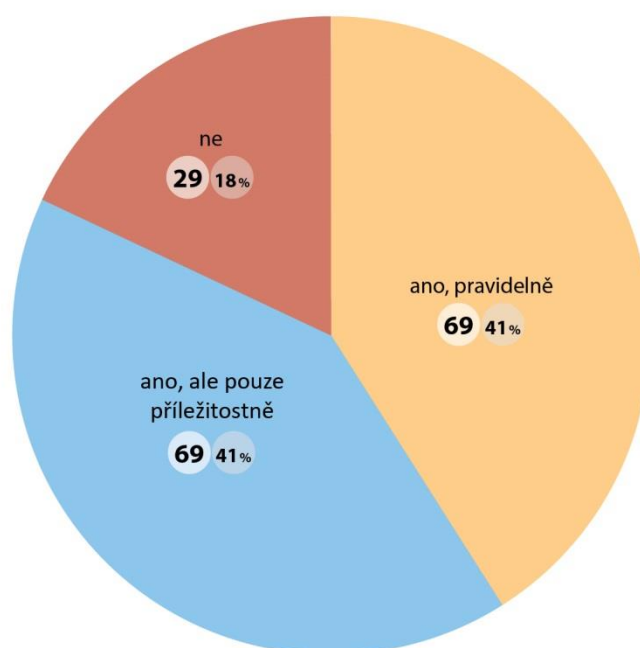
3.4.2 Veřejné zakázky

MPSV si klade za cíl zmapovat situaci v zadávání veřejných zakázek z pohledu sociálních podniků, protože veřejné zakázky mohou být pro sociální podniky důležitým zdrojem příjmů. Toto dotazníkové šetření přináší první ucelenou informaci v této oblasti.

Podle výsledků šetření považuje výrazná většina (82%) zkoumaných sociálních podniků veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmů a má zájem dodávat veřejnému sektoru své zboží a služby, přičemž polovina z nich (41%) pravidelně a polovina (41%) příležitostně. Odpovědi znázorňuje následující Graf 9.

¹² Viz <https://www.cmzrb.cz/podnikatele/uvery/s-podnik/?rc> (2019-12-03).

Graf 9: Veřejné zakázky jako perspektivní zdroj příjmu



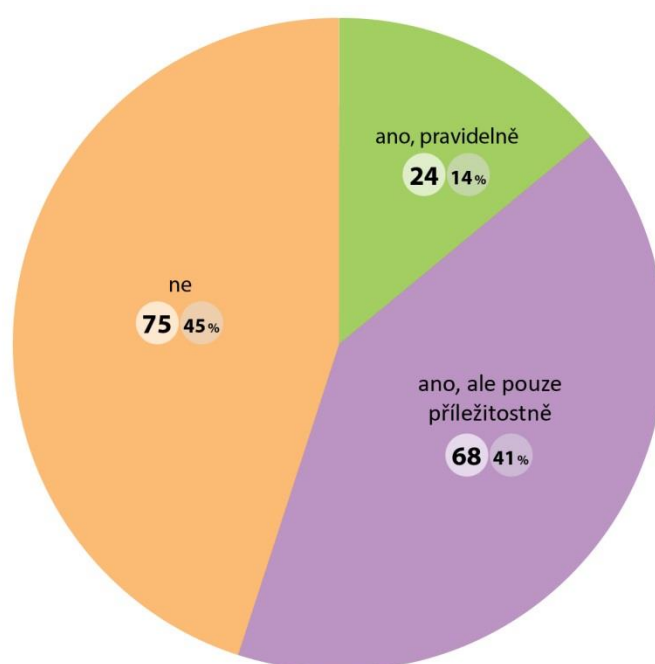
U sociálních podniků, které dodávky veřejnému sektoru jako perspektivní nevidí, hrají roli následující důvody (respondenti měli možnost zvolit více odpovědí): většina (62%) si myslí, že jejich činnost není toho druhu, aby ji mohli nabízet veřejné správě, a pouze jeden respondent uvedl, že o veřejné zakázky nemá jejich podnik zájem. Ostatní respondenti volili odpovědi, které poukazují na bariéry v této oblasti – zejména se jedná o nedostatek času (4%) nebo přesvědčení, že organizace veřejného sektoru o ně nemají zájem (3%). Počty odpovědí jsou uvedeny v Tabulka 8.

Tabulka 8: Důvody nezájmu o veřejné zakázky

Proč nechcete dodávat veřejnému sektoru	počet	procenta
naše činnost není toho druhu, abychom ji mohli nabízet veřejné správě	22	62%
nemáme na to lidi, aby připravovali nabídky (nemáme čas)	4	11%
obáváme se, že organizace veřejného sektoru o nás nemají zájem	3	9%
nemáme o to zájem	1	3%
nevěříme, že bychom uspěli	1	3%
chybí nám podpora od zadavatele	1	3%
jiné – prosím specifikujte	3	9%
CELKEM	35	100%

Téměř polovina respondentů (45%) přitom zatím nemá žádnou zkušenost s podáváním nabídky ve veřejných zakázkách, 41% už podalo nabídku příležitostně a pouze 14% dotázaných sociálních podniků podává nabídky pravidelně. Jejich odpovědi jsou znázorněny v následujícím Graf 10.

Graf 10: Podávali jste už někdy nabídku veřejnému sektoru?



