



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Podpora sociálního
podnikání v ČR
pokračuje

Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR 2022

Pro Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR zpracovaly:

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

Praha, 2022

P3 – People, Planet, Profit, o.p.s.

Dotazníkové šetření zpracovaly v rámci organizace P3 – People, Planet, Profit, o.p.s. Petra Francová a Eva Fraňková, které byly autorkami (zpracovatelkami) obdobného dotazníkového šetření MPSV v roce 2019.

Posláním P3 je prosazovat sociální podnikání v České republice. Od svého vzniku v roce 2011 se věnuje zejména sociálnímu podnikání, a to včetně dotazníkových šetření mezi sociálními podniky, které předcházely velkým dotazníkovým šetřením MPSV.

Petra Francová je expertkou na sociální podnikání ve třech organizacích: P3 – People, Planet, Profit, TESSEA ČR a MPSV. Otázkám sociální ekonomiky a sociálního podnikání se odborně věnuje od roku 2004. Dlouhodobě se zabývá definicemi, principy a indikátory sociálního podniku a koordinovala jejich vznik i úpravy. V návaznosti na tuto práci vytvořila pro TESSEA Identifikátor sociálních podniků, který poté upravila pro MPSV. Koordinovala práci na dotazníkových šetřeních sociálních podniků nejprve pro P3, poté pro MPSV. Věnuje se také legislativě a pomáhá při přípravě zákona o sociálním podnikání. Dlouhodobě aktivně působí 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 2022. Cílem šetření bylo získat aktualizované statistické údaje o sektoru sociálních podniků v ČR a porovnat je s výsledky předešlého rozsáhlého šetření, které MPSV realizovalo v roce 2019. Otázky byly z velké části zachované kvůli porovnatelnosti výsledků, nově byly přidány zejména otázky týkající se pandemie COVID-19 a uprchlické krize související s válkou na Ukrajině.

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. Sběr dat probíhal v období od 10.5.2022 do 30.6.2022 formou telefonických rozhovorů v kombinaci s vyplňováním dotazníku on-line samotnými respondenty a respondentkami. Podmínkou pro zařazení do vyhodnocení bylo vyplnění alespoň 75% povinných otázek. Platných dotazníků, které splnily tuto podmínku, bylo 105. Množství i kvalita dat byly nižší než v šetření 2019, protože tentokrát chyběla pozitivní motivace zařazení do Adresáře sociálních podniků a Katalogu sociálních podniků.

Klíčem pro vyplnění dotazníku byla existence IČO (tj. 1 dotazník = 1 IČO). Respondenti a respondentky pak v rámci svého dotazníku vyplňovali tzv. karty provozoven, resp. středisek. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, vyplňovali dotázání personální a ekonomické údaje pouze za část organizace, která se zabývá sociálním podnikáním. Součástí předložené zprávy je porovnání letošních výsledků s výsledky šetření z roku 2019 a v několika případech i s výsledky výzkumů starších. Přes polovinu podniků ve stávajícím šetření odpovídalo také na otázky v roce 2019.

Při celkovém srovnávání letošních výsledků se šetřením 2019 lze konstatovat, že došlo zejména k poměrně výraznému snížení počtu osob zaměstnaných v sociálních podnicích a ke zhoršení ekonomické situace sociálních podniků. Na datech z roku 2021 se tak již plně projevil negativní vliv koronavirové krize. Ostatní výsledky jsou při srovnávání velmi podobné a rozdíly většinou zanedbatelné.

Co se týče základního profilu zkoumaných sociálních podniků, téměř polovina z nich měla právní formu společnosti s ručením omezeným a více než třetina měla některou z neziskových právních forem (obecně prospěšné společnosti, spolky a ústavy byly zastoupeny téměř stejným poměrem). Tři čtvrtiny z dotazovaných podniků byly samostatnou právnickou osobou, pětina jich fungovala jako součást větší organizace a 6% podnikalo jako OSVČ. Průměrný počet provozoven na jedno IČO byl 1,9.

Nejčastější oblastí podnikání byl opět Obchod s 30%, na druhé a třetí pozici se nově oproti roku 2019 objevuje s 26% Textil - výroba, recyklace, re-use a Propagační a dárkové předměty. Pokles zaznamenala kategorie Úklidové služby a potřeby. Sečteme-li ovšem tří oblasti podnikání týkající se jídla, tj. 20% Potravinářská výroba, 19% Stravování a 16% Catering, lze říci, že gastroslužby jsou s 55 procenty tím, čemu se zkoumané sociální podniky věnují nejčastěji. Jedná se o potvrzení poznatků z minulého šetření. Největším překvapením je kategorie Umělecká a řemeslná tvorba, kterou letos uvedlo 16% podniků oproti nulové hodnotě v roce 2019.

Ve zkoumaném vzorku bylo 85% integračních sociálních podniků, zbylých 15% patří do kategorie tzv. obecných sociálních podniků, které nejsou primárně orientované na zaměstnávání znevýhodněných osob. Ve srovnání s rokem 2019 došlo k navýšení těchto „neintegračních“ sociálních podniků o 10%.

Náhradní plnění nabízí téměř dvě pětiny dotázaných organizací. Necelá čtvrtina podniků má certifikáty a značky kvality. Členem nějaké sítě sdružující sociální podniky je polovina dotázaných podniků. Naprostá většina dotázaných sociálních podniků (93%) se veřejně hlásí k tomu, že jsou sociální (společensky prospěšný) podnik. 54% zkoumaného vzorku patří do kategorie mikropodniků, 34% z nich jsou malé a 13% střední podniky.

Co se týče podrobnějších údajů v oblasti zaměstnanosti, ve zkoumaných podnicích byl průměrný úvazek všech zaměstnaných 0,78 a průměrný úvazek znevýhodněných zaměstnaných pak 0,64. Ve srovnání s předchozím šetřením došlo k navýšení průměrného úvazku všech zaměstnaných o 0,11. Průměrný počet zaměstnaných jednoho podniku v roce 2021 čítal 24 lidí (resp. 19 plných přepočtených úvazků), zatímco průměrný počet znevýhodněných zaměstnaných byl 20 (při přepočteném počtu úvazků 13). Ve srovnání s rokem 2018 došlo k podstatnému snížení průměrného počtu zaměstnaných z 33 na 24, obdobně u znevýhodněných zaměstnaných z 22 na 13. Vysvětlení pro tento pokles lze hledat v pandemii COVID-19, kdy byly sociální podniky nuceny snižovat počty zaměstnaných, aby toto složité období přežily. Dotázané integrační sociální podniky zaměstnávaly průměrně 71% znevýhodněných zaměstnanců a zaměstnankyň, což je více než dvojnásobek povinných třiceti procent.

Naprostá většina dotázaných integračních sociálních podniků zaměstnává osoby se zdravotním postižením (92%) a necelá polovina zaměstnává osoby dlouhodobě či opakovaně nezaměstnané (45%). Toto pořadí platilo i v šetření 2019, u obou těchto skupin ale nyní došlo k procentním výkyvům – u osob se zdravotním postižením došlo k navýšení o 9%, kdežto zastoupení osob dlouhodobě či opakovaně nezaměstnaných bylo naopak o 7% nižší. Co se týče typů zdravotního postižení, podniky nejčastěji zaměstnávají osoby s tělesným postižením (77%), s poměrně malým odstupem následují osoby s duševním onemocněním (70%), a dále osoby s mentálním postižením (52%).

V oblasti ekonomického fungování sociálních podniků z šetření vyplývá, že průměrný celkový výnos v roce 2021 byl 9,6 mil. Kč. Z důvodů koronavirové krize došlo od roku 2018 ke snížení průměrného výnosu o 3,4 mil. Kč, tj. o 27%. Zisk vykázala v roce 2021 necelá polovina zkoumaných sociálních podniků (48%), zhruba nulu 28% podniků. Téměř čtvrtina (24%) pak hospodařila se ztrátou.

Více než polovinu celkových výnosů tvořily podle průměru z uvedených odhadů respondentů a respondentek tržby z vlastní ekonomické činnosti (57%), s velkým odstupem následované příspěvky poskytovanými dle zákona o zaměstnanosti (21%). Dotace z evropských operačních programů tvořily pouze 10%. Sečteme-li tržby z vlastní podnikatelské činnosti s příspěvky ze zákona o zaměstnanosti, které nejsou v pravém slova smyslu dotacemi, protože se jedná o platbu státu za integraci osob se zdravotním postižením na trh práce, dostaneme se na 77% příjmů z vlastní činnosti. Výsledky ze šetření 2019 jsou téměř stejné. Před třemi lety byl tento závěr překvapením, ale nyní je již jasné, že sociální podniky si na svou činnost většinou vydělají a dotace představují pouze doplňkový zdroj jejich příjmů.

Blok otázek na veřejné zakázky v podstatě potvrdil zjištění z minulého šetření. Dotázané podniky mají o veřejné zakázky velký zájem – čtyři pětiny dotázaných podniků je považují za perspektivní zdroj příjmů – realita je ovšem odlišná. Více než polovina dotázaných se o zakázky neuchází a pravidelně podává nabídky jen 14% z nich. Alespoň nějakou veřejnou zakázku získalo přes polovinu sociálních podniků, které někdy nabídku podaly, většinou se ale jednalo o příležitostné zakázky na malé částky. S trochou zjednodušení lze říci, že sociální podniky mají ohledně veřejných zakázek velká očekávání, reálně toho ale nedělají dost pro to, aby tuto možnost mohly začít využívat. Je třeba hledat cesty a odstraňovat bariéry jak na straně veřejných zadavatelů, tak i na straně sociálních podniků.

Poslední část výzkumu mapovala, jak se sociálním podnikům daří, a to na úrovni jednotlivých subjektů i v rámci širšího ekosystému sociálních podniků v ČR. Přes polovinu dotázaných podniků ohodnotilo svou celkovou situaci středovou hodnotou, tj. že se jim nedaří ani dobře, ani špatně. Kladné odpovědi volilo 41% dotázaných sociálních podniků, pouhých 7% hodnotilo svou situaci negativně. Oproti minulému šetření se část původně kladných hodnocení přesunula do středu. Mezi své silné stránky řadily dotázané podniky svou schopnost integrace znevýhodněných zaměstnaných, pružnou reakci na potřeby trhu a kvalitu své nabídky. Jako nejčastější slabé stránky uváděly podniky nedostatek peněz na dlouhodobější investice, nedostatek kapacit na propagaci a marketing a chronickou přetíženost vedoucích pracovníků a pracovníků.

Přes polovinu respondentů a respondentek se zapojilo do pomoci v souvislosti s válkou na Ukrajině. Konkrétní formy pomoci přitom zahrnovaly celou škálu aktivit, kterých jsme byli svědky i na úrovni celé společnosti. Část podniků přímo zaměstnala ukrajinské uprchlíky, poskytla ubytování či ho pomohla zprostředkovat, poskytla slevy na své produkty či přímo poskytovala např. jídlo zdarma skupině potřebných. Podniky se také aktivně zapojovaly do organizace pomoci ve své lokalitě.

Co se týče celkového pohledu na ekosystém sociálního podnikání v ČR, mezi respondenty a respondentkami výrazně vede zájem o poradenství pro stávající podniky. Obdobně výrazný je požadavek na zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním. Minulé dotazníkové šetření přineslo stejná zjištění, tyto nedostatky tedy lze označit za dlouhodobé: potřeby sociálních podniků jsou známé, ale zůstávají chronicky neuspokojené.

Nakonec se vraťme ještě jednou k hlavním rozdílům v situaci sociálních podniků v roce 2019 a nyní – zejména co se týče poklesu v oblasti zaměstnanosti a hospodářských výsledků. Při interpretaci těchto údajů je třeba mít na paměti, že více než polovina sociálních podniků dlouhodobě působí v gastroslužbách, které byly pandemií COVID-19 velmi silně zasažené. Druhým faktem je, že sociální podniky neměly v době koronakrize žádnou specifickou podporu, která by jim pomohla překlenout toto těžké období. Z výsledků dotazníkového šetření je zřejmé, že se podniky snažily přednostně o to, aby redukovaly zbytné náklady, protože jim šlo o udržení pracovních míst svých znevýhodněných zaměstnanců. Pokud docházelo k jejich propouštění, bylo to děláno v nezbytné míře tak, aby byl zachován chod sociálního podniku. Došlo k omezování některých jejich podnikatelských činností a investic, čímž z dlouhodobého hlediska oslabují udržitelnost svého podnikání. Je třeba hodnotit kladně, že i za těchto ztížených podmínek většina ze zkoumaných sociálních podniků udržela své aktivity v chodu, protože jim jde nejvíc ze všeho o zachování pracovních míst pro jejich znevýhodněné

zaměstnance a zaměstnankyně a plnění integrační funkce. V době psaní této zprávy roste inflace, ceny energií a nastupuje ekonomická krize, takže za těchto okolností je na místě vyjádřit obavy z dalšího poklesu jejich hospodářských výsledků. Sociální podniky vstupují do tohoto složitého období již oslabené dopadem pandemie COVID-19 a pokud se jim nedostane pomoci zvenčí, je zde riziko, že přestanou být schopné naplňovat svůj společensky prospěšný cíl.

Obsah

Manažerské shrnutí	2
Seznam tabulek	8
Seznam obrázků	8
Seznam grafů	8
1. Úvod	9
2. Metodika.....	10
2.1 Použitá definice sociálního podniku	10
2.3 Struktura dotazníku	11
2.4 Výběr a charakteristika zkoumaného vzorku.....	12
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
3.1.5 Různé	17
3.2 Identifikátor.....	18
3.2.1 Sociální princip.....	19
3.2.2 Ekonomický princip	20
3.2.3 Environmentální princip.....	20
3.2.4 Místní princip.....	20
3.3 Lidé ve zkoumaných sociálních podnicích	21
3.3.1 Počty zaměstnanců.....	21
3.3.2 Cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců	23
3.3.3 Srovnání údajů o zaměstnancích ze všech dotazníkových šetření	25
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.....	30
3.5 Jak se daří zkoumaným sociálním podnikům.....	35
3.5.1 Jak sociální podniky vnímají samy sebe.....	35
3.5.2 Jak sociální podniky reagují na krize	39
3.6 Ekosystém.....	41

4. Diskuze a interpretace výsledků.....	45
5. Závěr.....	47
Seznam zdrojů	49
6. Seznam příloh.....	49

Seznam tabulek

Tabulka 1 Oblast podnikání.....	17
Tabulka 2 Identifikátor – vyhodnocení.....	19
Tabulka 3 Počty zaměstnanců v roce 2021.....	21
Tabulka 4 Podíl znevýhodněných zaměstnanců.....	22
Tabulka 5 Počty podniků podle přepočteného počtu zaměstnanců a obratu.....	23
Tabulka 6 Srovnání dotazníkových šetření týkající se zaměstnanců.....	26
Tabulka 7 Věková kategorie osoby řídící podnik.....	26
Tabulka 8 celkové výnosy v roce 2021.....	27
Tabulka 9 Hospodářské výsledky 2020 a 2021.....	28
Tabulka 10 Důvody nezájmu o veřejné zakázky.....	31
Tabulka 11 Jaké byly důvody neúspěchu?.....	33
Tabulka 12 Kolik % z vašich tržeb činí přibližně vaše dodávky veřejnému sektoru za rok?.....	33
Tabulka 13 Tři nejsilnější stránky.....	37
Tabulka 14 Tři nejslabší stránky.....	38
Tabulka 15 V důsledku dopadů pandemie jste byli nuceni.....	39
Tabulka 16 Konkrétní opatření, která jste provedli.....	40
Tabulka 18 Co by nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání.....	43

Seznam obrázků

Obrázek 1: Mapa s počty a procenty sociálních podniků v jednotlivých krajích.....	14
Obrázek 2: Mapa s počty a procenty provozoven sociálních podniků v jednotlivých krajích.....	16

Seznam grafů

Graf 1: Právní formy.....	15
Graf 2: Rok začátku podnikání.....	18
Graf 3: Kategorie podniku.....	23
Graf 4: Cílové skupiny zaměstnanců.....	24
Graf 5: Typy zdravotního postižení.....	25
Graf 6: Vývoj průměrného ročního obratu, resp. hospodářského výsledku v mil. Kč.....	28
Graf 7: Podíl tržeb z vlastní podnikatelské činnosti na celkových příjmech.....	29
Graf 8: Zdroje financování v roce 2021.....	30
Graf 9: Považujete veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmu vašeho sociálního podniku, chtěli byste dodávat veřejnému sektoru?.....	31
Graf 10: Podávali jste už někdy nabídku veřejnému sektoru?.....	32
Graf 11: O jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru byste měli zájem?.....	34
Graf 12: Jak se vaší organizaci celkově daří v sociálním podnikání?.....	35

1. Úvod

Zpráva představuje výsledky dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR, které realizovalo Ministerstvo práce a sociálních věcí (MPSV) v roce 2022. Cílem šetření byl monitoring stavu segmentu sociálního podnikání v ČR včetně aktualizace statistických údajů z předešlých šetření a porovnání těchto výsledků s dotazníkovým šetřením z roku 2019.

Dotazníkové šetření bylo zpracováno pro 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. Obsahově navazuje na obdobné šetření MPSV realizované v roce 2019. Otázky byly z velké části zachované kvůli porovnatelnosti výsledků, nově byly přidány zejména otázky týkající se pandemie COVID-19 a uprchlické krize související s válkou na Ukrajině. Obě dotazníková šetření se ale odlišují v jedné podstatné věci. V roce 2019 bylo dotazníkové šetření spojeno s revizí Adresáře sociálních podniků na www.ceske-socialni-podnikani.cz a se vznikem Katalogu sociálních podniků s nabídkou zboží a služeb pro zadavatele veřejných zakázek. Podniky, které úspěšně prošly hodnocením Identifikátoru a vyplnily dotazník na 100%, mohly být zveřejněny v Adresáři a Katalogu. Tato pozitivní motivace ve stávajícím šetření chyběla, což mělo za důsledek nižší počet vyplněných dotazníků.

Celé dotazníkové šetření bylo připraveno a zpracováno stejným týmem osob jako v roce 2019. V rámci MPSV koordinovala práce na dotazníkovém šetření Gabriela Kurková¹. Dotazníkové šetření připravily a získané výsledky vyhodnotily expertky na sociální podnikání Petra Francová² a Eva Fraňková³, tentokrát v rámci organizace P3 – People, Planet, Profit, o.p.s. Telefonické obvolávání proběhlo prostřednictvím call centra SDZP, které je sociálním podnikem. Alena Hytychová se zabývala programátorskými pracemi, zpracováním získaných dat a souvisejících statistických výstupů.

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, Katedra environmentálních studií, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita v Brně, eva.slunicko@centrum.cz

2. Metodika

2.1 Použitá definice sociálního podniku

V rámci srovnatelnosti byla zachována stejná metodika včetně definičního vymezení sociálního podniku jako v dotazníkovém šetření 2019. Definiční vymezení sociálního podniku je pro metodiku dotazníkového šetření klíčové. V ČR zatím nedošlo k právnímu ukotvení sociálního podniku, takže MPSV vytvořilo svou vlastní definici a rozpoznávací znaky pro potřebu výzev na podporu sociálního podnikání z evropských fondů. Vycházelo přitom z definice a principů sociálního podniku, které vytvořila Tematická síť pro sociální ekonomiku TESSEA. MPSV při posuzování toho, kdo je a není sociální podnik, postupuje podle tabulky Sada rozpoznávacích znaků pro sociální podnik, v níž jsou uvedeny také důkazy, podle kterých jsou znaky rozpoznávány a kontrolovány. V tabulce docházelo v průběhu let k dílčím změnám, které ale nejsou z hlediska metodiky dotazníkového šetření podstatné.

V dotazníkovém šetření došlo k dílčí úpravě typů sociálních podniků oproti roku 2019. Zůstalo základní rozlišení na obecný a integrační sociální podnik. Obecný sociální podnik je nadřazeným pojmem a plní společensky prospěšný cíl, např. v oblasti kultury nebo vzdělávání. Jeho podskupinou je integrační sociální podnik, jehož společensky prospěšným cílem je zaměstnávání min. 30% znevýhodněných osob. Na žádost MPSV byla v tomto šetření vypuštěna otázka na environmentální sociální podnik. Ten byl samostatně podporován ve výzvách ESF v programovém období 2006 – 2020 a měl i svou vlastní sadu rozpoznávacích znaků. V novém programovém období 2021 – 2027 tomu tak už nebude. Neznamená to, že by environmentálně zaměřené sociální podniky nebylo možné podpořit, nebudou už ale mít svou samostatnou podkategorii. Jádrem dotazníkového šetření jsou definice a principy integračního sociálního podniku používané ve výzvách ESF (viz <https://ceske-socialni-podnikani.cz/socialni-podnikani> a příloha 5.1 Sada rozpoznávacích znaků pro integrační sociální podnik). Dotazníkové šetření má tedy tím, že do něj jsou zahrnuty i tzv. obecné sociální podniky, o něco širší záběr, než je ten, který podporuje MPSV z evropských prostředků.

V šetření byl opět použit Identifikátor sociálních podniků. Jedná se o mechanismus pro zjišťování míry naplňování principů sociálního podniku formou sebehodnocení, který byl vytvořen podle výše uvedené definice, a je ministerstvem soustavně používán jako vstupní filtr pro přihlášení se do [Adresáře sociálních podniků](#) a [Katalogu sociálních podniků](#). Identifikátor má dvě větve, tj. pro tzv. obecný sociální podnik a pro integrační 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. Podrobný popis způsobu vyhodnocení identifikátoru je uveden v příloze 5.2.

2.3 Struktura dotazníku

Struktura dotazníku byla stejná jako v roce 2019.⁴ Dotázaný, který se rozhodl při příležitosti dotazníkového šetření registrovat se do Adresáře, nahrával také loga, propagační materiály apod. Dotazník obsahoval celkem 125 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 2.4.
- **Identifikační údaje subjektu** (otázky 5-13) se automaticky načely z registru ARES a podniky je nevyplňovaly. Tyto údaje obsahují také vymezení oblastí podnikání dle kategorií definovaných Českým statistickým úřadem (tzv. CZ-NACE, zde vyhodnocené na úrovni dvouciferných kódů, blíže viz ČSÚ⁵).
- **Faktografické údaje o organizaci** (otázky 14-55, 124-125), kde respondenti a respondentky uváděli například to, zda je sociální podnik samostatnou právnickou osobou nebo součástí větší organizace, a také zda má jeden nebo více provozů. Podle toho 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 dotázaní možnost sami představit své produkty či služby, popsat společenskou prospěšnost svého podnikání a zvolit 3 klíčová slova nebo sousloví. Respondenti a respondentky měli možnost karty přidávat a vyplnit jich takový počet, kolik měli samostatně vystupujících provozoven.
- **Identifikátor** (otázky 56-93), tj. mechanismus pro vyhodnocení míry naplňování principů sociálního podniku. 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 dotázaní tyto údaje pouze za část organizace, která se zabývá sociálním podnikáním. Podniky, které již byly součástí Adresáře, byly požadány o kontrolu a případnou úpravu údajů v Identifikátoru sociálních podniků. Podniky, které v Adresáři zveřejněny nebyly, musely Identifikátor nově vyplnit.
- **Informace o fungování sociálního podniku** (otázky 94-107). 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. Byly sem zařazeny také nové otázky týkající se dopadů pandemie Covid-19 a krize související s válkou na Ukrajině.
- **Ekosystém sociálního podnikání** (otázky 108-114). 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,

⁴ V principu zůstala stejná i formulace jednotlivých otázek, pouze několik otázek bylo oproti roku 2019 vypuštěno (např. otázky na environmentální zaměření sociálních podniků) a několik bylo naopak přidáno (např. otázky související s epidemií Covid-19 a s krizí kolem války na Ukrajině). Celkový počet otázek v roce 2019 byl 118.

⁵ Dostupné na

<https://www.czso.cz/documents/10180/23174387/85048625.xls/30885b22-9bac-4c7a-ad2c-5db96e69ea24?version=1.0>

(2022-7-21).

Specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání, Sítě 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 115-123). 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.

Odpovědi na většinu uvedených otázek jsou vyhodnoceny v sekci 3 této zprávy. Zde uvedené výsledky dotazníku jsou anonymní, takže v rámci výsledků nejsou zveřejněny kontaktní informace podniků a jejich zaměstnanců (část Kontaktní údaje, větší část Identifikačních údajů subjektu a část Faktografické údaje o organizaci).

2.4 Výběr a charakteristika zkoumaného vzorku

Sběr dat probíhal v období od 10.5.2022 do 30.6.2022. Celkově bylo osloveno 421 organizací podle seznamu připraveného MPSV. V ČR neexistuje oficiální seznam sociálních podniků. Byly kontaktovány tyto skupiny organizací: 1. organizace v Adresáři sociálních podniků MPSV, 2. žadatelé nebo příjemci dotací z evropských strukturálních fondů na podporu sociálních podniků, 3. organizace, které byly aktivně vyhledány pracovníky MPSV zodpovědnými za zpracování dotazníkového šetření. V ČR je podle expertních odhadů 400 až 600 sociálních podniků, takže lze předpokládat, že většina z nich byla oslovena.

Obdobně jako i v šetření 2019, docházelo ke sběru dat formou telefonických rozhovorů v kombinaci s vyplňováním dotazníku on-line samotnými respondenty a respondentkami. Tazatelé po telefonu informovali potenciální dotazované o probíhající šetření a jeho cílech, opakovaně je motivovali k vyplnění dotazníku a začali ho ve spolupráci s dotazovanými vyplňovat. Poté už respondenti a respondentky vyplňovali dotazník sami s pomocí nápovědy, případně s podporou pracovníků MPSV.

Dotazník vyplnilo celkem 114 podniků. MPSV stanovilo, že podmínkou pro zařazení do vyhodnocení má být vyplnění alespoň 75% povinných otázek⁷. Platných dotazníků, které splňují tuto podmínku, je 105. Jsou mezi nimi také podniky, které nemají splněný Identifikátor (7 jich ho nevyplnilo celý a 11 mělo červenou hodnotu Identifikátoru). V roce 2019 bylo do vyhodnocení šetření zahrnuto celkem 167 organizací. Organizace tehdy měly silný motivační prvek (zařazení do Adresáře a Katalogu), který tentokrát chyběl. Nejspíše z tohoto důvodu je v letošním šetření nejen nižší celkový počet vyplněných dotazníků, ale také vyšší podíl dotazníků, které jsou sice zařazené do vyhodnocení, ale byly vyplněné pouze částečně.⁸ Na

⁶ Dostupné na <https://europa.eu/!Qq64ny> (2022-7-21).

⁷ Povinné otázky jsou v dotazníku označeny vykřičníkem (viz Příloha 5.3). Podniky, které chtěly být zařazené do Adresáře, musely vyplnit více otázek než ty, které o Adresář neměly zájem.

⁸ U vyhodnocení otázek proto zpravidla uvádíme celkový počet odpovědí na danou otázku (tedy základ, ze kterého se počítají relativní četnosti jednotlivých variant odpovědi).

to je potřeba brát zřetel i při interpretaci dat.⁹ Interpretace dat je dále omezená skutečností, že zjištěná data vypovídají zejména o podnicích, které se šetření přímo účastnily, a jen obtížně je lze zobecňovat na všechny české sociální podniky.¹⁰

Součástí předložené zprávy je porovnání letošních výsledků s výsledky šetření z roku 2019 (a v několika případech i s výsledky výzkumů starších). Komentujeme a interpretujeme přitom zejména výraznější změny. Naopak rozdíly menší než 5% považujeme vzhledem k rozdílné velikosti a složení výzkumného vzorku za zanedbatelné. Z porovnání názvů organizací, resp. podniků, které se zúčastnily dotazníkového šetření v roce 2019 a v roce 2022 vyplývá, že oba dotazníky vyplnilo 57 organizací, tj. 54% letošního výzkumného vzorku. Shoda je tedy více než poloviční. Vedlejším efektem stávajícího dotazníkového šetření byl nárůst počtu sociálních podniků v Adresáři.

Pro dotazníkové šetření 2022 byla zachována stejná metodika pro označení toho, kdo je sociální podnik, jako tomu bylo v šetření 2019. Vymezení níže je tedy převzato z Vyhodnocení dotazníkového šetření 2019. 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 a respondentky 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.

Důvody odmítnutí vyplnilo pouze 9 respondentů a respondentek. Čtyři v odpovědích uvedli, že jejich podnik není sociální a nesplňují principy sociálního podniku, 2 nechtěli poskytovat informace a další jednotlivci buď nechtěli být v Adresáři, nehlásí se k sociálnímu podnikání nebo ukončují činnost.

9 Příklad: Pokud 16% podniků nevedlo svojí webovou stránku, nelze z toho vyvodit, že 16% podniků žádný web nemá. Část ji opravdu nemá a část tento údaj pouze nevyplnilo, i když podnik webové stránky má.

¹⁰ Jinými slovy, i když je zkoumaný vzorek sociálních podniků relativně velký, nelze ho považovat za reprezentativní, protože nejsou k dispozici charakteristiky celkového souboru všech sociálních podniků v ČR.

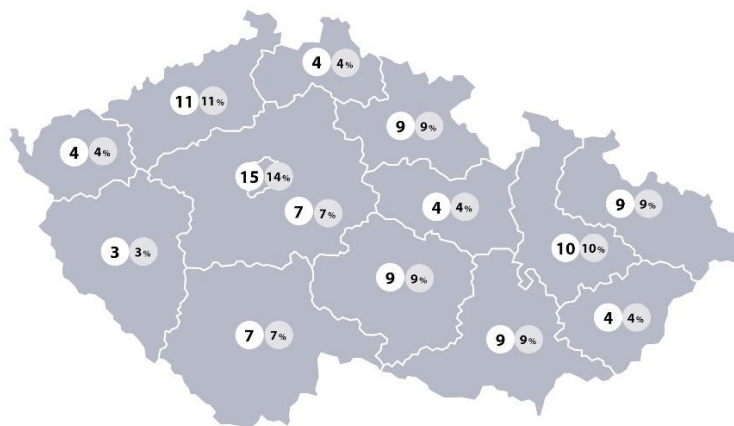
3. Výsledky

3.1 Faktografické údaje o zkoumaných sociálních podnicích

3.1.1 Kraj

Počty sociálních podniků a jejich provozoven v jednotlivých krajích jsou uvedeny na schematických mapách (Obrázek 1 s počtem sociálních podniků, Obrázek 2 s počtem provozoven). Nejvíce dotázaných sociálních podniků má sídlo v Praze (14%), následuje s 10% Ústecký a Olomoucký kraj. Nejméně zastoupený je Plzeňský kraj (3%). Od minulého dotazníkového šetření došlo k poklesu počtu sociálních podniků v Moravskoslezském kraji o 7%.

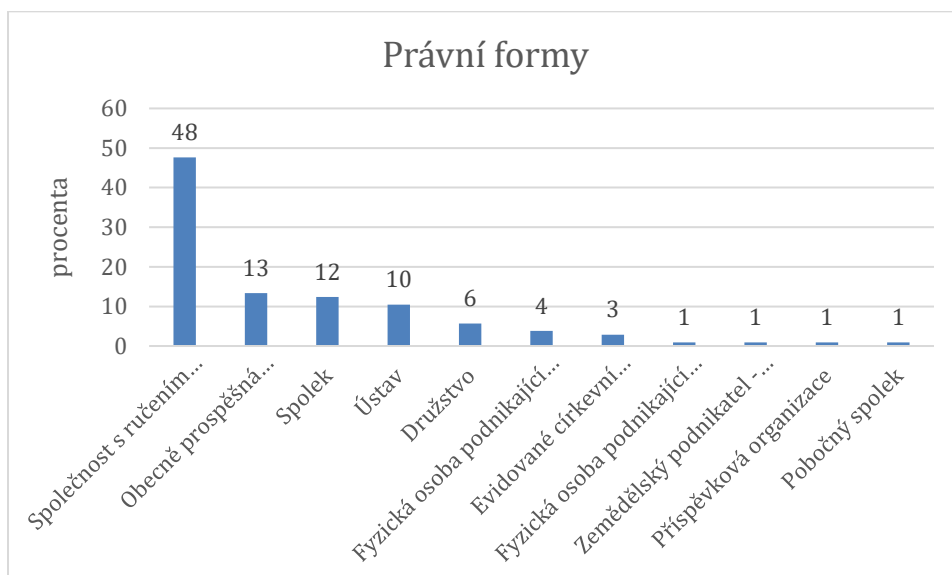
Obrázek 1: Mapa s počty a procenty sociálních podniků v jednotlivých krajích



3.1.2 Právní forma

Nejvíce zastoupenou právní formou byla ve zkoumaném vzorku společnost s ručením omezeným (48%). Nejobvyklejší neziskové právní formy byly zastoupené téměř stejným poměrem (13% obecně prospěšné společnosti, 12% spolky, 10% ústavy). Nestátních neziskových organizací bylo tedy celkově 35%. Ve srovnání s rokem 2019 došlo k poklesu počtu s.r.o. o 5%. Informace o procentním rozložení právních forem naleznete v Grafu 1.