Pokud už podniky nějakou zkušenost s podáním nabídky do veřejné zakázky mají, jedná se nejčastěji o dva typy nabídek – nabídku na přímé oslovení/objednávku (60 respondentů, tj. 47%) a nabídku na zakázku menšího rozsahu, tj. do 2 mil. Kč (57 respondentů, tj. 45%). V naprosté menšině se jednalo o nabídku do zadávacího řízení na veřejnou zakázku, tj. nad 2 mil. Kč (10 respondentů, tj. 8%).

55 těchto respondentů (60%) přitom odpovědělo, že se jim daří získávat zakázky příležitostně a pouze 10 (11%) je ve veřejných zakázkách úspěšných pravidelně. Alespoň nějakou zakázku tedy získalo celkem 65 (71%) z 92 zkoumaných sociálních podniků, které někdy nabídku podaly.

Sociální podniky, kterým se nedaří veřejné zakázky získávat, nejčastěji (39%) uvedly, že důvody neúspěchu neznají (viz Tabulka 9). U 26% byla důvodem neúspěchu cena a u 9% procesní nebo technické nedostatky v nabídce. Mezi volnými odpověďmi (8 případů) podniky jako příčinu neúspěchu uváděly, že zakázky nebyly přizpůsobené pro sociální podniky (byl by vhodný menší rozsah, na kratší období), ve dvou případech místní samospráva upřednostnila zavedenou komerční firmu, v jednom případě bylo podle respondenta rozhodnuto již předem, kdo má zakázku získat. Obdobné důvody jsou často uváděné také níž u otázky týkající se zkušeností sociálních podniků a veřejné správy v oblasti veřejných zakázek.

Tabulka 9: Jaké byly důvody neúspěchu?

Jaké byly důvody neúspěchu?	počet	procenta
cena	8	26%
procesní nebo technické nedostatky v nabídce	3	9%
nevíme	12	39%

jiné – prosím specifikujte	8	26%
CELKEM	31	100%

Na další dvě otázky už odpovídaly pouze ty sociální podniky, které někdy veřejnou zakázku získaly (64 zkoumaných sociálních podniků). 32 respondentů (50%) přitom uvedlo, že podíl dodávek veřejnému sektoru tvoří méně než 5% z jejich celkových tržeb, podle 18 respondentů (28%) se pohybovaly jejich tržby z veřejných zakázek v rozmezí 5% až 30% a 14 respondentů (22%) mělo podíl těchto tržeb větší než 30%.

Na otázku „Jaká je vaše zkušenost se spoluprací s veřejným sektorem v oblasti veřejných zakázek?“ odpovědělo 79 respondentů (tj. 48%). Tato volná otázka byla položena pouze těm podnikům, které už někdy veřejnou zakázku získaly. V zásadě lze všechny získané odpovědi rozdělit do čtyř skupin. Téměř čtvrtina respondentů (24%) uvádí, že jejich zkušenost je naprosto minimální, a tudíž spolupráci s veřejným sektorem v oblasti veřejných zakázek nemohou vůbec hodnotit. Zbýlé sociální podniky se dělí na ty s pozitivní zkušeností (35% respondentů, z toho 5% dokonce s velice pozitivní či skvělou zkušeností), ty se smíšenou zkušeností (9%) a ty s negativní zkušeností (32%, z toho 3% dokonce s velmi špatnou zkušeností).

V rámci pozitivních ohlasů podniky zmiňují spolehlivost státní správy jako odběratele, v některých případech dlouhodobost spolupráce založenou na dobré pověsti sociálního podniku a dobré předchozí zkušenosti ze vzájemné spolupráce. Některé podniky upozorňují, že zkušenost je dobrá pouze v případech, kdy jsou zakázky přizpůsobené potřebám sociálních podniků.

Právě nedostatek této přizpůsobenosti potřebám sociálních podniků (např. ve formě zmenšení velikosti zakázky, vyhrazení zakázky pro zaměstnavatele s více než 50% osob se zdravotním postižením apod.) je pak nejčastější příčinou negativního hodnocení ze strany respondentů. V mnoha případech jde také o přetrvávající důraz na cenu jako rozhodující kritérium, ve kterém sociální podniky často nemohou konkurovat komerčním subjektům, pokud nejsou v hodnocení jinak bodově zvýhodněny. Podniky často zmiňují také neochotu veřejných institucí vystoupit ze „zajatých kolejí“, jejich neznalost specifik sociálních podniků a nedůvěru vůči jejich schopnosti zakázku zvládnout. Několik respondentů také uvádělo, že podle jejich zkušenosti je o výsledku soutěže už předem rozhodnuto a oni slouží v celém procesu pouze jako „křoví“.

Respondenti se smíšenou zkušeností sdíleli kritiku ohledně důrazu na cenu jako hlavní kritérium výběru – pozitivní pro ně je, že se jim podaří veřejnou zakázku získat, po ekonomické stránce je ale nakonec její přínos často sporný, protože byli v nabídce nuceni cenově konkurovat klasickým komerčním subjektům.

V Tabulka 10 je uvedeno, o jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru by měly zkoumané sociální podniky zájem. Respondenti zmiňovali nejčastěji školení od zadavatele (36%), poradenství/mentoring od poradenského centra (34%) a on-line školení Jak na veřejné zakázky (9%).

Tabulka 10: O jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru byste měli zájem?

O jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru byste měli zájem?	počet	procenta
školení od zadavatele	76	36%
poradenství / mentoring od poradenského centra	72	34%
on-line školení jak na veřejné zakázky	45	21%
jiné – prosím specifikujte	20	9%
CELKEM	213	100%

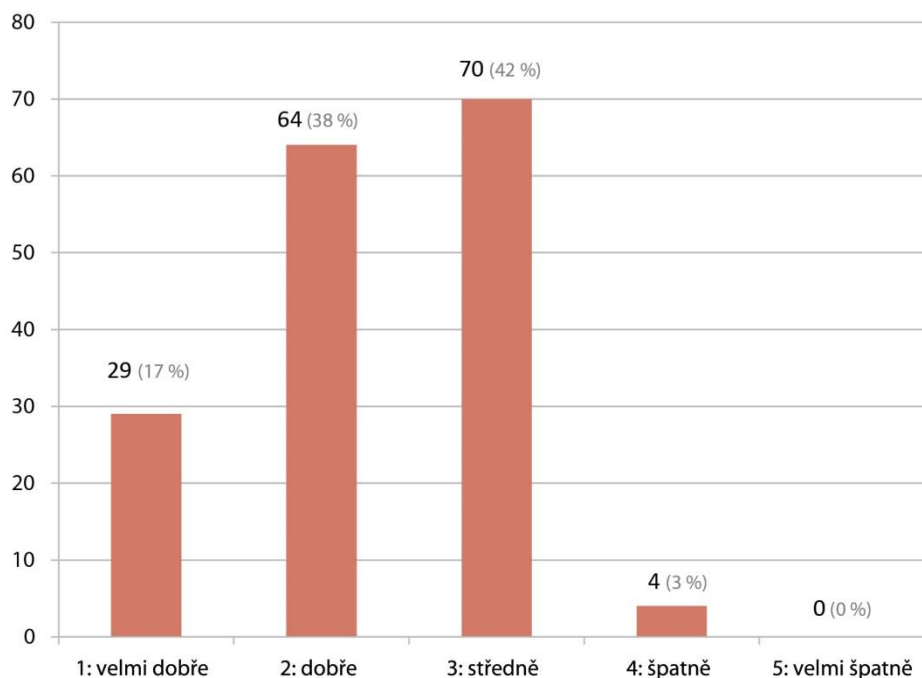
I když výrazná většina zkoumaných sociálních podniků považuje veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmů, třetina těchto zájemců se o ně zatím ani nepokusila ucházet. Pokud se výběrových řízení zúčastnily, jednalo se v 92% případech o přímou objednávku nebo o zakázku menšího rozsahu. O zakázku nad 2 mil. Kč, které by sociálním podnikům poskytly určitou stabilitu a možnost investovat například do obnovy svého vybavení, se jich ucházelo jen velmi málo. Pokud se už o veřejnou zakázku zkoumané sociální podniky ucházely, byly poměrně úspěšné a ve více než 2/3 ji také získaly. Pouze 1/7 však uvedla, že dodávky veřejnému sektoru tvořily více než 30% jejich tržeb - ve většině případů se tedy jednalo o malé a/nebo pouze příležitostné zakázky. Z těchto výsledků lze dovodit, že zkoumané sociální podniky mají o veřejné zakázky zájem, ucházejí se ale pouze o menší zakázky, v nichž bývají relativně úspěšní. Pokud by se jim dostalo podpory "na míru" od zadavatele nebo poradenského centra, zvýšilo by to velmi pravděpodobně četnost i úspěšnost jejich nabídek.

3.5 Jak se daří zkoumaným sociálním podnikům

V této části popíšeme, jak se zkoumaným sociálním podnikům daří v podnikání, zda se veřejně hlásí k tomu, že jsou sociální podnik, co považují za své silné a slabé stránky a jak řeší své případné potíže.

Respondenti mohli pomocí čísla od 1 do 5 zhodnotit, jak se jim v podnikání daří, přičemž 1 znamená velmi dobře a 5 naopak velmi špatně. Nejvíce (42%) jich zvolilo střední hodnotu, s malým odstupem následovala odpověď "dobře" (38%). Podle 17% respondentů se jim v podnikání daří velmi dobře. Na opačné straně škály se umístilo minimum odpovědí – pouhá 3% respondentů vybrala odpověď "špatně" a "velmi špatně" neuvedl nikdo z nich. Více než polovina (55%) zkoumaných sociálních podniků se tedy v podnikání daří a většina ostatních umístila sama sebe do středu škály. Odpovědi jsou znázorněny v Grafu 11.

Graf 11: Jak se Vám celkově daří v sociálním podnikání?



Naprostá většina dotázaných sociálních podniků (93%) se veřejně hlásí k tomu, že jsou sociální (společensky prospěšný) podnik, pouze 7% podniků uvedlo, že se k tomuto konceptu veřejně nehlásí. V odpovědích na otázku „V jakých situacích je pro vás výhodné nebo nevýhodné hlásit se k tomu, že jste sociální (společensky prospěšný) podnik?“ pak respondenti své postoje blíže specifikovali.

Více než čtvrtina podniků (cca 26% podniků) explicitně uvedla, že se ke statusu sociálního podniku hlásí vždy. Pro většinu z nich je to otázka principu nehledě na to, zda je to pro ně v dané situaci výhodné či nikoli. Část podniků přitom uvádí, že mají veskrze pozitivní zkušenosti, menší část podniků naopak uvádí, že se k principům sociálního podniku hlásí navzdory tomu, že je to pro ně většinou nevýhodné. Většina podniků má pak zkušenosti smíšené, přičemž paleta těchto zkušeností je opravdu pestrá. Některé podniky mají pozitivní ohlasy zejména ze strany veřejné správy a individuálních zákazníků, zatímco reakce větších obchodních partnerů z řad konvenčního byznysu je spíše podezřívavá, jiné podniky naopak uvádí, že řadové zákazníky jejich společenská prospěšnost vůbec nezajímá, a ocenění nalézají naopak v řadách větších firem skrze budování jejich CSR (korporátní odpovědnosti) a mají v řadách velkých firem stabilní obchodní partnery (zejména pokud jim nabízejí náhradní plnění).