Graf 1: Právní formy

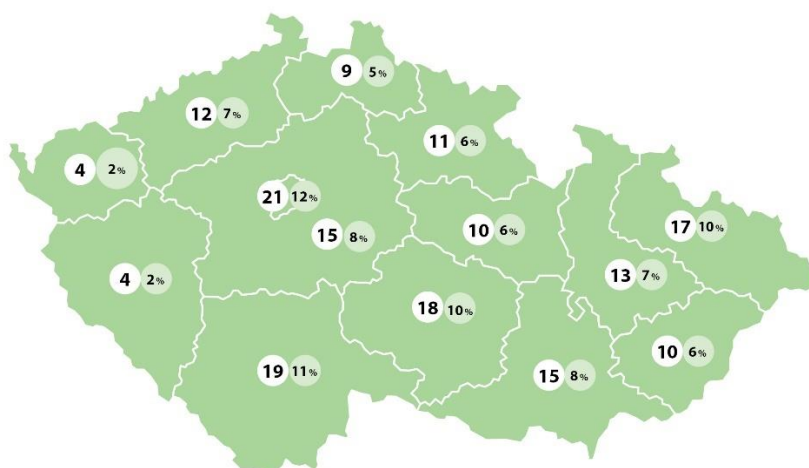


Mezi zkoumanými podniky jich bylo 74% samostatnou právnickou osobou, 20% funguje jako součást větší organizace a 6% podniká jako OSVČ.

3.1.3 Počty provozů a oblasti podnikání

Průměrný počet provozoven na jedno IČO je 1,9 (95 podniků vyplnilo 178 tzv. karet provozoven). Téměř polovina zkoumaných podniků (47%), jejichž sociální podnik působí jako samostatná právnická osoba, má více provozů. U zkoumaných podniků, které jsou součástí větší organizace (tzv. vnořený sociální podnik), má více provozů pouze jedna třetina z nich. V dotazníkovém šetření 2019 tomu bylo naopak, tehdy měly více než jeden provoz téměř dvě třetiny těchto vnořených sociálních podniků (62%). Ve srovnání s rokem 2019 vzrostl počet organizací s více než jedním provozem o 5% a průměrný počet provozoven na jedno IČO vzrostl o jedno desetinné místo (na jedno IČO připadalo v roce 2019 1,8 provozů). Podíváme-li se na počty provozoven z hlediska jejich zastoupení v krajích (viz Obrázek 2), kopírují více méně procentní rozložení zkoumaných sociálních podniků jako takových (viz předešlý Obrázek 1), a to včetně většího poklesu počtu provozoven v Moravskoslezském kraji oproti roku 2019.

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



Co se týče oblastí podnikání na úrovni jednotlivých IČO, máme dva druhy třídění. Jedním jsou kategorie třídění podle evropského registru CZ-NACE, které se načely automaticky z informačního systému ARES (viz také sekce 2.3). Tabulku s těmito údaji naleznete v Příloze 5.4, pro sektor sociálních podniků ale není příliš vypovídající. MPSV používá dlouhodobě v Adresáři sociálních podniků na www.ceske-socialni-podnikani.cz své vlastní třídění, které bylo s mírnými úpravami použito již v dotazníkovém šetření 2019. Respondenti a respondentky 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.

Oblasti podnikání jsou sledované na úrovni provozoven. V Tabulce 1, kde jsou uvedeny údaje o všech oblastech podnikání, neuvádíme tedy součet, protože by přesahoval 100%. Relativní četnost je počítána k počtu podniků, které na danou otázku odpověděly, tj. v tomto případě 95 podniků. Jedná se o zajímavé údaje, které doznaly oproti roku 2019 určitých změn. Nejčastější oblastí podnikání je opět Obchod s 30%, na druhé a třetí pozici se nově umístily s 26% Textil - výroba, recyklace, re-use a Propagační a dárkové předměty (oproti roku 2019 došlo k navýšení o 7%, resp. 5%). Jediný větší pokles o 5% zaznamenala kategorie Úklidové služby a potřeby (nyní 15%, předtím 20%). Sečteme-li tři kategorie týkající se jídla, které spolu obsahově souvisí, tj. 20% Potravinářská výroba, 19% Stravování a 16% Catering, zjistíme, že gastroslužby jsou s 55 procenty tím, čemu se zkoumané sociální podniky nejvíce věnují. Jedná se o potvrzení poznatků z minulého šetření, kdy gastroslužby uvádělo 57% podniků. Největším překvapením je kategorie Umělecká a řemeslná tvorba, kterou letos uvedlo 16% podniků oproti nulové hodnotě v roce 2019. Nakonec se zastavíme u kategorie Jiné, která je s 31 procenty nejvíce zastoupená. Patří sem například aktivity v oblasti ekologického zemědělství a péče o krajinu (8 podniků), různé služby (digitalizace dokumentů, účetnictví, pečovatelské služby, půjčování rehabilitačních pomůcek apod.) a další specifické oblasti (např. volnočasové aktivity pro děti či průvodcovské služby).

Tabulka 1 Oblast podnikání

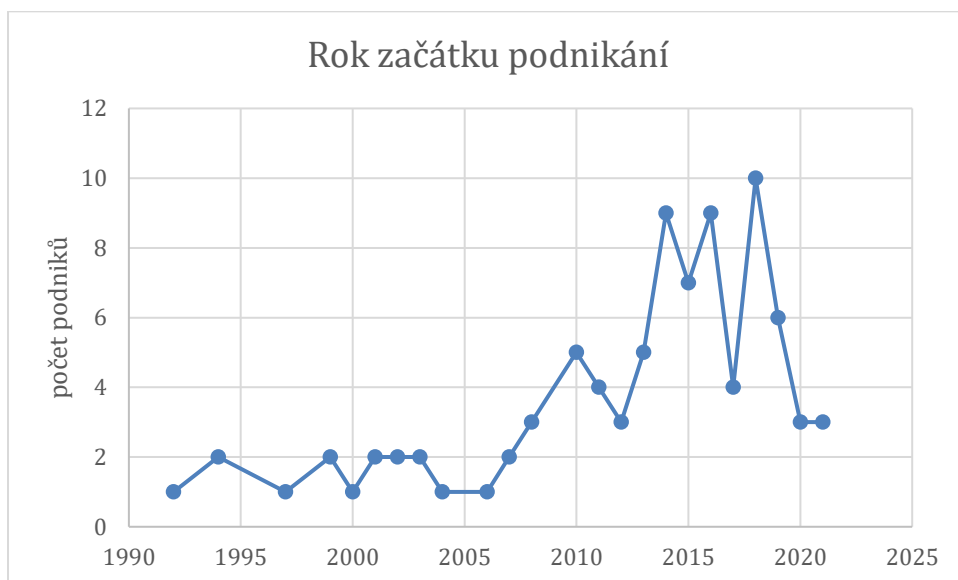
oblast podnikání - provozovny	počet	procenta
Obchod	31	30
Textil - výroba, recyklace, re-use	27	26
Propagační a dárkové předměty	27	26
Výroba	25	24
Potravinářská výroba	21	20
Stravování (zahrnuje kavárny, restaurace, jídelny, bistra apod.)	20	19
Údržba zeleně a technické služby	17	16
Umělecká a řemeslná tvorba	17	16
Catering	17	16
Vzdělávání a školení	16	15
Úklidové služby a potřeby	16	15
Kompletace a kontrola kvality	15	14
Grafické a tiskové práce	13	12
Pronájem prostor	11	10
Prádelny	8	8
Odpady a recyklace	6	6
Nábytek a vybavení interiérů	4	4
Stavební práce a projektové a architektonické činnosti	3	3
Kancelářské potřeby	3	3
Ubytování	3	3
Call centrum, telemarketing, direct marketing	3	3
IT služby	2	2
Ostraha a bezpečnostní služby	1	1
Jiné - prosím specifikujte	33	31

3.1.5 Různé

Co se týče typů sociálních podniků (vymezení viz část 2.1), ve zkoumaném vzorku bylo 85% integračních sociálních podniků (88). 15% podniků se přihlásilo k tomu, že znevýhodněné osoby nezaměstnává, tj. patří do kategorie tzv. obecného sociálního podniku (16). Ve srovnání s rokem 2019 došlo k navýšení těchto „neintegračních“ sociálních podniků o 10%. Z těchto 16 byly pouze 3 podniky environmentální, další se zabývaly např. kulturou, volnočasovými aktivitami, gastrovýrobou, recyklací a re-use.

Jedna z otázek zjišťovala rok, kdy začali dotázaní sociálně podnikat. Jak je vidět v Grafu 2, počet podniků roste od roku 2010, kdy začaly fungovat výzvy na podporu sociálního podnikání z evropských fondů.

Graf 2: Rok začátku podnikání



Náhradní plnění nabízí 39% dotázaných organizací. Pouhá necelá čtvrtina podniků (24%) má certifikáty a značky kvality,¹¹ zde došlo k poklesu o 11% oproti roku 2019. Členem nějaké sítě sdružující sociální podniky je polovina dotázaných podniků (49%), tento údaj je o 6% nižší než v předešlém šetření. Stabilně na vysoké úrovni dvou třetin (67%) se drží zájem nabízet v sociálním podniku stáže.¹²

Adresu svých webových stránek uvedlo 84% podniků. Oproti roku 2019 je to pokles o 11%. Hojně je také využíván Facebook (82%) a Instagram (44%), zato o Twitter prakticky není zájem (4%). Používání Facebooku vzrostlo o 10%.

3.2 Identifikátor

Identifikátor je nástrojem na zjišťování toho, zda daný sociální podnik naplňuje principy sociálního podniku. Jedná se o formu sebehodnocení. Pro účely vstupu do Adresáře sociálních podniků MPSV musí sociální podnik v čestném prohlášení potvrdit, že v Identifikátoru vyplnil pravdivé údaje. Sociální podnik ho také může vyplnit na zkoušku na <https://ceske-socialni-podnikani.cz/identifikator>. Není známo, že by se něco podobného používalo v jiných evropských zemích, jedná se o český unikát. Jeho obsah a struktura jsou popsané v sekcích 2.1 a 2.3.

¹¹ Nejčastěji jde přitom o značku Regionální produkt (uvedlo 8 podniků) a BIO certifikaci potravin, kosmeticky a bavlny (6 podniků). Některé podniky pak mají certifikaci ISO 9001 (systém managementu kvality), značku Česká kvalita - Práce postižených a v jednotlivých případech mnohé další (např. Provozovna bez palmového oleje, člen sítě WWOOF a další). Několik podniků také získalo různá ocenění v oblasti sociálního podnikání (Podnikáme odpovědně, cena SocialMarie apod.).

¹² Více viz podmínky MPSV pro stáže v sociálních podnicích na <https://ceske-socialni-podnikani.cz/poradenstvi/staze-v-socianich-podnicich> (2022-07-20).

Identifikátor byl použit pro sběr údajů v minulém i stávajícím šetření MPSV. Organizace, které již byly registrované v Adresáři, mají povinnost Identifikátor průběžně aktualizovat, takže ho mohly přeskočit a údaje se načely automaticky. Jak je uvedeno v sekci 2.4, do vyhodnocení byly zařazeny také ty podniky, které mají identifikátor vyplněn jen částečně, takže se počet odpovědí u jednotlivých otázek liší.

V první části Identifikátoru se zjišťuje, zda se sociální podniky veřejně hlásí k nejdůležitějším principům sociálního podnikání ve svých zakládacích dokumentech a na svých webových stránkách. 8 dotázaných nemá zveřejněny zakládací dokumenty na www.justice.cz (případně církevní právnická osoba na http://www3.mkcr.cz/cns_internet/). S určitou mírou zobecnění lze prohlásit, že respondenti a respondentky se přihlašují k principům více v zakládacích dokumentech než na webových stránkách a nejčastěji bývá opomíjen environmentální princip. Tabulka s podrobnými informacemi je uvedena v Příloze 5.5.

Identifikátor kompletně vyplnilo 90 podniků. Podíváme-li se na výsledky identifikátoru z hlediska jeho celkového vyhodnocení, přesně polovina dotázaných sociálních podniků získala na semaforu zelenou barvu, takže splňuje principy na velmi dobré úrovni. 38% podniků získalo žlutou barvu semaforu, což znamená, že principy vcelku naplňují, ale mají ještě co zlepšovat. Červenou barvu jich mělo 12%, což znamená, že principy sociálního podniku nenaplňují a nesplnili by ani podmínku pro zařazení do Adresáře, pokud by o to měli zájem. V Tabulce 2 jsou uvedeny celkové údaje včetně souhrnu hodnocení jednotlivých částí Identifikátoru.

Tabulka 2 Identifikátor – vyhodnocení

Identifikátor - vyhodnocení	zelená		žlutá		červená	
	počet	procenta	počet	procenta	počet	procenta
Společensky prospěšný cíl	73	81%	14	16%	3	3%
Sociální princip	64	71%	19	21%	7	8%
Ekonomický princip	74	82%	16	18%	0	0%
Environmentální princip	83	92%	7	8%	0	0%
Místní princip	88	88%	7	8%	4	4%
CELKOVÉ HODNOCENÍ	45	50%	34	38%	11	12%

3.2.1 Sociální princip

Otázky v sociálním principu se větví podle toho, zda se jedná o obecný nebo integrační sociální podnik; ten má některé otázky zaměřené na znevýhodněné cílové skupiny. U dotázaných integračních sociálních podniků bylo zjištěno, že 80% jich poskytuje svým zaměstnancům ze znevýhodněných skupin individuální psychosociální podporu prostřednictvím odborného pracovníka (ve 20% případů k tomu nedochází) a 91% jich poskytuje svým zaměstnancům vzdělávání podle jejich individuálních možností.

Otázka, zda jsou zaměstnanci pravidelně a systematicky zapojováni do rozhodování, jsou informováni o chodu podniku, výsledcích hospodaření a naplňování společensky prospěšných

cílů, měla 96% kladných odpovědí. Tato otázka se týkala všech podniků bez ohledu na to, zda se jednalo o obecný nebo integrační sociální podnik. K obecným sociálním podnikům směřoval dotaz, zda mají definované skupiny, na které jsou zaměřeny jejich aktivity. Z celkového počtu 16 těchto podniků odpovědělo pozitivně 11, tj. 69%. Jednalo se zejména o následující cílové skupiny: senioři, rodiče malých dětí, děti, lidé bez domova, lidé v tíživé životní situaci a osoby se specifickými potřebami (sluchové postižení, zdravotní postižení apod.).

Údaje týkající se zaměstnanců v sociálních podnicích jsou vyhodnoceny v sekci 3.3 této zprávy.

3.2.2 Ekonomický princip

Ekonomické údaje, které byly shromážděny v dotazníkovém šetření, jsou uvedeny a okomentovány v samostatně sekci 3.4.1. V této sekci se budeme zabývat otázkami na nezávislost sociálních podniků, která je vztažena pouze k veřejné správě. Na dotaz, zda má veřejná správa v sociálním podniku podíl na hlasovacích právech na valné hromadě či obdobném orgánu, odpověděly pozitivně 4 podniky z celkového počtu 105, tj. 4%. U tří z nich má veřejná správa podíl menší než 50% a pro zbývající 1 podnik platí, že je zřizovatelem více obcí a vlastnický podíl každé z nich je menší než 50%. Tímto je splněna podmínka pro nezávislost daná výzvou OPZ č. 129¹³. Všechny dotázané sociální podniky tedy splňují podmínku nezávislosti.

3.2.3 Environmentální princip

93 podniků (89%) prohlásilo, že vyrábí produkt / poskytuje službu s ohledem na ochranu životního prostředí a 96 (91%) jich uplatňuje ve svém podniku environmentálně šetrný provoz. Tento vysoký podíl kladných odpovědí u obou otázek je pozitivní, je ale třeba brát v potaz, že se jedná o sebehodnocení a reálná míra environmentální šetrnosti se může v jednotlivých podnicích značně lišit.

3.2.4 Místní princip

Na otázky týkající se naplňování místního principu odpovědělo 105 respondentů a respondentek. Téměř všichni zaměstnávají místní obyvatele (97%), spolupracují formálně či neformálně s místními aktéry (96%) a preferují místní dodavatele vždy, když je to možné (94%). Ze všech principů je tento dotázanými nejvíce naplňován.

¹³ Více informací na <https://www.esfcr.cz/vyzva-129-opz> (2022-07-22), Příloha č. 2 Rozpoznávací znaky integračního sociálního podniku – část 3b.

3.3 Lidé ve zkoumaných sociálních podnicích

3.3.1 Počty zaměstnanců

Respondenti a respondentky byli dotázáni na celkový počet zaměstnanců jejich sociálního podniku a výši jejich úvazku, počet znevýhodněných zaměstnanců včetně jejich úvazků a druh jejich znevýhodnění. Pokud byl sociální podnik součástí větší organizace, vyplňovali dotázaní tyto údaje pouze za část organizace, která se zabývá sociálním podnikáním. Údaje o rozdělení zaměstnanců na muže a ženy ani počty dobrovolníků nebyly ve stávajícím šetření zjišťovány. Veškeré údaje se vztahují k poslednímu ukončenému kalendářnímu roku, tedy roku 2021.

104 sociálních podniků z dotazníkového šetření zaměstnávalo v době sběru dat celkem 2528 zaměstnanců (bez DPČ a DPP), což je údaj včetně tzv. obecných sociálních podniků. Je třeba také uvést přepočtený počet úvazků, protože sociální podniky často zaměstnávají lidi na zkrácené úvazky. Přepočtený počet všech úvazků byl 1981. Co se týče počtu znevýhodněných zaměstnanců, 89 dotázaných integračních sociálních podniků jich zaměstnávalo 1756 a přepočtený počet jejich úvazků byl 1132. Průměrný úvazek všech zaměstnanců byl 0,78 a průměrný úvazek znevýhodněných zaměstnanců 0,64. Ve srovnání s předchozím šetřením došlo k navýšení průměrného úvazku všech zaměstnanců o 0,11 (za rok 2018 byl průměrný úvazek všech zaměstnanců 0,67), přičemž údaj za znevýhodněné zaměstnance zůstal téměř stejný. Z těchto dat lze dovodit, že došlo ke zvýšení úvazků zaměstnanců bez znevýhodnění. V následující Tabulce 3 jsou uvedeny počty zaměstnanců za všechny sociální podniky, tj. včetně obecných.

Tabulka 3 Počty zaměstnanců v roce 2021

	Součet	Průměr	Medián	počet podniků
počet všech zaměstnanců sociálního podniku (bez DPČ a DPP) / absolutní počet všech zaměstnanců	2528	24	11	104
počet všech zaměstnanců sociálního podniku (bez DPČ a DPP) / přepočtený počet všech úvazků	1981	19	9	102
počet znevýhodněných zaměstnanců - absolutní	1756	20	10	89
počet znevýhodněných zaměstnanců - přepočtený počet úvazků	1132	13	6,6	89
procento znevýhodněných zaměstnanců v integračním sociálním podniku		71	74	89

Pokud se podíváme na průměrný počet zaměstnanců jednoho podniku, ten v roce 2021 čítal 24 zaměstnanců, resp. 19 plných přepočtených úvazků. Ve stejném roce byl průměrný počet znevýhodněných zaměstnanců 20, při přepočteném počtu úvazků 13. Porovnáme-li tyto hodnoty s údaji roku 2018, zjistíme, že došlo k podstatnému snížení průměrného počtu zaměstnanců z 33 na 24, tj. o 9, obdobně u znevýhodněných zaměstnanců z 22 na 13, tj. také o 9.

Průměrný počet zaměstnanců může být zkreslen několika málo sociálními podniky, které mají velký počet zaměstnanců. Z tohoto důvodu je více vypovídající medián.¹⁴ V roce 2021 byl medián všech zaměstnanců 11 a znevýhodněných zaměstnanců 9, kdežto v roce 2018 byly tyto hodnoty mediánu 13, resp. 10.

Vysvětlení pro tento pokles v počtu zaměstnanců lze hledat v pandemii COVID-19, kdy byly sociální podniky nuceny snižovat jejich počty, aby toto složité období přežily. V Dotazníkovém šetření k situaci sociálních podniků v době koronavirové krize¹⁵, které bylo provedeno v květnu 2020, byla zmapována první vlna propouštění. K dalšímu propouštění docházelo s pokračující koronavirovou krizí.

Průměrné procento znevýhodněných zaměstnanců v dotázaných integračních sociálních podnicích je 71% (viz tabulka výše), což je více než dvojnásobek povinných třiceti procent. Necelá polovina podniků má přepočtený počet úvazků znevýhodněných zaměstnanců v rozmezí 71-90%, čtvrtina 51-70% a desetina více než 90%. Pouhých 7% sociálních podniků má přepočtený počet úvazků znevýhodněných zaměstnanců v rozmezí 30-50% (všechny údaje viz Tabulka 4). Při porovnání těchto údajů s šetřením 2019 zjistíme, že došlo k jediné změně, a to navýšení kategorie 71-90% o 7% na úkor kategorie 51-70%. Došlo tak k dalšímu navýšení poměru zaměstnaných znevýhodněných osob, který byl už i předtím velmi vysoký.

Tabulka 4 Podíl znevýhodněných zaměstnanců

Podíl znevýhodněných zaměstnanců	Počet	Procenta
30-50 %	6	7
51-70 %	20	25
71-90 %	38	47
více než 90 %	17	21
	81	100

Na zkoumaný vzorek podniků aplikujeme Definicí mikropodniků, malých, středních a velkých podniků¹⁶. V Tabulce 5 nejprve porovnáme přepočtené počty úvazků všech jejich zaměstnanců s ročním obrátem těchto zkoumaných podniků¹⁷(v tomto případě odpovídají počty podniků procentům), a následně je kategorizujeme jako mikro, malé a střední podniky (viz Graf 3). Převažují tedy mikropodniky (54%), následované malými podniky (34%) a nejméně je středních podniků (13%). Velký podnik nebyl v našem vzorku žádný.

¹⁴ Medián, zjednodušeně řečeno střední hodnota – tj. číslo uprostřed datové řady (oddělující vyšší polovinu setříděného datového souboru od dolní poloviny).

¹⁵ Viz https://ceske-socialni-podnikani.cz/images/pdf/Vyhodnocen_dotazkovho_eten_korona.pdf (2022-07-22)

¹⁶ Viz <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Radce/Definice-maleho-a-stredniho-podnikatele> (2022-07-22).

¹⁷ Pro účely tohoto šetření používáme roční obrát v CZK místo EUR. Rozhodli jsme se zachovat z důvodů srovnatelnosti a přehlednosti stejné intervaly CZK jako v šetření 2019 a nepřepočítávat je ročním kurzem pro 2021.

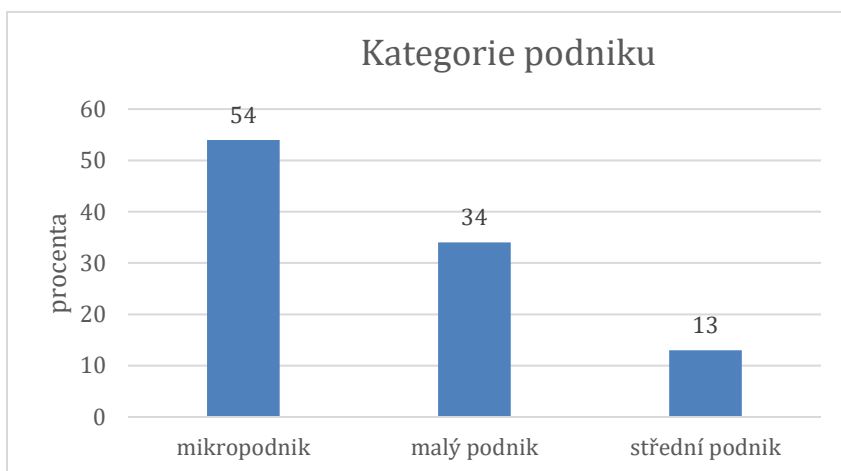
Tabulka 5 Počty podniků podle přepočteného počtu zaměstnanců a obratu

Přepočtené počty úvazků všech zaměstnanců / roční obrat v milionech Kč						CELKEM
	0-5	6-10	11-50	51-250	více než 250	
0 - 10	49	5	0	0	0	54
11-50	12	8	13	1	0	34
51-250	2	0	3	7	1	13
více než 250	0	0	0	0	0	0
CELKEM	63	13	16	8	1	101

Legenda:

	mikropodnik
	malý podnik
	střední podnik

Graf 3: 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.

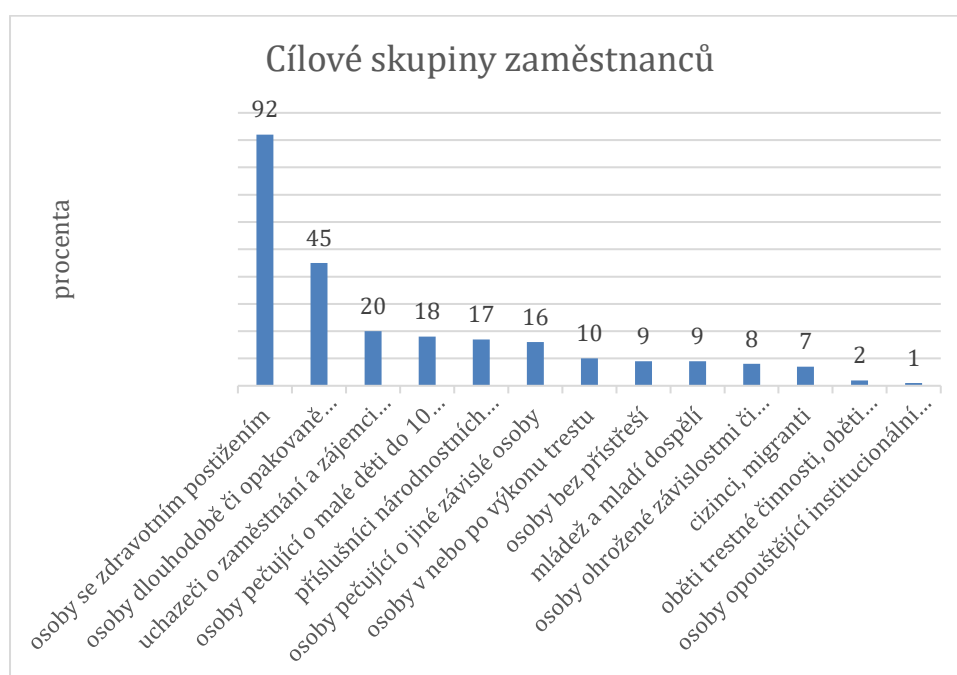
3.3.2 Cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců

V dotazníkovém šetření bylo také zjišťováno, jaké cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců integrační sociální podniky zaměstnávají. Byl dodržen obvyklý postup při sběru dat tohoto druhu, takže respondenti a respondenty mohli zaškrtnout více možností, a pokud některý zaměstnanec patřil do více skupin zároveň, měli vybrat kategorii, která u něho

převažuje. Součet odpovědí přesahuje celkový počet zkoumaných subjektů, protože integrační sociální podniky velmi často zaměstnávají více než jednu cílovou skupinu.

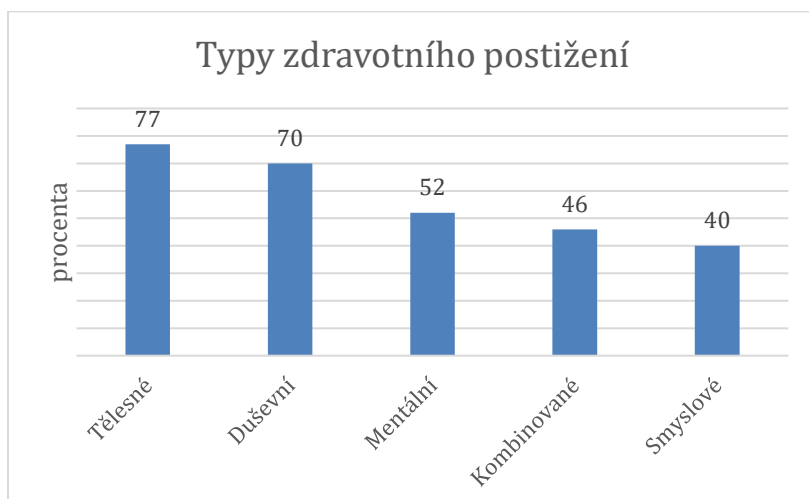
Naprostá většina dotázaných integračních sociálních podniků zaměstnává osoby se zdravotním postižením (92%) a necelá polovina zaměstnává osoby dlouhodobě či opakovaně nezaměstnané (45%). Toto pořadí platilo i v šetření 2019, u obou těchto skupin ale nyní došlo k procentním výkyvům – u osob se zdravotním postižením došlo k navýšení o 9%, kdežto u osob dlouhodobě či opakovaně nezaměstnaných bylo procento jejich zastoupení nižší o 7%. Pětina dotázaných (20%) zaměstnává cílovou skupinu „Uchazeči o zaměstnání a zájemci o zaměstnání a neaktivní osoby ve věku 55–64 let“, tato skupina zaznamenala nárůst o 9% oproti minulému šetření. Obdobný nárůst (o 9%) nastal u skupiny „Osoby pečující o malé děti do 10 let“ (aktuálně 18%). Zastoupení všech znevýhodněných skupin ukazuje Graf 4.

Graf 4: Cílové skupiny zaměstnanců



Co se týče typů zdravotního postižení, podniky nejčastěji zaměstnávají osoby s tělesným postižením (77%), s poměrně malým odstupem následují osoby s duševním onemocněním (70%), a dále osoby s mentálním postižením (52%). Zastoupení dalších typů zdravotního postižení je vidět v Grafu 4.

Graf 5: Typy zdravotního postižení



3.3.3 Srovnání údajů o zaměstnancích ze všech dotazníkových šetření

Společnost P3 – People, Planet, Profit o.p.s. uskutečnila v letech 2013, 2014 a 2015 první celostátní dotazníková šetření mezi sociálními podniky v ČR, přičemž oslovovala zejména sociální podniky v Adresáři, který tehdy spravovala (viz Seznam zdrojů). Tato šetření měla menší rozsah a byla prováděna částečně na dobrovolnické bázi, takže jsou s velkými dotazníkovými šetřeními z let 2019 a 2022 srovnatelná jen velmi částečně. S využitím některých jejich dat je však možné sledovat dlouhodobější trendy, než jsou ty, které porovnávají plně srovnatelná dotazníková šetření MPSV z let 2019 a 2022.

Porovnali jsme v Tabulce 6 některé základní údaje týkající se zaměstnanců, se zaměřením na ty znevýhodněné. Průměrné počty zaměstnanců sociálních podniků dlouhodobě rostly, a to včetně průměrného počtu těch znevýhodněných. Zatímco v roce 2013 byl průměrný počet všech zaměstnanců 15, v roce 2019 byl již 33, tj. více než dvojnásobný. V roce 2022 ovšem došlo k poklesu na 24. Tento trend kopírují údaje o průměrném počtu znevýhodněných zaměstnanců, který z 10 v roce 2013 vzrostl na 29 v roce 2019, což je téměř trojnásobek. V posledních letech pak poklesl na 20 v roce 2022. Z údajů v Tabulce 6 je vidět, že výše průměrných přepočtených úvazků zůstává prakticky stejná. Jak je zmíněno v sekci 3.3.1, pokles mezi roky 2019 a 2022 byl způsoben koronavirovou krizí.

Při sledování změn v zaměstnávání cílových skupin znevýhodněných zaměstnanců se zaměříme na dvě nejvíce zastoupené kategorie. Jedná se o osoby se zdravotním postižením a osoby dlouhodobě nezaměstnané. U dlouhodobě nezaměstnaných se jejich poměr od roku 2013 neustále zvyšoval, pouze v roce 2022 došlo k poklesu oproti roku 2019. Cílová skupina osob se zdravotním postižením byla výrazně zastoupená vždy. Od začátku sledování jejich zaměstnanosti v sociálních podnicích v roce 2013 došlo k mírnému poklesu v následujících dvou letech, jejich podíl ale v roce 2019 značně narostl a v roce 2022 dominuje s 92%. Vysvětlení těchto pohybů lze hledat v ekonomických stimulech státu pro zaměstnávání znevýhodněných osob, jimž se sociální podniky ve snaze o dlouhodobou ekonomickou udržitelnost a snahu o přežití v době ekonomické krize způsobené pandemií do značné míry přizpůsobují. Zjednodušeně řešeno, když sociální podniky mají garantovanou finanční podporu státu podle §78 Zákona o zaměstnanosti pro osoby se zdravotním postižením,

orientují se zejména na jejich zaměstnávání. Se zaměstnáváním osob dlouhodobě nezaměstnaných není spojen jasný finanční stimul, který by byl garantovaný státem, takže s jejich zaměstnáváním jsou podniky opatrnější.

Zůstaňme ještě u osob se zdravotním postižením, resp. u dvou nejvíce zastoupených typů postižení. Po celou dobu sledování byly nejčastěji zaměstnávány osoby s tělesným postižením a jejich podíl rostl. Chceme ale zejména upozornit na dvojnásobný nárůst počtu osob s duševním onemocněním od roku 2014 do roku 2022 (z 33% na 70%). Tento trend kopíruje nárůst počtu duševních onemocnění ve společnosti, na což sociální podniky reagují jejich vyšším zaměstnáváním.