Zhruba 18% podniků má spíše pragmatický přístup a svojí sociální prospěšnost komunikují pouze tam, kde je to pro ně ze zkušenosti výhodné – např. z hlediska získávání zakázek, grantů, či donátorů – typicky v případě, že nabízejí firmám náhradní plnění, případně pokud se ucházejí o veřejné zakázky či granty, kde jsou sociální podniky zvýhodněné, či je přímo na ně cíleno.

Menší část podniků (cca 5%) pak záměrně svou společenskou prospěšnost nekomunikuje, protože považuje za klíčové získávat zákazníky na základě nabídky kvalitního zboží a

služeb a nikoli na základě např. soucitu s cílovou skupinou zaměstnanců. Podobná část podniků (cca 5%) uvádí, že komunikace jejich sociálního rozměru nemá na jejich činnost prakticky žádný vliv, takže tuto otázku neřeší.

Dotazníkové šetření dále zjišťovalo názor respondentů na to, jaké jsou nejsilnější stránky jejich sociálního podniku. Mohli zvolit z nabídky 9 odpovědí 3 silné stránky, případně přidat maximálně 3 silné stránky na základě vlastní formulace. Jak je patrné z Tabulka 11, za svou nejsilnější stránku považuje nejvíce sociálních podniků to, že jsou schopni pružně reagovat na potřeby zákazníků (21%) a že mají velké zkušenosti s prací s cílovou skupinou/se znevýhodněnými zaměstnanci (20%). 16% dotazovaných pak uvedlo, že výrazně přispívá ke zvýšení kvality života svých znevýhodněných zaměstnanců, 13%, že nabízí nadstandardně kvalitní výrobky/služby a 9%, že udržuje stabilní dodavatelsko-odběratelské vztahy. Podíváme-li se na toto sebehodnocení z pohledu toho, co je pro sociální podniky nejtypičtější, tj. plnění sociálního a ekonomického cíle zároveň, zjistíme, že 56% odpovědí se týkalo sociálních silných stránek (zkušenost s prací se znevýhodněnými zaměstnanci, zlepšení kvality jejich života a pozitivní vliv na komunitu) a 44% podnikatelských silných stránek (pružná reakce na potřeby zákazníků a kvalita výrobků/služeb). Volných odpovědí bylo v případě této otázky minimum (8 odpovědí), zmiňována byla nabídka specifických výrobků/služeb, po kterých je v současnosti velká poptávka, inovativnost, dlouholeté zkušenosti a aktivní vyhledávání vhodných obchodních partnerů.

Tabulka 11: Tři nejsilnější stránky

Prosím vyberte 3 nejsilnější stránky Vašeho sociálního podniku	počet	procenta
jsme schopni pružně reagovat na potřeby zákazníků	104	21%
máme velké zkušenosti s prací s cílovou skupinou / se znevýhodněnými zaměstnanci	99	20%
výrazně přispíváme ke zvýšení kvality života našich znevýhodněných zaměstnanců	78	16%
nabízíme nadstandardně kvalitní výrobky/služby	67	13%
máme stabilní dodavatelsko-odběratelské vztahy	45	9%
jsme napojení na místní komunitu	30	6%
šíříme povědomí o sociálním podnikání a přispíváme k jeho dobrému obrazu u veřejnosti	30	6%
aktivně spolupracujeme s jinými sociálními podniky	22	4%
aktivně podporujeme místní život (pořádání akcí apod.)	16	3%
jiné, prosím specifikujte	9	2%
CELKEM	500	100%

Tabulka 12 pak shrnuje názory respondentů na to, jaké jsou nejslabší stránky jejich sociálního podniku. Stejně jako v předešlém případě mohli zvolit z nabídky 9 odpovědí 3 slabé stránky, případně přidat vlastní formulaci. Nejčastěji (20%) za slabou stránku svého sociálního podniku respondenti považují to, že nemají peníze na dlouhodobější investice. Druhou nejčastěji zmiňovanou slabou stránkou (15%) jsou nedostatečné kapacity na propagaci a marketing, 12% pak uvedlo, že má nedostatek pracovníků a že vedoucí pracovníci/pracovnice jsou chronicky přetížení. Neúměrnou zátěž z administrativy související

se získáváním veřejných prostředků uvedlo 8% respondentů. Při pohledu na to, s čím mají zkoumané sociální podniky největší problémy, zjistíme, že jsou to zejména problémy, které mají obvykle malé a střední podniky – podfinancování podnikání (nedostatek peněz na investice, marketing), problémy s personalistikou (nedostatek pracovníků, přetíženost řídicích pracovníků, fluktuace) a problémy související s řízením (chybí systematické finanční řízení, jsou ve vleku operativních problémů). Ostatní slabé stránky souvisí se specifiky sociálního podnikání (problémy s administrativou při získávání veřejných prostředků a přílišná závislost na grantech).