Tabulka 6 Srovnání dotazníkových šetření týkající se zaměstnanců

Srovnání dotazníkových šetření týkající se zaměstnanců	2013	2014	2015	2019	2022
průměrný počet všech zaměstnanců	15	nesledováno	17	33	24
průměrný počet znevýhodněných zaměstnanců	10	nesledováno	13	29	20
průměrný úvazek všech zaměstnanců	nesledováno	nesledováno	0,8	0,67	0,78
průměrný úvazek znevýhodněných zaměstnanců	nesledováno	nesledováno	0,7	0,65	0,64
poměr dlouhodobě nezaměstnaných osob	19%	28%	38%	52%	45%
poměr osob se zdravotním postižením	72%	67%	64%	84%	92%
z toho: osoby s tělesným postižením	nesledováno	48%	50%	80%	77%
z toho: osoby s duševním onemocněním	nesledováno	32%	27%	68%	70%

3.3.3 Profil manažera/manažerky sociálního podniku

Do dotazníkového šetření byla zařazena sada otázek zaměřená na osobu manažera/manažerky, který/á sociální podnik reálně vede. Může a nemusí se jednat o statutárního zástupce organizace. Na základě odpovědí manažerů/manažerek sociálních podniků jsme sestavili jejich profil.

Zastoupení mužů a žen je prakticky stejné (51% žen a 49% mužů). Co se týče věku, ve 42 procentech se jedná o osoby starší padesáti let, 38% jich spadá do kategorie 41 – 50 let a pouhá jedna pětina je mladší (viz Tabulka 7). Dvě třetiny jich mají vysokoškolské vzdělání, třetina středoškolské.

Tabulka 7 Věková kategorie osoby řídící podnik

Věková kategorie této osoby	počet	procenta
do 30	1	1
31-40	20	19
41-50	40	38
50 plus	44	42
CELKEM	105	100

Nejčastější profil manažera/manažerky sociálního podniku je tedy osoba nad 40 let, s vysokoškolským vzděláním a rovným zastoupením mužů a žen. Srovnáme-li výsledky s rokem 2019, hlavním rozdílem je nárůst věkové kategorie 50+ o 10%.

3.4 Ekonomická stránka fungování zkoumaných sociálních podniků

3.4.1 Ekonomická situace sociálních podniků

Tato část popisuje ekonomické údaje zkoumaných sociálních podniků, tj. jaké byly jejich výnosy, zda vykazovaly v posledních dvou ukončených kalendářních letech (2020 a 2021) 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 provozy týkající se sociálního podnikání.

Celkové výnosy¹⁸ zkoumaných sociálních podniků v roce 2021 byly 982,2 mil. Kč (údaje od 102 podniků, viz Tabulka 8). Průměrný celkový výnos byl 9,6 mil. Kč a medián 2,9 mil. Kč. Z důvodů koronavirové krize došlo od roku 2018 ke snížení průměrného výnosu o 3,4 mil. Kč, tj. o 27% (tehdy byl průměrný celkový výnos 13,1 mil. Kč).

Tabulka 8 celkové výnosy v roce 2021

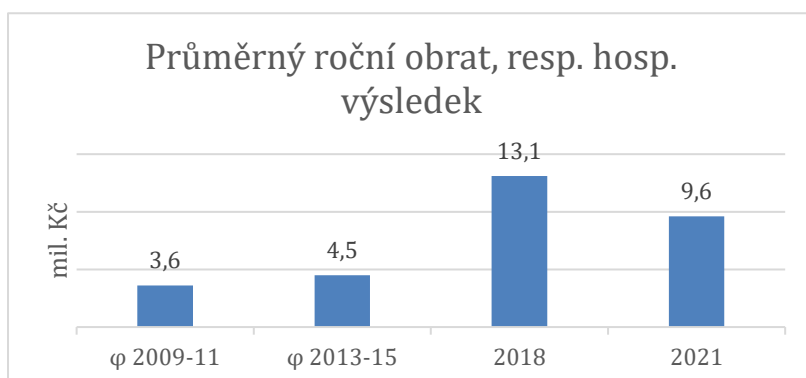
Jaké byly celkové výnosy vašeho sociálního podniku v posledním uzavřeném účetním období?	Celkem v Kč
Součet	982219209
Průměr	9629600
Medián	2901446
počet podniků	102

Ve starších dotazníkových šetřeních je možné nalézt místo průměrného ročního výnosu údaje o obratu, které byly zprůměrovány za 3, resp. 2 roky (pro účely zkoumání trendů lze výnosy a obraty¹⁹ porovnávat). V následujícím grafu vidíme dlouhodobý trend růstu průměrných výnosů sociálních podniků v ČR, i když jak je konstatováno výše, došlo v roce 2021 k jeho poklesu.

¹⁸ Viz <https://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%BDnos> (2022-07-22).

¹⁹ Definice obratu viz: <https://businesscenter.podnikatel.cz/slovnicek/obrat/> (2022-07-22).

Graf 6: Vývoj průměrného ročního obratu, resp. hospodářského výsledku v mil. Kč



Zisk vykázala v roce 2021 necelá polovina zkoumaných sociálních podniků (48%), zhruba nulu 28% a téměř čtvrtina (24%) hospodařila se ztrátou. Jak je vidět v Tabulce 9, podíly za rok 2020 jsou prakticky stejné. Hospodářské výsledky podniků v dotazníkovém šetření 2019 byly lepší – podniků se ziskem bylo o 9% více. Těchto 9% se přesunulo ve stávajícím dotazníkovém šetření do kategorie Zhruba nula.

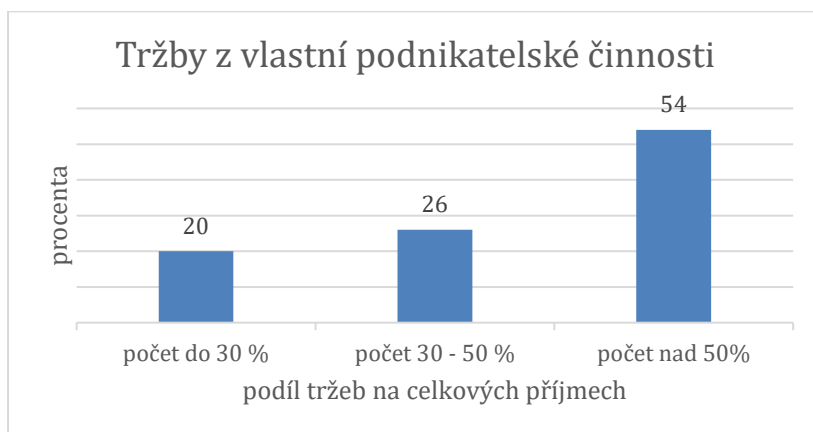
Tabulka 9 Hospodářské výsledky 2020 a 2021

Jaké byly hospodářské výsledky vašeho sociálního podniku	2020		2021	
	počet	procenta	počet	procenta
Zisk	51	48	51	48
Zhruba nula	30	29	29	28
Ztráta	24	23	25	24
CELKEM	105	100	105	100

Pokud podniky za rok 2020 zisk vygenerovaly, šetření zjišťovalo, zda bylo min. 51% tohoto zisku reinvestováno do rozvoje sociálního podniku a/nebo do naplňování jeho deklarovaných společensky prospěšných cílů. Bylo tomu tak u naprosté většiny z nich (96%).

Důležitým kritériem v ekonomickém principu sociálních podniků je procento tržeb z vlastní podnikatelské činnosti, které má být min. 30%. Naplnily ho čtyři pětiny podniků, přičemž 54% mělo tržby z vlastní podnikatelské činnosti nad 50% a 26% je mělo v rozmezí 30% až 50% (viz Graf 7).

Graf 7: Podíl tržeb z vlastní podnikatelské činnosti na celkových příjmech



Součástí celkového obrázku o ekonomické situaci sociálních podniků jsou zdroje jejich financování. Respondenti a respondentky byly požádáni o kvalifikovaný procentní odhad podílu jednotlivých zdrojů financování jejich podniků v roce 2021. Kompletní údaje jsme získali od 95 dotázaných. Tržby, což je nejdůležitější součást jejich vícezdrojového financování, tvořily průměrně 57%. Příspěvky poskytované dle zákona o zaměstnanosti představovaly zhruba pětinu průměrných výnosů a dotace z evropských operačních programů průměrně desetinu. Jak je vidět v Grafu 8, ostatní položky jako úvěry, podpora kraje či obce, jiné vlastní prostředky a sponzorské dary tvořily pouze malý zlomek jejich financování. Sečteme-li tržby z vlastní podnikatelské činnosti s příspěvky ze zákona o zaměstnanosti, které nejsou v pravém slova smyslu dotacemi, protože se jedná o platbu státu za integraci osob se zdravotním postižením na trh práce, dostaneme se na 77% příjmů z vlastní činnosti. Výsledky ze šetření 2019 jsou téměř stejné (tehdy byl tento součet 79% a dílčí hodnoty se lišily maximálně o jeden procentní bod). Před třemi lety byl tento závěr překvapením, ale nyní je již jasné, že sociální podniky si na svou činnost většinou vydělají a dotace jsou pouze doplňkovým zdrojem jejich příjmů.

Graf 8: Zdroje financování v roce 2021



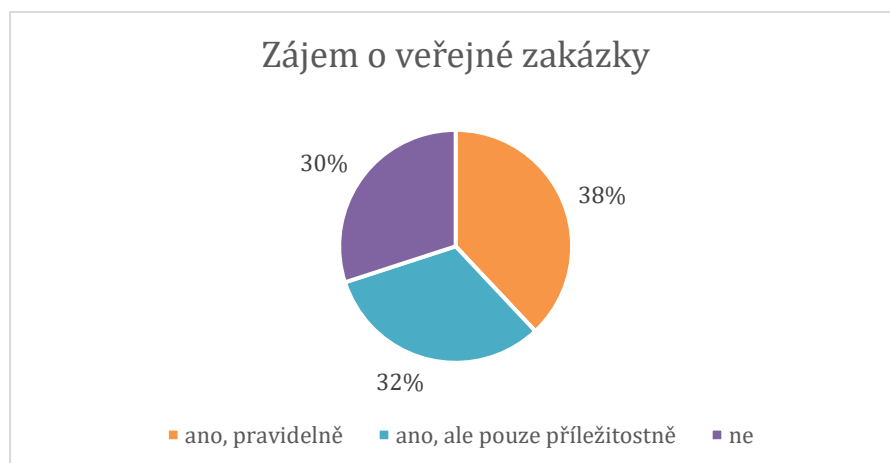
Podniky byly dotázané, zda by měly zájem o bezúročný úvěr z programu S-podnik, který poskytuje MPSV ve spolupráci s Národní rozvojovou bankou. Téměř polovina odpovědí (48%) byla kladných, pětina podniků (21%) neměla zájem a zbytek nevěděl.

3.4.2 Veřejné zakázky

Dotazníkové šetření se opětovně věnovalo situaci v zadávání veřejných zakázek. Po konzultaci s oddělením veřejných zakázek na MPSV byla tato část dotazníku zachována ve stejném rozsahu a se stejnými otázkami jako v roce 2019.

80% podniků považuje veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmů a má zájem dodávat veřejnému sektoru své zboží a služby. 38% jich má zájem o to, aby se veřejné zakázky staly zdrojem pravidelných příjmů a 32% zdrojem příležitostných příjmů (viz Graf 9). Deklarovaný zájem o veřejné zakázky ve srovnání s minulým šetřením poklesl o 12%, došlo zejména ke snížení počtu odpovědí „ano příležitostně“ o 9%.

Graf 9: Považujete veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmu vašeho sociálního podniku, chtěli byste dodávat veřejnému sektoru?



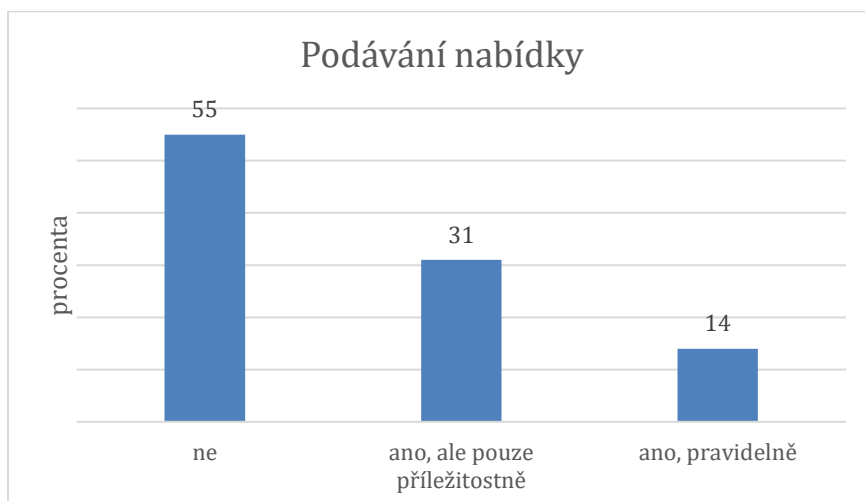
Zjišťovali jsme důvody nezájmu o veřejné zakázky (viz Tabulka 10). Nejvíce dotázaných z těch, kteří se o ně nezajímají (43%), zvolilo odpověď „naše činnost není toho druhu, abychom ji mohli nabízet veřejné správě“ (v roce 2019 tuto odpověď zvolilo o 21% více dotázaných). Počet podniků, které si myslely, že nemají co veřejné správě nabídnout, se tedy snížil o pětinu. Naopak podíl respondentů a respondentek, kteří vůbec nemají o veřejné zakázky zájem, stoupl o 13% (ze 3% na 16%). Jedním z možných vysvětlení těchto posunů může být malá rozlišovací schopnost těchto dvou odpovědí („nemáme co nabízet...“ a „nemáme zájem“, takže respondenti a respondentky formulovali ve stávajícím šetření odpověď jinak). Ostatní podniky volily odpovědi, které poukazují na bariéry v této oblasti – zejména se jedná o nedostatek času (11%) případně administrativní bariéry (7%) nebo přesvědčení, že organizace veřejného sektoru o ně nemají zájem (7%), případně neposkytují potřebnou podporu (7%).

Tabulka 10 Důvody nezájmu o veřejné zakázky

Proč ne?	počet	procenta
naše činnost není toho druhu, abychom ji mohli nabízet veřejné správě	19	43
nemáme o to zájem	7	16
nemáme na to lidi, aby připravovali nabídky (nemáme čas)	5	11
neumíme to technicky, administrativně	3	7
obáváme se, že organizace veřejného sektoru o nás nemají zájem	3	7
chybí nám podpora od zadavatele	3	7
nevěříme, že bychom uspěli	0	0
jiné – prosím specifikujte	4	9
CELKEM	44	100

Více než polovina podniků (55%) nemá žádnou zkušenost s podáváním nabídky ve veřejných zakázkách, 31% z nich podalo nabídku příležitostně a pouze 14% dotázaných sociálních podniků podává nabídky pravidelně (viz Graf 10). Ve srovnání s rokem 2019 došlo k poklesu o 10% z kategorie odpovědí „ano příležitostně“ do kategorie „ne“.

Graf 10: Podávali jste už někdy nabídku veřejnému sektoru?



U těch, kteří už nějakou zkušenost s podáváním veřejných zakázek mají (66 dotázaných sociálních podniků), dominovaly dva typy podávání nabídek a oba byly zastoupeny stejně. Jednalo se o nabídku na přímé oslovení / objednávku a nabídku na zakázku menšího rozsahu, tj. do 2 mil. Kč (v obou případech se jednalo o 28 dotázaných, tj. 43%). S nabídkou do zadávacího řízení na veřejnou zakázku, tj. nad 2 mil. Kč, mělo zkušenost pouze 10 podniků (15%).

Ze skupiny podniků, které mají s podáváním veřejných zakázek alespoň nějaké zkušenosti, jich 47 (71%) odpovědělo na otázku, zda se jim daří veřejné zakázky získávat. Necelé polovině z nich (20), se veřejné zakázky získávat nedaří. 27 podnikům se to naopak daří, z toho ovšem dvaceti čtyřem příležitostně a pouze třem pravidelně. Alespoň nějakou zakázku tedy získalo celkem 27 (57%) ze 47 zkoumaných sociálních podniků, které někdy nabídku podaly. V šetření 2019 byla úspěšnost v podávání nabídek 71%, je však třeba mít na paměti, že v obou šetřeních odpovědělo na tuto otázku relativně málo respondentů a respondentek, což snižuje vypovídací hodnotu výsledků.