V rámci otevřených odpovědí (tuto možnost využilo u této otázky 47 respondentů) se pak objevily následující témata: slabé stránky související s neúspěchem na trhu (neochota českých zákazníků připlatit za kvalitní produkt, případně velmi omezená skupina zákazníků vzhledem ke specifčnosti nabízeného zboží/služeb); nedostatečné kapacity (ať už ve formě nedostatku kvalifikovaných zaměstnanců, či omezených prostor pro provoz); problémy se zaměstnanci (vysoká nemocnost, nižší efektivita práce); systémové překážky (proměnlivost či nevhodnost nastavení podpory zaměstnávání osob se zdravotním postižením, neúměrná byrokracie stávajícího systému); a problémy s financováním (závislost na grantech, neexistence bankovních produktů dostupných či přizpůsobených potřebám sociálních podniků).

Tabulka 12: Tři nejslabší stránky

Prosím vyberte 3 nejslabší stránky Vašeho sociálního podniku	počet	procenta
nemáme peníze na dlouhodobější investice	93	20%
nemáme dostatečné kapacity na propagaci a marketing	71	15%
máme nedostatek pracovníků	57	12%
vedoucí pracovníci / pracovnice jsou chronicky přetížení	57	12%
neúměrně nás zatěžuje administrativní související se získáváním veřejných prostředků (granty, příspěvky z Úřadu práce apod.)	40	8%
chybí nám systematické finanční řízení	29	6%
jsme příliš závislí na grantech	29	6%
neumíme dobře nabízet své výrobky/služby	28	6%
trápí nás rychlá fluktuace zaměstnanců	26	6%
jsme ve vleku operativních problémů	20	4%
jiné, prosím specifikujte	27	6%
CELKEM	477	100%

Otázku „Jak své problémy v současnosti řešíte?“ zodpovědělo 144 zkoumaných podniků (77% ze všech respondentů). Část odpovědí se týkala více oblastí zároveň, mezi získanými odpověďmi však jasně dominovala dvě hlavní témata – zaměstnanci a financování; oběma tématům se věnovala asi třetina odpovědí. Podniky dále uplatňují strategie v oblasti posilování spolupráce a síťování (13%), rozvoje svého podnikání (13%), podpory marketingu (9%) a získávání externích konzultací (7%), často v kombinaci s interním vzděláváním (5%). Relativně významná část podniků neuplatňuje systematické strategie, ale řeší své problémy operativně (cca 11% odpovědí), případně „pouze“ zvýšeným pracovním nasazením (10%).

Část podniků (cca 9%) pak uváděla ještě jiné přístupy, včetně pozitivního životního postoje uplatňovaného v každodenní práci (nadšení, trpělivost a radost z práce). Následující text přiblíží všechny zmíněné oblasti o něco podrobněji.

Nejčastější strategií v oblasti zaměstnanosti je mezi zkoumanými podniky aktivní vyhledávání vhodných zaměstnanců, které se pravděpodobně v situaci vysoké zaměstnanosti v ČR v několika posledních letech stalo pro mnoho podniků nutností. Respondenti často zmiňují nedostatek kvalifikovaných lidí na konkrétní pozice (ať už manažerské či výkonné), který často řeší aktivní spoluprací s Úřadem práce, inzercí v relevantních kanálech (např. oborové střední a vysoké školy), větším důrazem na personální politiku a spoluprací s dalšími podpůrnými organizacemi, které mohou doporučit zaměstnance z cílových skupin. Několik respondentů také v této oblasti zavádí zaměstnanecké benefity a nadstandardní pracovní podporu (koučink, rehabilitace, psychosociální podpora apod.), které mohou zmírnit častou fluktuaci zaměstnanců. Relativně často zmiňovaná je také snaha efektivněji zorganizovat či přerozdělit práci, a také větší zaměstnanecká participace – tedy větší míra delegace zodpovědností a zapojení zaměstnanců (například středního managementu) do rozhodování v rámci podniku. Menší část podniků (cca 3%) také aktivně vyhledává nové dobrovolníky.

S rozvojem zaměstnanců souvisí často zmiňované interní vzdělávání (cca 5% podniků) jak na úrovni managementu, tak řadových zaměstnanců, a také využívání externích odborníků (dalších 7%), kteří mohou podnik posunout ve specifických problémových oblastech (ať už jde o marketing, organizaci práce, finanční řízení atd.). Menší část podniků také využívá konzultace MPSV.

Relativně velká část podniků (cca 13%) pak při řešení svých problémů spoléhá na rozvíjení dlouhodobé spolupráce a sdílení zkušeností s podobně zaměřenými organizacemi, místní veřejnou správou a samosprávou či partnery z byznysové sféry. U části podniků lze říci, že jde zároveň o součást marketingové strategie založené na hledání dlouhodobých obchodních partnerů – často takových, kteří dokáží ocenit společenský rozměr sociálního podnikání. Další zmiňovanou součástí marketingové strategie je pak aktivita na sociálních sítích, která má za cíl získat jak potenciální obchodní partnery, tak i podporu širší komunity.

Nějakou formu rozvoje marketingu zmiňovalo v odpovědích cca 9% respondentů, část v souvislosti s plánovaným rozvojem podnikání (dalších 13%). Tento rozvoj má ale různé podoby – zčásti jde o navýšení prodeje, dost často je plánovaný či již probíhající rozvoj spjatý s nalezením nových výrobních či provozních prostor. Zčásti jde spíše o vytvoření, případně změnu dlouhodobější strategie rozvoje celého podniku, v některých případech explicitně směřovanou ke kvalitativnímu zlepšování (např. v oblasti vnitřního fungování organizace, zvýšení kvality poskytovaných služeb apod.) a nikoli k nárůstu objemu zakázek/produkce.