Na otázku, jaké byly důvody neúspěchu, odpovědělo celkem 24 dotázaných podniků. Deset jich uvedlo, že důvody neúspěchu neznají, 7 neuspělo kvůli ceně, 2 z důvodů procesních nebo technických nedostatků v nabídce (viz Tabulka 11)

Mezi volnými odpověďmi (5 případů) podniky jako příčinu neúspěchu uváděly, že zakázky nebyly přizpůsobené pro sociální podniky (byl by vhodný menší rozsah, na kratší období), v jednom případě 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 s veřejnou správou v oblasti veřejných zakázek.

Tabulka 11 Jaké byly důvody neúspěchu?

Jaké byly důvody neúspěchu?	počet	procenta
nevíme	10	42
cena	7	29
jiné – prosím specifikujte	5	21
procesní nebo technické nedostatky v nabídce	2	8
CELKEM	24	100

Podniky měly odhadnout, kolik procent z jejich tržeb činí přibližně dodávky veřejnému sektoru za rok. Jak je vidět z Tabulky 12, nejčastěji (70%) se jednalo o částky menší než 5% tržeb.

Tabulka 12 Kolik % z vašich tržeb činí přibližně vaše dodávky veřejnému sektoru za rok?

Kolik % z vašich tržeb činí přibližně vaše dodávky veřejnému sektoru za rok	počet	procenta
do 5 %	33	70
5–30%	13	28
více než 30%	1	2
CELKEM	47	100

Na otázku „Jaká je vaše zkušenost se spoluprací s veřejným sektorem v oblasti veřejných zakázek?“ odpovědělo 43 dotázaných. Více než čtvrtina z nich (26%) přitom uvádí, že jejich zkušenost je naprosto minimální, a tudíž je pro ně obtížné spoluprací s veřejným sektorem v oblasti veřejných zakázek hodnotit. I přes omezené zkušenosti většina sociálních podniků nějaké hodnocení uvedla. Spíše pozitivní zkušenost má 14 podniků (33%, z toho ovšem pouze 1 zkušenost je jednoznačně skvělá), smíšenou zkušeností má 12 podniků (28%) a negativní zkušenost 17 podniků (39%, z toho několik podniků dokonce velmi špatnou).

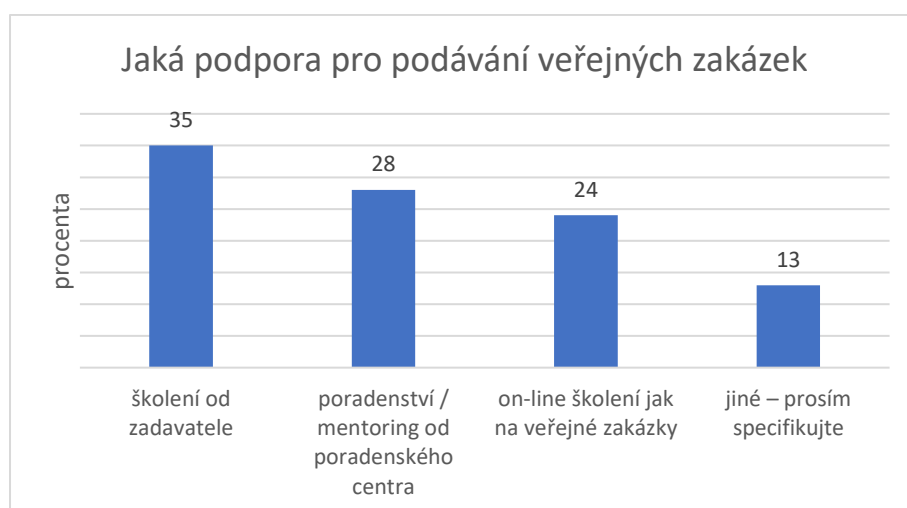
V rámci pozitivních ohlasů podniky zmiňují spolehlivost státní správy jako odběratele a dlouhodobost spolupráce, pokud se jí ovšem podaří navázat. Ve většině případů toto ale právě představuje problém – i v rámci pozitivních zkušeností většina podniků psala, že veřejná zakázka je pro ně zatím byla ojedinělá a že se úřady zdráhají veřejné zakázky přizpůsobené potřebám sociálních podniků vypisovat.

Právě nedostatek adaptace veřejných zakázek na potřeby sociálních podniků (např. ve formě zmenšení velikosti zakázky, vyhrazení zakázky pro zaměstnavatele s více než 50% osob se zdravotním postižením apod.) je pak velmi častou příčinou negativního hodnocení ze strany dotázaných. V mnoha případech jde také o přetrvávající důraz na cenu jako rozhodující kritérium, ve kterém sociální podniky často nemohou konkurovat komerčním subjektům. Podniky zmiňují také administrativní náročnost veřejných zakázek, jejich těžkopádnost, a neznalost specifik sociálních podniků ze strany státní správy. Několik respondentů a respondentek uvádělo, že podle jejich zkušenosti je o výsledku soutěže už předem rozhodnuto a oni figurují v celém procesu pouze jako „stafáž“.

Podniky se smíšenou zkušeností sdílely kritiku ohledně důrazu na cenu jako hlavní kritérium výběru – vnímají pozitivně, když se jim podaří veřejnou zakázku získat, po ekonomické stránce je ale nakonec její přínos často sporný, protože byly v nabídce nuceny cenově konkurovat klasickým komerčním subjektům.

Respondenti a respondentky odpovídali na otázku, o jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru by měli zájem (viz Graf 11). Nejčastější odpovědí bylo školení od zadavatele (35%), poradenství / mentoring od poradenského centra (28%) a on-line školení jak na veřejné zakázky (13%). Na poradenské centrum by se obrátilo o 6% méně dotázaných než v roce 2019. V možnosti „jiné“ uvedlo několik podniků, že by ocenily zveřejňování přehledu o aktuálních veřejných zakázkách, např. ve formě jejich regionální databáze. Podniky by také uvítaly administrativní podporu, případně finanční podporu na pomoc agentury / osoby, která by jim se zpracováním zakázky pomohla. Samozřejmě by podniky ocenily také větší motivovanost úřadů vyjít při vypisování zakázek vstříc jejich potřebám – možnost opakovaně zmiňovaná již u předchozích otázek.

Graf 11: O jakou podporu či pomoc v oblasti podávání nabídek veřejnému sektoru byste měli zájem?



Veřejné zakázky jsou komplikovaným tématem jak samy o sobě, tak i ve vyhodnocení tohoto dotazníkového šetření. Zaslouží si tudíž krátké shrnutí. Čtyři pětiny dotázaných sociálních podniků považují veřejné zakázky za perspektivní zdroj příjmů, přičemž přes polovinu z nich má zájem dodávat veřejnému sektoru své zboží a služby pravidelně a méně než polovina příležitostně. Ze všech dotázaných jich ale přes polovinu s podáváním zakázek zkušenosti nemá, třetina podává nabídky jen příležitostně a pouze 14% pravidelně. Pokud se výběrových řízení zúčastnily, jednalo se v 85% případech o přímou objednávku nebo o zakázku menšího rozsahu (stejným poměrem). 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. Alespoň nějakou zakázku získalo přes polovinu sociálních podniků, které někdy nabídku podaly. Nejčastěji (70%) se jednalo o částky menší než 5% tržeb. Na tomto místě tedy můžeme v souladu se všemi daty zopakovat závěry ze šetření 2019, že zkoumané sociální podniky mají o veřejné zakázky zájem, ucházejí se ale pouze o menší zakázky, v nichž bývají relativně úspěšné. Pokud by se jim dostalo podpory “na míru” od zadavatele nebo poradenského centra, zvýšilo by to velmi pravděpodobně četnost i úspěšnost jejich nabídek. S jistou dávkou zobecnění lze říci, že se v obou šetřeních potvrdilo, že i když sociální podniky mají o veřejné zakázky velký zájem a velmi často je vyzdvihují jako vítaný zdroj příjmů, což se objevuje i v různých částech tohoto šetření, reálně toho nedělají dost pro to, aby tuto možnost mohly začít využívat. Je třeba hledat cesty a odstraňovat bariéry jak na straně veřejných zadavatelů, tak i na straně sociálních podniků.

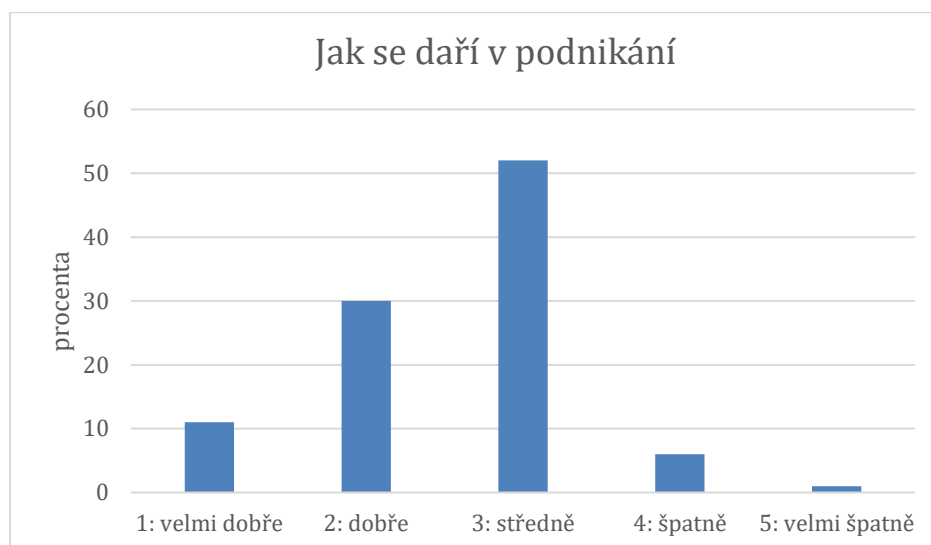
3.5 Jak se daří zkoumaným sociálním podnikům

3.5.1 Jak sociální podniky vnímají samy sebe

Tato část pojednává o tom, 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.

Dotázaní hodnotili na sestupné škále 1 až 5, jak se jim v sociálním podnikání celkově daří (nejlepší ohodnocení bylo 1, nejhorší 5). Více než polovina (52%) zvolila střední hodnotu, s velkým odstupem následovala odpověď „dobře“ (30%). Jedenácti procentům podniků se vede velmi dobře, šesti procentům špatně a jednomu procentu velmi špatně (viz Graf 12). Kladné odpovědi tedy volilo 41% dotázaných sociálních podniků, 7% hodnotilo svou situaci negativně a přes polovinu jich zvolilo střední hodnotu. Ve srovnání s rokem 2019 ubylo kladných odpovědí, hodnocení se přesunulo zejména do středu.

Graf 12: Jak se vaší organizaci celkově daří v sociálním podnikání?



90% dotázaných sociálních podniků se veřejně hlásí k tomu, že jsou sociálním, resp. společensky prospěšným podnikem. Navazovala na to otevřená otázka „V jakých situacích je pro vás výhodné nebo nevýhodné hlásit se k tomu, že jste sociální (společensky prospěšný) podnik?“, kde mohli více popsat svou situaci. Na tuto otázku odpovědělo 88 podniků, přičemž ale 7 podniků rovnou uvedlo, že toto nejsou schopni vyhodnotit, případně neví, co na takovou otázku odpovědět.

Ze zbylých odpovědí (81 podniků) zhruba pětina podniků (22%) 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. „Hlásíme se v každé situaci, že jsme sociálním podnikem, a to se všemi důsledky. Jsme na to hrdí.“

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 často nevýhodné. Většina podniků má pak zkušenosti smíšené. Zkušenosti s ohlasy například ze strany zákazníků jsou přitom velice různorodé – zatímco pro některé podniky jsou to hlavně jejich zákazníci, komu svoje veřejně prospěšné cíle komunikují (a zákazníci je kvůli nim

upřednostňují), část podniků naopak uvádí, že pro jejich zákazníky nehrají tyto cíle vůbec žádnou roli.

Téměř polovina podniků (43%) tak volí 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 jednání s donory – 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. Jak píše jeden z dotázaných: „Ke společenskému principu se hlásíme, když je to pro nás marketingově výhodné. S přihlášením k těmto principům pracujeme velmi opatrně.“

Menší část podniků pak záměrně svou společenskou prospěšnost nekomunikuje prakticky vůbec, 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 uvádí, že komunikace jejich sociálního rozměru nemá na jejich činnost prakticky žádný vliv, takže tuto otázku neřeší.

Z hlediska převažující zkušenosti zhruba třetina podniků uvádí, že ta pozitivní převažuje, a naopak jen velmi málo podniků (3) má pouze negativní zkušenost. Nejčastější tedy je, jak již bylo řečeno, zkušenost smíšená – v závislosti na kontextu. Jak píše jeden podnik, „pro business subjekty jsme příliš sociální a pro sociální subjekty jsme příliš komerční. Náš cíl je být právě prostředníkem mezi nimi.“ Pozice sociálních podniků tedy není snadná, zároveň to ale není nutně vnímáno negativně – jak je vidět z uvedeného citátu, osvěta ohledně tématu sociálního podnikání či obecněji veřejné prospěšnosti je mnoha podniky vnímána jako součást jejich práce, případně přímo jako jejich poslání.

Ve srovnání s minulým šetřením každopádně mírně klesl počet podniků, které se ke svému sociálnímu statusu hlásí vždy, a naopak výrazně vzrostl počet podniků, které se v tomto ohledu chovají pragmaticky, a ke svým veřejně prospěšným principům se hlásí jen tam, kde jim to přijde smysluplné či užitečné.

Průzkum se věnoval také tomu, jaké jsou nejsilnější a nejslabší stránky dotázaných sociálních podniků. Respondenti a respondentky vybírali ze škály 9 možností své silné stránky a mohli zvolit 3 další, které nebyly v nabídce uvedené. Stejným způsobem vybírali i své slabé stránky. Obě škály byly převzaty z dotazníkového šetření 2019, takže výsledky jsou plně srovnatelné.

Co se týče silných stránek, dotázané sociální podniky si nejvíce cení svých velkých zkušeností s prací s cílovou skupinou / se znevýhodněnými zaměstnanci. Na druhém místě se umístila odpověď Jsme schopni pružně reagovat na potřeby zákazníků, s nepatrným odstupem následovaná odpověďmi Výrazně přispíváme ke zvýšení kvality života našich znevýhodněných zaměstnanců a Nabízíme nadstandardně kvalitní výrobky / služby. Dvě z těchto odpovědí se tedy týkají sociálního cíle sociálních podniků, tj. jejich schopnosti integrace znevýhodněných zaměstnanců, a další dvě se týkají jejich podnikání se zaměřením na pružnou reakci na potřeby trhu a kvality jejich nabídky. Podniky si také cení svých stabilních dodavatelsko-odběratelských vztahů. Méně početné odpovědi jsou uvedené v Tabulce 13. Ve srovnání s výsledky roku 2019 nedošlo prakticky k žádným změnám. Jediné, co stojí za zmínku, je pětiprocentní snížení u schopnosti pružně reagovat na potřeby zákazníků. V rámci možnosti „jiné“ uvedly podniky například rodinnou atmosféru, prostor pro seberealizaci či silné know-how ve svém oboru.

Tabulka 13 Tři nejsilnější stránky

Prosím vyberte 3 nejsilnější stránky Vašeho sociálního podniku	počet	procenta
máme velké zkušenosti s prací s cílovou skupinou / se znevýhodněnými zaměstnanci	60	19
jsme schopni pružně reagovat na potřeby zákazníků	49	16
výrazně přispíváme ke zvýšení kvality života našich znevýhodněných zaměstnanců	47	15
nabízíme nadstandardně kvalitní výrobky/služby	45	15
máme stabilní dodavatelsko-odběratelské vztahy	38	12
jsme napojení na místní komunitu	23	7
aktivně podporujeme místní život (pořádání akcí apod.)	18	6
šíříme povědomí o sociálním podnikání a přispíváme k jeho dobrému obrazu u veřejnosti	14	5
aktivně spolupracujeme s jinými sociálními podniky	9	3
jiné, prosím specifikujte:	7	2
CELKEM	310	100

Nejčastěji zmiňovanou slabou stránkou byl nedostatek peněz na dlouhodobější investice, následovaný nedostatkem kapacit na propagaci a marketing a chronickou přetížeností vedoucích pracovníků / pracovnic. Další slabé stránky včetně procent jsou v Tabulce 14. Opět zde můžeme konstatovat, že výsledky jsou velmi podobné těm z roku 2019. Sociální podniky tedy mají i nadále prakticky stejné problémy jako všechny 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 (možnost „jiné“ využilo u této otázky 17 podniků) se pak objevily následující témata: další specifické finanční problémy – například přílišná závislost na příspěvcích z Úřadu práce, rostoucí náklady související s aktuální inflací a krizí na Ukrajině apod.; chybějící kapacity (ať už ve formě nedostatku kvalifikovaných zaměstnanců, nedostatku času na vzdělávání či omezených prostor pro provoz); problémy se zaměstnanci (nižší efektivita práce); neúměrná byrokracie, a obecněji také tlak tržního systému a nutnost cenově konkurovat komerčním subjektům (například ceny bio potravin ve srovnání s konvenční produkcí).

Tabulka 14 Tři nejslabší stránky

Prosím vyberte 3 nejslabší stránky Vašeho sociálního podniku	počet	procenta
nemáme peníze na dlouhodobější investice	57	20
nemáme dostatečné kapacity na propagaci a marketing	44	15
vedoucí pracovníci / pracovnice jsou chronicky přetíženi	34	12
neúměrně nás zatěžuje administrativa související se získáváním veřejných prostředků (granty, příspěvky z Úřadu práce apod.)	28	10
máme nedostatek pracovníků	27	9
neumíme dobře nabízet své výrobky/služby	21	7
chybí nám systematické finanční řízení	19	7
jsme příliš závislí na grantech	18	6
jsme ve vleku operativních problémů	14	5
trápí nás rychlá fluktuace zaměstnanců	13	4
jiné, prosím specifikujte	17	5
CELKEM	292	100

Otázku „Jak své potíže v tuto chvíli řešíte?“ zodpovědělo 93 zkoumaných podniků (89% ze všech respondentů a respondentek). Část odpovědí se týkala více oblastí zároveň, mezi získanými odpověďmi bylo několik hlavních témat. Jedním z nejdůležitějších jsou samozřejmě finance – zde se často objevuje strategie shánění dodatečných zdrojů (12 podniků), specificky shánění investičních zdrojů (8 podniků) případně obecněji půjček (3 podniky). Část podniků také explicitně čeká na vypsání nové výzvy na podporu sociálních podniků ze strany MPSV. Další oblastí, kde se podniky snaží, je aktivní navazování spolupráce (9 podniků), snaha o zapojení veřejnosti, případně zvýšená komunikace na sociálních sítích (6 podniků). V oblasti svojí činnosti se podniky snaží o zkvalitnění svojí nabídky zboží a služeb (6 podniků) a zkvalitnění interních procesů (6 podniků). Podniky také ve zvýšené míře vyhledávají externí poradenství (7 podniků). V zaměstnanecké oblasti pak podniky věnují větší péči shánění nových zaměstnanců (12 podniků), zapojení dobrovolníků (7 podniků) a internímu vzdělávání (7 podniků). Část podniků také řeší zvýšený tlak na vrcholový management větším zapojením zaměstnanců na nižších pozicích do rozhodování a do zodpovědnějších rolí (5 podniků).

Část podniků (15) pak uvedlo, že své problémy řeší operativně, podle aktuální situace – často tak, že méně akutní problémy odsouvají na později, případně na neurčito. Část podniků prostě „maká“, případně své problémy zvládají „těžko“. Zbylá část podniků vnímá provozní problémy jako logickou a nevyhnutelnou součást svého fungování, kterou „neřeší“.

Nejvíce dotázaných podniků ohodnotilo svou situaci středovou hodnotou, tj. ani dobře, ani špatně, a oproti minulému šetření se část hodnocení přesunula do středu. Když se veřejně hlásí ke konceptu sociálního podnikání, mají s reakcí okolí smíšené zkušenosti. Nejčastěji podle jejich výpovědí převažuje pragmatický přístup, tj. dělají to jen tehdy, když jim to přijde smysluplné či užitečné. To, jak vnímají své klady a zápory, je v souladu se zjištěními z roku 2019.

3.5.2 Jak sociální podniky reagují na krize

Do dotazníkového šetření byly přidány dvě otázky zaměřené na dopad pandemie COVID-19. Otázky byly převzaty ze samostatného dotazníkového šetření k situaci sociálních podniků v době koronavirové krize, které MPSV realizovalo v roce 2020. Sběr dat probíhal v květnu 2020 a v té době ještě nikdo netušil, že se jedná pouze o první část tohoto obtížného období. Koronavirové dotazníkové šetření tehdy zachytilo počáteční reakci sociálních podniků. Respondentů a respondentek ve stávajícím dotazníkovém šetření jsme se ptali na to, jak jejich sociální podniky přizpůsobily této situaci své chování. V obou případech měli možnost volby více odpovědí a každý dotázaný v průměru zvolil dvě opatření, které jejich podnik zavedl.

Dotázané sociální podniky nejčastěji omezily své provozní náklady (31%) a investice a rozvojové záměry (29%). Pětina se rozhodla výrazně omezit, zrušit nebo pozastavit některé podnikatelské činnosti až do stabilizace trhu. Pouze 11% šlo cestou snížení mezd nebo zkrácení úvazků zaměstnancům. Žádná omezení nemuselo provést 8% dotázaných sociálních podniků (viz Tabulka 15). Ve srovnání s výsledky odpovědí v květnu 2020, kdy kovidová krize byla v počáteční fázi, se zvýšil o 7% podíl odpovědí na omezení, zrušení nebo pozastavení některých podnikatelských činností; o 9% se snížil podíl sociálních podniků, které šly cestou snížení mezd nebo zkrácení úvazků zaměstnancům; a o 6% se snížil podíl respondentů a respondentek, kteří šli cestou omezení investic a rozvojových záměrů.

Z těchto dat, na nichž je ještě navíc vidět posun situace za 2 roky, je zřejmé, že se dotázané sociální podniky snaží přednostně o to, aby redukovaly zbytečné náklady, protože jim jde o zachování pracovních míst svých znevýhodněných zaměstnanců. Pokud docházelo k jejich propouštění, bylo to děláno v nezbytné míře tak, aby byl zachován chod sociálního podniku. Došlo tedy k omezování některých jejich podnikatelských činností a investic, čímž z dlouhodobého hlediska oslabují naplňování svého ekonomického cíle.

Tabulka 15 V důsledku dopadů pandemie jste byli nuceni

V důsledku dopadů pandemie jste byli nuceni	počet	procenta
omezit provozní náklady	65	31
omezit investice a rozvojové záměry	60	29
do stabilizace trhu výrazně omezit, zrušit nebo pozastavit některé podnikatelské činnosti	43	21
snížit mzdy nebo zkrátit úvazky zaměstnancům	23	11
omezení se nás netýkala	17	8
CELKEM	208	100

Co se týkalo konkrétních opatření, která dotázané sociální podniky provedly, jednalo se o relativně širokou škálu. Pětina (22%) jich uskutečnila organizační změny. Dále podniky uplatňovaly opatření zaměřená na zaměstnance – 15% zavedlo home-office a 13% přistoupilo ke zkrácení pracovních úvazků. Četnost využití dalších opatření je vidět v Tabulce 16. Ve srovnání s výsledky koronavirového šetření 2020 došlo ke dvěma zajímavým posunům – o 10% stoupl počet podniků, které navýšily kapitál (vklady společníků nebo členů), a o 7% se snížil podíl těch, kteří změnili byznys model nebo nabízejí jiné produkty či služby. V rámci odpovědi „jiné“ uvedly některé podniky, že dotovaly provoz ze soukromých zdrojů blízkých

osob (ve formě finančních půjček, ale také volného času, resp. neplacené práce rodinných příslušníků apod.), jeden podnik vyhlásil na svou podporu veřejnou sbírku.

Tabulka 16 Konkrétní opatření, která jste provedli

Konkrétní opatření, která jste provedli	počet	procenta
organizační změny	53	22
home-office	36	15
zkrácení pracovních úvazků	32	13
usilovali jsme o prodloužení splatnosti faktur, splátkové kalendáře apod.	26	11
čerpáme úvěry, půjčky	26	11
navýšili jsme kapitál (vklady společníků nebo členů)	26	11
omezili jsme benefity zaměstnancům	21	9
změnili jsme byznys model nebo nabízíme jiné produkty či služby	10	4
jiné	9	4
CELKEM	239	100

Sociální podniky se obvykle zapojují v těžkých dobách do pomoci společnosti, což bylo prokázáno i v koronavirovém šetření. Tehdy se zjistilo, že dvě třetiny dotázaných v této krizi aktivně pomáhalo svému okolí a znevýhodněným zaměstnancům. Toto zjištění jsme chtěli ověřit i v souvislosti se stávající krizí, která se týká války na Ukrajině a přílivu uprchlíků do ČR. Do dotazníkového šetření přibyla nová otázka, zda se jejich sociální podnik nějak zapojil do pomoci společnosti v souvislosti s válkou na Ukrajině. Přes polovinu respondentů a respondentek (52%) odpovědělo na tuto otázku kladně.

Konkrétní formy pomoci přitom zahrnují celou škálu aktivit, kterých jsme byli svědky i na úrovni celé společnosti. Většina podniků věnovala finanční prostředky, případně zorganizovala samostatnou sbírku, jejíž výtěžek pak podniky poslaly některé ze zavedených pomáhajících organizací. Část podniků přímo zaměstnala ukrajinské uprchlíky, poskytla ubytování či ho pomohla zprostředkovat, poskytla slevy na své produkty či přímo poskytovala např. jídlo zdarma skupině potřebných. Podniky se aktivně zapojovaly do organizace pomoci ve své lokalitě, organizování kulturních akcí, poskytování podpory v poradenských či mateřských centrech, která pomáhala uprchlíkům. Některé podniky se podílely i přímo na dopravě (např. hendikepovaných) uprchlíků z Ukrajiny.

Většina podniků přitom kombinovala více zmíněných druhů podpory, což v praxi vypadalo například takto: „Finanční sbírka mezi zaměstnanci, (spolu)pořádání kulturních akcí na podporu uprchlíků, zajištění ubytování a tlumočení pro uprchlické rodiny v naší obci, rekonstrukce nevyužívaných prostor s cílem změnit je na bytové jednotky pro uprchlické rodiny, nabídka zaměstnání pro ukrajinské uprchlíky a zprostředkování zaměstnání v jiných sociálních podnicích v okolí.“ Většina podniků tak využila ve prospěch ukrajinských uprchlíků všechny možné stávající kapacity – v případě chráněné kavárny například takto: „Příprava jídla – snídaně, obědy, večeře pro ukrajinské uprchlíky - až 30 osob denně. Zajištění potravinové pomoci pro některé rodiny, psychologická pomoc ve spolupráci s ukrajinskou psycholožkou.“

I přes vlastní problémy, které podniky dlouhodobě zmiňují ve výzkumech (viz tato sekce), i přes těžkosti v nedávném covidovém období, tedy našla většina sociálních podniků kapacity na zapojení do aktuálního dění, které se většinou více či méně dotýká oblasti jejich společensky prospěšných cílů.

3.6 Ekosystém

Sociální podniky potřebují mít pro své fungování podpůrné prostředí, aby mohly plnit svou funkci. Toto prostředí, jemuž se říká ekosystém sociálního podnikání, má celou řadu vymezení. Pro účely dotazníkového šetření je členěno na následující části:

- právní rámec
- přístup k financím
- přístup k trhu
- specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání
- sítě a vzájemně podpůrné mechanismy
- věda a výzkum.

Toto schéma včetně jeho podrobnějšího členění bylo zvoleno již v dotazníkovém šetření 2019, takže odpovědi lze dobře porovnat. Respondenti a respondentky odpovídali na otázky, 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. Dotázaní 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. Počty a procenta odpovědí jsou zobrazeny v Tabulce 18.

Právní rámec

Nejvíce podniků, tj. 39% si přeje lepší podmínky příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním. Prosazení legislativní definice sociálních podniků, kam patří i zákon o sociálním podnikání, pak považuje za přínosné 27% dotázaných. 17% podniků by ocenilo, kdyby byl vytvořen strategický a akční plán rozvoje sociálního podnikání v ČR a pouhých 9% považuje za důležité zavedení centrálního registru sociálních podniků. V kategorii „jiné“ podniky zmiňovaly legislativní ukotvení větší podpory pro sociální podniky ve veřejných zakázkách, lepší ukotvení environmentálního principu v definici sociálního podniku, či (spíše administrativní než legislativní) zjednodušení přístupu např. k investičním či obecněji dotačním projektům či půjčkám. Od roku 2019 nedošlo v názorech respondentů a respondentek prakticky k žádným změnám.

Přístup k financím

Třetina dotázaných považuje za důležité pokračovat v dotacích z evropských fondů. Na stejné úrovni je zájem o zavedení dotací krajů / obcí, což se překvapivě zvýšilo za poslední 3 roky o 8%. Reálně zatím dotace rozdělují pouze 2 kraje, což nenaplnjuje očekávání sociálních podniků účastnících se tohoto šetření. 15% dotázaných by ocenilo rozšíření veřejné podpory i na neintegrační sociální podniky. Zájem o lepší podmínky poskytování zvýhodněných úvěrů má 11% dotázaných. Došlo zde k poklesu o 6 procentních bodů, což je pravděpodobně dáno tím, že v mezidobí začal fungovat program S-podnik s nabídkou výhodných úvěrů specificky pro sociální podniky. V rámci kategorie „jiné“ se podniky i v této oblasti vracely k veřejným zakázkám – uváděly, že kraje a obce by měly služeb sociálních podniků více využívat, a zejména obce by měly mít větší zájem na fungování sociálních podniků ve své lokalitě. Environmentální sociální podniky uváděly, že byly vyloučeny z podpory v rámci programu S-podnik – a že by tato měla být na (neintegrační) environmentální SP rozšířená.

Přístup k trhu

Rozvoji sociálního podnikání v sekci Přístup k trhu by nejvíce pomohla podle třetiny dotázaných osvěta mezi zadavateli veřejných zakázek. Přes čtvrtinu jich má zájem také o propagační akce pro sociální podniky (např. veletrh sociálních podniků, networkovací akce s podnikatelským sektorem). Katalog s nabídkou zboží / služeb sociálních podniků považuje za důležitý více než pětina dotázaných podniků a desetina zvolila položku Školení sociálních podniků, jak podávat nabídky do veřejných zakázek. Ve srovnání s rokem 2019 nedošlo ke změnám v názorech. V kategorii „jiné“ se podniky opět vracely k veřejným zakázkám – podpoře informovanosti veřejné správy v této oblasti, lepšímu nastavení veřejných zakázek apod. Podniky by také uvítaly větší obecnou osvětu, která by jim usnadnila fungování na trhu – například i vůči komerčnímu sektoru, se kterým by některé podniky rády spolupracovaly.

Specializované služby a podpora pro rozvoj podnikání

Rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky považuje za důležité 42% dotázaných, což je nejvíce ze všech položek ekosystému, a je to totožné s výsledky šetření v roce 2019. Je vidět, že zájem o poradenství pro stávající podniky, na něž bylo toto šetření zaměřeno, je enormní. Pětina podniků zvolila podporu měření dopadu sociálních podniků. Podle 16% je třeba podporovat rozvoj poradenství při přípravě a rozjezdu sociálních podniků a podporu formou inkubátorů zvolilo 14% dotázaných. Rozložení odpovědí je prakticky stejné jako před 3 lety. Odpovědi v kategorii „jiné“ v tomto případě zahrnovaly více možností – nejčastěji by podniky ocenily nějakou podporu finanční soběstačnosti, konkrétněji např. rozvoj podpůrných finančních nástrojů, případně lepší informovanost o dotačních titulech či administrativní podporu v této oblasti. Část podniků také zmiňovala obecnější proměnu ekonomického systému, např. ve formě jiného přístupu k práci.

Sítě a vzájemně podpůrné mechanismy

Na prvním místě s 28% přetrvává podpora regionálních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů a čtvrtina dotázaných podniků má zájem o podporu národní sítě sociálních podniků z veřejných zdrojů. Potřebu většího sdílení zkušeností mezi sociálními podniky navzájem si vybralo 23% respondentů a respondentek.²⁰ Pětina podniků má zájem o zavedení nezávislé certifikace/značky kvality sociálních podniků. V rámci položky „jiné“ podniky uvedly možnost podpory nadnárodní sítě sociálních podniků (např. na úrovni EU) a širší podporu spolupráce mezi sociálními a komerčními subjekty (aby se sociální podniky nepohybovaly jen ve svojí „bublině“).

Výzkum a vzdělávání

Na prvním místě se v tomto bloku umístilo s 29% rozšíření výuky o sociálním podnikání na VŠ, ale téměř stejně dotázaných chce podporovat vzdělávání žáků na toto téma na SŠ. Vzdělávání dospělých, kteří chtějí začít sociálně podnikat, považuje za důležité čtvrtina dotázaných. Rozdíly mezi tím, koho je třeba vzdělávat o sociálním podnikání, tedy nejsou velké. K jediné změně, která stojí za zmínku, došlo u výzkumných projektů akademické sféry o sociálním podnikání. Tuto položku zvolilo o 5% více dotázaných než před 3 lety. I v rámci položky „jiné“ se nejčastěji objevovalo téma spolupráce sociálních podniků ve výzkumných projektech (například specificky ve výzkumu dopadů sociálních podniků na životní prostředí) – podniky mají o účast ve výzkumu zájem, ale musely by mít pro svoje zapojení specifickou

²⁰ I když jde v tomto případě o pouhé tříprocentní zvýšení, které nikde jinde ve zprávě nezmiňujeme, zde děláme výjimku, protože došlo ke změně pořadí.

podporu, jinak pro ně není taková aktivita provozně reálná. Ocenily by také větší podporu stáží a osvětu jak specificky, např. ve skupině státních úředníků, tak obecněji v řadách široké veřejnosti.