S oblastí rozvoje sociálních podniků samozřejmě souvisí také problematika jejich financování, kterou v odpovědích zmiňovala minimálně třetina respondentů. Jde jak o pokrytí provozních nákladů, tak o dlouhodobější investice a nedostatek dlouhodobého finančního plánování. Část podniků přitom spoléhá (v některých případech navzdory původním předsevzetím) spíše na grantové prostředky (cca 12% respondentů), další část využívá ke svému rozvoji spíše úvěry (10%) – i za cenu často zmiňované nevýhodnosti jejich splácení.

V některých případech se tyto dva zdroje samozřejmě kombinují. Několik podniků řeší své finanční problémy také zaváděním úspor, případně změnou politiky tvorby cen.

Jak již bylo zmíněno, cca 11% respondentů uvedlo, že své problémy řeší operativně, podle aktuální situace – často tak, že méně akutní problémy prostě odsouvají na později, případně na neurčito. Nejbarvitější výpovědi se objevují v oblasti zvyšování tlaku na pracovní výkon, který v nějaké formě uvedlo asi 10% respondentů (někdy pouze na úrovni managementu, jindy na úrovni celého podniku). Některé podniky přežívají doslova „s nasazením vlastního života“, jiné „makají“, případně „pracují více a urputněji“, často „na úkor osobního volna vedoucích a dalších klíčových zaměstnanců“. Zatímco v některých případech podniky vnímají svou situaci spíše jako „neúnavný boj“, jindy se snaží zvládat problémy s úsměvem, nadhledem a trpělivostí. Část podniků pak vnímá provozní problémy jako logickou a nevyhnutelnou součást svého fungování, kterou „neřeší“.

Podle výpovědí se tedy zkoumaným sociálním podnikům v podnikání celkem daří a veřejně se k tomuto konceptu hlásí. Když hodnotí své silné stránky, mírně převažují hlediska společenského přínosu, která se většinou týkají zaměstnávání znevýhodněných osob. Při hodnocení svých slabých stránek zmiňují nejčastěji problémy, které mají obvykle malé a střední podniky. Kromě nedostatku peněz na investice a na marketing jsou to klasické problémy s nedostatkem pracovníků a fluktuací. Specifickým problémem sociálních podniků je přetíženost řídicích pracovníků.

3.6 Ekosystém

Tabulka 13 shrnuje názory respondentů na to, co by podle nich nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání v České republice. Otázky byly rozděleny do 6 bloků na jednotlivé části ekosystému sociálního podnikání a systematicky mapují všechny oblasti podpory. Respondenti mohli zvolit v každém bloku maximálně 2 odpovědi z 5, přičemž pátá odpověď umožňovala vlastní formulaci jako bod „jiné“. Pokud jim tedy v nabídce něco chybělo, měli možnost to sami doplnit.

Co se týče **právního rámce**, zástupcům sociálních podniků nejvíce chybí lepší podmínky příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním (39%). Prosazení legislativní definice sociálních podniků považuje za důležité 28% respondentů, vytvoření strategického a akčního plánu rozvoje sociálního podnikání v ČR by pomohlo podle 19% respondentů. Nejmenší zájem (10%) měli respondenti o zavedení centrálního registru sociálních podniků. V odpovědích „jiné“ se objevily návrhy na legislativní zjednodušení odpovědného zadávání veřejných zakázek, konkrétní návrhy úprav podpory zaměstnávání osob se zdravotním postižením a možnost zavedení daňových výhod pro sociální podniky.

V bloku **přístup k financím** respondenti považují za nejdůležitější pokračování dotací z evropských fondů (např. výzva ESF č. 129), tuto odpověď jich zvolilo 37%. Čtvrtina respondentů považuje za důležité zavést dotace krajů a/nebo obcí. 17% odpovědí se týkalo zavedení lepších podmínek poskytování zvýhodněných úvěrů a podle 12% respondentů by rozvoji sociálního podnikání v ČR nejvíce pomohlo rozšíření veřejné podpory i na neintegrační sociální podniky. I v rámci odpovědí „jiné“ se respondenti nejčastěji vraceli

k požadavku zachování dotací z evropských fondů, a zejména rozváděli potřebu změny jejich nastavení, které by lépe vyšlo vstříc potřebám sociálních podniků, a to i těch neintegračních, malých, začínajících apod.; zmiňovány byly také příliš přísné podmínky hodnocení a demotivující malá úspěšnost žádostí v rozporu s velmi vysokými nároky – a tedy i časovou a finanční náročností – jejich přípravy. Další blok komentářů se týkal potřeby systémových změn, například širší podpory různých forem etického investování v ČR, či veřejné podpory regionálních poradenských center, která by sociálním podnikům průběžně poskytovala podporu, a to nejen v oblasti financování. Nemalá část podniků zmiňovala také konkrétní problém rostoucí minimální mzdy v ČR, které se dostatečně neodráží ve výši příspěvků na zaměstnávání znevýhodněných.