Tabulka 17 Co by nejvíce pomohlo rozvoji sociálního podnikání

PRÁVNÍ RÁMEC	počet	procenta
lepší podmínky příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním	67	39
prosazení legislativní definice sociálních podniků	46	27
vytvoření strategického a akčního plánu rozvoje sociálního podnikání v ČR	30	17
zavedení centrálního registru sociálních podniků	15	9
jiné – prosím specifikujte	13	8
CELKEM	171	100

PŘÍSTUP K FINANCÍM	počet	procenta
pokračování dotací z evropských fondů (např. výzva ESF č. 129)	60	34
zavedení dotací krajů / obcí	58	33
rozšíření veřejné podpory i na neintegrační sociální podniky	26	15
lepší podmínky poskytování zvýhodněných úvěrů	19	11
jiné – prosím specifikujte	12	7
CELKEM	175	100

PŘÍSTUP K TRHU	počet	procenta
osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek	54	32
propagační akce pro sociální podniky (např. veletrh sociálních podniků, networkovací akce s podnikatelským sektorem)	47	27
katalog s nabídkou zboží / služeb sociálních podniků	37	22
školení sociálních podniků, jak podávat nabídky do veřejných zakázek	18	11
jiné – prosím specifikujte	14	8
CELKEM	170	100

SPECIALIZOVANÉ SLUŽBY A PODPORA PRO ROZVOJ PODNIKÁNÍ	počet	procenta
rozvoj poradenství pro již fungující sociální podniky	68	42
podpora měření dopadu sociálních podniků	34	21
rozvoj poradenství při přípravě a rozjezdu sociálních podniků	25	16
rozvoj inkubátorů pro sociální podniky	22	14
jiné – prosím specifikujte	11	7
CELKEM	160	100

SÍTĚ A VZÁJEMNĚ PODPŮRNÉ MECHANISMY	počet	procenta
podpora regionálních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů	46	28
podpora národní sítě sociálních podniků z veřejných zdrojů	39	24
větší sdílení zkušeností mezi sociálními podniky navzájem	38	23
zavedení nezávislé certifikace/značky kvality sociálních podniků	36	22
jiné – prosím specifikujte	6	3
CELKEM	165	100

VÝZKUM A VZDĚLÁVÁNÍ	počet	procenta
rozšíření výuky o sociálním podnikání na VŠ	45	29

vzdělávání žáků na SŠ o sociálním podnikání	43	27
vzdělávání dospělých, kteří chtějí začít sociálně podnikat	38	24
výzkumné projekty akademické sféry o sociálním podnikání	21	14
jiné – prosím specifikujte	10	6
CELKEM	157	100

Co se týče celkového pohledu na ekosystém sociálního podnikání v ČR, mezi respondenty a respondentkami výrazně vede zájem o poradenství pro stávající podniky. Toto je důležité zdůraznit, protože jinými slovy lze situaci popsat tak, že dotázané podniky potřebují poradenství a jejich potřeby jsou větší než stávající nabídka. Obdobně výrazný je požadavek na zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním. Minulé dotazníkové šetření přineslo stejná zjištění, tyto nedostatky tedy lze označit za dlouhodobé: potřeby sociálních podniků jsou známé, ale zůstávají chronicky neuspokojené. Na předních příčkách jsou také položky týkající se financování sociálních podniků, jako je už zmiňovaný požadavek na zlepšení podmínek příspěvků na zaměstnávání osob se znevýhodněním, pokračování dotací z evropských fondů a osvěta o sociálním podnikání mezi zadavateli veřejných zakázek. Z výsledků je vidět rostoucí potřeba regionální podpory sociálních podniků, ať už se jedná o zavedení dotací krajů / obcí nebo větší sdílení zkušeností mezi sociálními podniky navzájem. Stále trvá velký zájem o podporu regionálních a národních sítí sociálních podniků z veřejných zdrojů.

4. Diskuze a interpretace výsledků

Dotazníkové šetření nám přináší vhled do situace sociálních podniků, kterou jsme soustavně porovnávaly při interpretaci dat s jejich situací před třemi roky. V mezidobí těchto tří let se udála pandemie COVID-19, která negativně ovlivnila poměry v celém podnikatelském sektoru, sociální podniky nevyjímaje. V této sekci chceme poukázat na některá zajímavá zjištění, jevící se trendy a případně otevřít diskuzi k vybraným neuralgickým bodům situace sociálních podniků v ČR.

Když porovnáme data o zaměstnanosti a hospodářských výsledcích mezi roky 2018 a 2021, je jasné, že došlo k jejich značnému poklesu. Průměrný počet zaměstnaných se zmenšil z 33 na 24, tj. o 9, obdobně znevýhodněných zaměstnaných z 22 na 13, tj. také o 9. Průměrný celkový výnos se snížil o 27%, počet podniků hospodařících se ziskem poklesl téměř o desetinu. Šetření tedy prokázalo, že i když integrační sociální podniky stále realizují jak svůj hlavní společensky prospěšný cíl, kterým je zaměstnávání a integrace znevýhodněných osob, tak i ekonomický cíl, tj. dlouhodobou ekonomickou udržitelnost zajišťovanou prodejem zboží a služeb, při naplňování obou těchto nejdůležitějších cílů došlo ke snížení měřitelných ukazatelů.

Tato čísla nejsou příznivá, je ale důležité, jak je budeme interpretovat. K tomu je potřeba zmínit dvě důležité skutečnosti. První z nich je to, že více než polovina sociálních podniků dlouhodobě působí v gastroslužbách, které byly pandemií COVID-19 velmi silně zasažené. Druhým faktem je, že sociální podniky neměly v době koronakrizy žádnou specifickou podporu, která by jim pomohla překlenout toto těžké období. Většina sociálních podniků dělala, co mohla, aby udržela svou činnost, protože jim jde nejvíc ze všeho o udržení pracovních míst pro své znevýhodněné zaměstnance a zaměstnankyně a plnění své integrační funkce. Pokud víme, k ukončení činnosti sociálních podniků docházelo pouze v ojedinělých případech (i když systematické sledování v tomto ohledu není k dispozici). To, že se udržely, stále fungují a zvládají veškeré krize dnešní turbulentní doby, jim lze připsat k dobru. Navíc zkoumané podniky ani nehodnotí svou celkovou situaci v podnikání negativně; polovina dotázaných umístila svůj podnik doprostřed škály a téměř třetina zvolila hodnotu „celkem dobře“. Bylo by zajímavé porovnat dopad koronavirové krize na sektor sociálních podniků s dopadem na celý sektor malých a středních podniků, takové srovnání však přesahuje rámec této zprávy.

Dobrou zprávou je poměr zdrojů financování, kdy tržby z vlastní podnikatelské činnosti tvořily průměrně 57% všech příjmů. Sečteme-li tento údaj s příspěvkem dle Zákona o zaměstnanosti, dostaneme se na 77% příjmů z vlastní činnosti. Dotace pak tvořily pouhou desetinu průměrných příjmů. Potvrdilo se tím zjištění ze šetření 2019, že sociální podniky si na svou činnost většinou vydělají a dotace pro ně představují pouze doplňkový zdroj příjmů. Můžeme nastolit ještě jednu otázku do diskuze, a tou je vztah sociálních podniků k čerpání dotací na jejich činnost, resp. rozvoj. Obecně panuje přesvědčení, že sociální podniky nejsou schopné se samy uživit a že by jen chtěly čerpat dotace. Jak je opakovaně vidět z výsledků šetření, není to pravda. Navíc čerpání dotací podnikatelským sektorem je běžnou praxí a Ministerstvo průmyslu a obchodu ani sami podnikatelé na tom nevidí nic špatného. Na tento typ dotací ale sociální podniky téměř nedosáhnou. Existuje zde dlouhodobě dotační titul na vznik a rozvoj integračních sociálních podniků z Evropského sociálního fondu, který je důležitý zejména pro ty, kteří se sociálním podnikáním začínají. Nabízí se otázka, zda by nemělo existovat více

dotáčnických titulů, aby měly sociální podniky možnost žádat operativně o menší částky na různé formy svého rozvoje, a to při menší administrativní náročnosti.

Blok otázek na veřejné zakázky v podstatě potvrdil zjištění z minulého šetření. Dotázané podniky mají o veřejné zakázky velký zájem – čtyři pětiny dotázaných podniků je považují za perspektivní zdroj příjmů, realita je ovšem odlišná. Více než polovina dotázaných se o zakázky neuchází a pravidelně podává nabídky jen 14% z nich. Alespoň nějakou veřejnou zakázku získalo přes polovinu sociálních podniků, které někdy nabídku podaly, většinou se ale jednalo o příležitostné zakázky na malé částky. S trochou zjednodušení lze říci, že sociální podniky mají ohledně veřejných zakázek velká očekávání, ale samy nedělají moc pro to, aby se tato očekávání naplnila. Jedná se o zdánlivý rozpor a je potřeba hledat nové cesty jak na straně zadavatelů, tak i na straně sociálních podniků, které by pomohly tento nenaplněný potenciál lépe využít.

Je zde ještě jedno téma, na které se v této části zaměříme. Díky porovnání řady průzkumů o integračních sociálních podnicích v ČR se podařilo vysledovat dlouhodobé trendy v zaměstnávání znevýhodněných osob. Průměrný počet všech zaměstnaných včetně těch znevýhodněných od roku 2013 setrvale rostl a v roce 2019 byl více než dvojnásobný. K tomu dlouhodobě rostly i průměrné výnosy na úrovni jednotlivých podniků. V roce 2021 došlo k poklesu, který souvisel s dopadem koronavirové krize. Co se týče zaměstnávání znevýhodněných osob, je chování sociálních podniků ovlivněno jednak celkovou situací ve společnosti (např. rostoucí podíl jejich zaměstnanců s duševním onemocněním), jednak ekonomickými stimuly státu (dominantní podíl zaměstnanců se zdravotním postižením, jejichž nižší výkonnost je kompenzována příspěvky z Úřadu práce). Sociální podniky svým chováním aktivně reagují na potřeby společnosti a stát tím, jak nastavuje podmínky pro jejich fungování, může ovlivňovat, jaké znevýhodněné cílové skupiny budou integrační sociální podniky zaměstnávat. Bylo by dobré tyto nástroje analyzovat a cíleně využívat k naplňování státních politik.

Poslední komentář se týká vztahu krajů a sociálního podnikání. Výsledky dotazníkového šetření včetně jejich srovnání s rokem 2019 naznačují rostoucí zájem sociálních podniků o propojení jednak v rámci svého regionu, jednak v rámci krajů, v nichž působí. Vzrostl zájem o poskytování dotací kraji nebo obcemi a o síťování. Tato ukotvenost v místě jejich působení se objevovala nejvíce v odpovědích na volné otázky a v odpovědích typu „Jiné, prosím specifikujte“. To, jak sociální podniky pomáhaly svému okolí v době pandemie COVID-19 nebo jak se tomu děje nyní při pomoci uprchlíkům z válkou zasažené Ukrajiny, je ukázkovým příkladem naplňování jejich společensky prospěšných cílů, které z daleka vždy nesouvisí jen s jejich hlavní funkcí integrovat znevýhodněné zaměstnance na trh práce. Potenciál sociálního podnikání je zkrátka větší než to, jaký jej společnost vnímá.

5. Závěr

Dotazníkové šetření přináší aktualizaci statistických údajů o segmentu sociálních podniků v ČR. Většina otázek byla převzata z tzv. velkého dotazníkového šetření MPSV v roce 2019, které bylo rozšířeno o otázky týkající se reakce sociálních podniků na příliv uprchlíků z Ukrajiny zasažené válkou a na koronavirovou krizi (otázky ohledně dopadů koronaviru byly převzaty z tzv. koronavirového dotazníkového šetření MPSV z jara 2020). Stávající šetření nebylo propojeno s aktualizací Adresáře a Katalogu, takže ochota podniků odpovídat byla menší, což ovlivnilo i kvalitu zpracovávaných dat. Ve zprávě je kromě výsledků letošního šetření uvedeno také porovnání s výsledky předešlých šetření (zejména šetření z roku 2019; tam, kde to bylo možné z hlediska srovnatelnosti, i se staršími dotazníkovými šetřeními z let 2013–2015). Srovnáním názvů organizací zapojených do obou šetření jsme zjistily, že přes polovinu podniků ve stávajícím šetření odpovídalo také na otázky v roce 2019.

Při srovnávání letošních výsledků se šetřením 2019 lze konstatovat, že došlo k poměrně výraznému snížení počtu osob zaměstnaných v sociálních podnicích a zhoršení ekonomické situace sociálních podniků. Byla vyhodnocována data z roku 2021, na nichž se plně projevil negativní vliv koronavirové krize. Ostatní výsledky jsou si při srovnávání velmi podobné a rozdíly byly většinou zanedbatelné. V textu zprávy jsme na patřičných místech komentovaly rozdíly od 5% výše, kterých ale bylo relativně málo. Znamená to, že sektor sociálních podniků je vcelku stabilní a názory manažerů a manažerek sociálních podniků jsou konzistentní.

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

Nejvíce dotázaných podniků ohodnotilo svou celkovou situaci středovou hodnotou, tj. že se jim nedaří ani dobře, ani špatně. Oproti minulému šetření se část původně kladných hodnocení přesunula do středu. Mezi své silné stránky řadily dotázané podniky schopnost integrace znevýhodněných zaměstnanců, pružnou reakci na potřeby trhu a kvalitu své nabídky. Nejčastěji se vyskytujícími slabými stránkami byl nedostatek peněz na dlouhodobější investice, nedostatek kapacit na propagaci a marketing a chronická přetíženost vedoucích pracovníků / pracovnic. Jejich přetíženost a nedostatek času je dlouhodobým jevem, který se objevuje ve všech dotazníkových šetřeních. Když se dotázaní veřejně hlásí ke konceptu sociálního podnikání, mají s reakcí okolí převážně smíšené zkušenosti. V praxi se většinou chovají pragmaticky, tzn. hlásí se k sociálnímu podnikání tehdy, když jim to může přinést výhody. Svě potíže řeší zejména tím, že shánějí dodatečné finanční zdroje, aktivně navazují spolupráci, snaží se o zapojování veřejnosti, o zkvalitnění svojí nabídky zboží a služeb a o zlepšování interních procesů.

Výsledky dotazníkového šetření prokázaly, že sociální podniky si s těžkostmi dokáží poradit, jsou stabilní, reagují na aktuální společenskou poptávku a umí ji řešit. V době psaní této zprávy roste inflace, ceny energií a nastupuje ekonomická krize, takže za těchto okolností je na místě vyjádřit obavy z dalšího poklesu jejich hospodářských výsledků. Sociální podniky vstupují do tohoto složitého období již oslabené dopadem pandemie COVID-19 a pokud se jim nedostane pomoci zvenčí, je zde riziko, že přestanou být schopné naplňovat svůj společensky prospěšný cíl. Na závěr jim popřejme, aby společnost dokázala ocenit jejich

přínosy a aby sociální podniky dokázaly zvládnout s pomocí všech svých důležitých stakeholderů nadcházející ekonomickou krizi.

Seznam zdrojů

ČSÚ. 2019. Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE). Český statistický úřad. Dostupné na https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickyh_cinnosti_cz_nace (2022-07-22)

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/Qg64ny> (2022-07-22)

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 (2022-07-22)

MPSV. 2020. Vyhodnocení dotazníkového šetření k situaci sociálních podniků v době koronavirové krize. Dostupné na: https://ceske-socialni-podnikani.cz/images/pdf/Vyhodnocen_dotaznkovho_eten_korona.pdf

MPSV. 2019. Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR 2019. Dostupné na: https://ceske-socialni-podnikani.cz/media/com_form2content/documents/c1/a2570/f239/Vyhodnoceni_dotaznikove_setreni_2019.pdf

6. Seznam příloh

6.1 Tabulka principů integračního sociálního podniku dle MPSV

6.2 Popis způsobu vyhodnocení identifikátoru

6.3 Dotazník

6.4 Oblast podnikání zkoumaných sociálních podniků podle CZ-NACE

6.5 Tabulka: Přihlášení se k principům sociálního podnikání v základacích dokumentech a na webu