V oblasti **přístupu k trhu** by respondenti nejvíce uvítali osvětu o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek (34%). Značný zájem (29%) vzbudily propagační akce pro sociální podniky (např. veletrh sociálních podniků, networkovací akce s podnikatelským sektorem). Katalog s nabídkou zboží/služeb sociálních podniků zvolilo jako vhodnou formu podpory 22% dotázaných a podle 11% by sektoru pomohlo školení sociálních podniků, jak podávat nabídky do veřejných zakázek. V odpovědích „jiné“ se i zde objevily požadavky na rozšíření praxe odpovědného zadávání veřejných zakázek, doplněné osvětou jak v řadách veřejné správy, tak dalších stakeholderů (banky, konvenční firmy atd.).

V bloku **specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání** by podle téměř poloviny respondentů (42%) nejvíce pomohl rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky. 22% respondentů by uvítalo podporu měření dopadu sociálních podniků a po 15% získaly další dvě položky - rozvoj poradenství při přípravě a rozjezdu sociálních podniků a rozvoj inkubátorů pro sociální podniky. V odpovědích „jiné“ se opět objevily požadavky na specifické investiční programy, případně další finanční nástroje umožňující dlouhodobý rozvoj sociálních podniků. Objevily se také požadavky na lepší komunikaci existujících i připravovaných forem podpory např. ze strany MPSV.

Sítě a vzájemně podpůrné mechanismy jsou další oblastí ekosystému sociálního podnikání, v níž mohli respondenti vybírat dvě podle nich nejdůležitější položky. Nejčastější volbou (30%) byla podpora regionálních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů. Podporu národní sítě sociálních podniků z veřejných zdrojů by uvítalo 26% respondentů, zavedení nezávislé certifikace/značky kvality sociálních podniků zvolilo jako vhodnou formu podpory 22% respondentů a 20% jich vybralo odpověď “větší sdílení zkušeností mezi sociálními podniky navzájem”.

Co se týče **výzkumu a vzdělávání**, nejvíce respondentů (31%) zvolilo rozšíření výuky o sociálním podnikání na VŠ, a dalších 29% pak vzdělávání žáků na SŠ o sociálním podnikání. Vzdělávání dospělých, kteří chtějí začít sociálně podnikat, uvedlo jako důležité 27%. Nejméně respondentů (9%) vybralo možnost “výzkumné projekty akademické sféry o sociálním podnikání”. V odpovědích „jiné“ se objevily zejména návrhy na systematictější podporu stáží v sociálních podnicích, a podporu spolupráce sociálních podniků s výzkumnými institucemi.

Tabulka 13: Co by nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání

PRÁVNÍ RÁMEC	počet	procenta
lepší podmínky příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním	110	39%
prosazení legislativní definice sociálních podniků	80	28%
vytvoření strategického a akčního plánu rozvoje sociálního podnikání v ČR	55	19%
zavedení centrálního registru sociálních podniků	29	10%
jiné – prosím specifikujte	10	4%
CELKEM	284	100%
PŘÍSTUP K FINANČÍM	počet	procenta
pokračování dotací z evropských fondů (např. výzva ESF č. 129)	81	37%
zavedení dotací krajů / obcí	54	25%
lepší podmínky poskytování zvýhodněných úvěrů	38	17%
rozšíření veřejné podpory i na neintegrační sociální podniky	27	12%
jiné – prosím specifikujte	20	9%
CELKEM	220	100%
PŘÍSTUP K TRHU	počet	procenta
osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek	96	34%
propagační akce pro sociální podniky (např. veletrh sociálních podniků, networkovací akce s podnikatelským sektorem)	80	29%
katalog s nabídkou zboží / služeb sociálních podniků	62	22%
školení sociálních podniků, jak podávat nabídky do veřejných zakázek	32	11%
jiné – prosím specifikujte	11	4%
CELKEM	281	100%
SPECIALIZOVANÉ SLUŽBY A PODPORA PRO ROZVOJ PODNIKÁNÍ	počet	procenta
rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky	108	42%
podpora měření dopadu sociálních podniků	56	22%
rozvoj poradenství při přípravě a rozjezdu sociálních podniků	38	15%
rozvoj inkubátorů pro sociální podniky	37	15%
jiné – prosím specifikujte	15	6%
CELKEM	254	100%
SÍTĚ A VZÁJEMNĚ PODPŮRNÉ MECHANISMY	počet	procenta
podpora regionálních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů	85	30%
podpora národní sítě sociálních podniků z veřejných zdrojů	73	26%
zavedení nezávislé certifikace/značky kvality sociálních podniků	62	22%
větší sdílení zkušeností mezi sociálními podniky navzájem	57	20%
jiné – prosím specifikujte	4	2%

CELKEM	281	100%
VÝZKUM A VZDĚLÁVÁNÍ	počet	procenta
rozšíření výuky o sociálním podnikání na VŠ	79	31%
vzdělávání žáků na SŠ o sociálním podnikání	74	29%
vzdělávání dospělých, kteří chtějí začít sociálně podnikat	67	27%
výzkumné projekty akademické sféry o sociálním podnikání	23	9%
jiné – prosím specifikujte	10	4%
CELKEM	253	100%

Při souhrnném pohledu na to, co by podle respondentů nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání v České republice, vidíme několik výrazných témat. Nejčastěji zmiňovanou odpovědí v bloku Specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání je rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky – toto téma se umístilo nejvýše mezi všemi položkami ekosystému. V právním rámci dominoval požadavek na zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním, v přístupu k financím pokračování dotací z evropských fondů a v přístupu k trhu to byla osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek. Všechny tyto tři položky souvisí s financováním sociálních podniků. Respondenti mají velký zájem o podporu regionálních a národních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů. Zajímá je také vzdělávání o sociálním podnikání na vysokých a středních školách. Poměrně malý zájem projeví o výzkumné projekty akademické sféry a zavedení registru sociálních podniků.

4. Závěr

Dotazníkové šetření MPSV, jehož vyhodnocení přináší tato zpráva, je největším dotazníkovým šetřením mezi sociálními podniky, které bylo v ČR uskutečněno. Velikost vzorku byla podobná jako u dotazníkového šetření P3 z roku 2015, odlišuje se od něj ale propracovanější metodikou, větší šíří otázek a větší komplexností. Sociální podniky zapojené do šetření prošly sebehodnocením prostřednictvím tzv. Identifikátoru, který zjišťoval, do jaké míry podniky naplňují jednotlivé definiční znaky. Díky tomu se podařilo získat a analyzovat jedinečná data. Dotazníkové šetření bylo propojeno s tvorbou Katalogu sociálních podniků pro účely veřejných zakázek, a pokud v něm organizace chtěly být zveřejněny, bylo nutné, aby splnily určitá kritéria. Díky této podmínce si řada sociálních podniků doplnila do svých zakládacích dokumentů principy sociálního podniku. Identifikátor je nově propojen také s Adresářem sociálních podniků, a aby v něm mohl být podnik zveřejněn, musí získat alespoň minimální počet bodů.

Na základě zobecnění výsledků dotazníkového šetření můžeme konstatovat, že sociální podniky v ČR jsou poměrně významným zaměstnavatelem znevýhodněných osob (zejména osob se zdravotním postižením) a nastavují podmínky jejich zaměstnávání tak, aby byly pro tyto znevýhodněné osoby příznivé, včetně nabídky zkrácených úvazků. Dávají větší prostor ženám, a to i v řídicích pozicích. Co se týče oborů podnikání, mají poměrně široký záběr, výrazně se ale profilují v gastro službách. Jejich ekonomická situace by se dala souhrnně označit jako relativně stabilizovaná. Více než polovina jich má hospodářský výsledek v mírném zisku, přes polovinu jejich celkových výnosů tvoří tržby z vlastní činnosti a pouze desetinu dotace. Podle výsledků šetření mají sociální podniky velký zájem o veřejné zakázky a přesto, že část z nich už určité dílčí zkušenosti má, vnímají zde mnoho bariér. Měla by jim být poskytována specifická podpora, aby byl tento potenciál pro odpovědné zadávání podchycen a alespoň z části využit.

Problémy sociálních podniků se sice příliš neliší od problémů „normálních“ malých podniků (např. nedostatek zaměstnanců a jejich fluktuace), existují ale určité odlišnosti a specifika. Pro sociální podniky je těžší zajistit dlouhodobé stabilní financování – chybí jim prostředky na investice, mají ztížený přístup k úvěrům a občas bojují s pokrytím provozních nákladů. Management sociálních podniků bývá přetížený, a i když zvládá řešit problémy a obtížné situace, děje se to často na úkor jejich osobního života a situace v některých podnicích je „křehká“. Vedoucí pracovníci sociálních podniků, kteří dotazník většinou vyplňovali, projevíli velký zájem o poradenství pro již fungující sociální podniky. Mezi dalšími jejich požadavky, které by podle nich pomohly rozvoji sociálního podnikání v České republice, jsou zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním, pokračování dotací z evropských fondů a osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek. Sociální podniky projevíli zájem o prohloubení spolupráce a vzájemnou výměnu zkušeností, pomohla by ale podpora fungování sítí sociálních podniků z veřejných peněz.

Dotazníkové šetření přineslo řadu zajímavých poznatků o sektoru sociálních podniků v ČR a přispělo k jeho větší transparentnosti. Bylo by zajímavé porovnat některé výsledky dotazníkového šetření s předešlými průzkumy, nebyl však zde na to prostor. Autorky budou o toto srovnání do budoucna usilovat. MPSV využije výstupy z tohoto šetření k lepšímu nastavení podmínek pro sociální podniky do budoucna.

Seznam zdrojů

ČSÚ. 2019. Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE). Český statistický úřad. Dostupné na https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_cz_nace (2019-12-03)

Evropská komise. 2019. *Social Enterprises and their Ecosystems in Europe. Updated Country Report: Czech Republic*. Author: Eva Fraňková. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Dostupné na <https://europa.eu/!Qq64ny> (2019-12-03)

Fraňková, Eva, Francová, Petra a Johanisová, Naděžda. 2018. Social enterprises in the Czech Republic: context, practice and approaches. In Fekete Eva G., Nagy Zoltán, Lipták Katalin, Kiss Julianna. *Social and Solidarity Economy in Post-social Peripheries*. Miskolc: Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, s. 369-387.

Johanisová, Naděžda a Fraňková, Eva. 2017. Eco-social enterprises. In Spash, Clive L.. *Routledge handbook of ecological economics: Nature and society*. London: Routledge, 2017. s. 507-516. Routledge International Handbooks.

P3 (P3 - People, Planet, Profit o.p.s.). 2015. Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR. Dostupné na: https://ceske-socialni-podnikani.cz/media/com_form2content/documents/c1/a1420/f239/Socialni_podniky_setreni_2015.pdf (2019-12-03)

5. Seznam příloh

5.1 Tabulka principů integračního sociálního podniku dle MPSV

5.2 Popis způsobu vyhodnocení identifikátoru

5.3 Dotazník

5.4 Oblast podnikání zkoumaných sociálních podniků podle CZ-NACE