

JAK PODPOROVAT SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ NA KRAJSKÉ ÚROVNI?

HOW TO SUPPORT SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AT THE REGIONAL LEVEL?

Mirka Wildmannová

Abstract

Social enterprises are becoming a powerful and effective tool for the employment of disadvantaged people in the labour market and are an effective tool of state and local governments in the fight against social exclusion, rising unemployment and segregation of excluded localities. The Czech Republic is among the countries that discover the benefits of social entrepreneurship, especially at the regional level.

The paper aims at identifying the support provided the social enterprises in the individual regions in the Czech Republic. The aim of the paper is to contribute to the discussion on recommendations for possible tools to promote social entrepreneurship at regional or municipal level. The research was carried out by analysing web sites of individual regions in the Czech Republic and by conducting interviews with public administration employees and representatives of social enterprises. The survey showed that each region in the Czech Republic approaches social enterprise in another way, there is no uniform support from the ministries. This is mainly attributed to the non-existent law on social entrepreneurship. Also, there is no clear agreement on the part of the entrepreneurs about possible support from the state administration, either at the regional or municipal level.

Key words: social entrepreneurship – public administration – labour market – social policy

JEL Code: L31, M14

Úvod

Česká republika patří k zemím, které objevují potencionální přínos sociálních podniků. Neziskový sektor se zatím netransformuje na jiné právní subjekty a zákon o sociálním podnikání je v připomínkovém řízení. Zkušenosti ze zahraničí s rozvinutým sektorem sociální ekonomiky (Itálie, Švédsko, Francie, Finsko atd.) jednoznačně identifikují pozitivní dopady

sociálního podnikání na národní hospodářství, veřejnou ekonomiku a celou společnost.(Defourny, 2004, Wildmannová, 2017)

Stabilita sociálních podniků je vyžadována ve dvou dimenzích, a sice zda je toto podnikání schopno přežít v dlouhodobém horizontu a zda si udrží zamýšlenou rovnováhu sociálního přínosu a úspěchu na trhu v průběhu času. Přežití a růst jsou klíčovými motivátory pro každou organizaci. Zaměření a charakter sociálního podniku je průběžně ovlivněn finančními možnostmi a tlakem na životní prostředí. Sociální podniky jsou organizace, které jsou poháněny sociálními úkoly a aplikují tržní strategie k dosažení sociálních či environmentálních účelů.(Gidron, 2012)

Od sociálních podniků je na jedné straně požadováno dosažení obchodního úspěchu, na druhé straně naplnění stanovených sociálních cílů s demokratickou účastí, přičemž je nutné udržení jejich stability v průběhu času a dodržení hranice, kdy je podnik sociálním a současně je schopen udržet se na trhu. (Gidron, 2012)

Příspěvek si klade za cíl identifikaci možných podpor, které sociálním podnikům poskytují jednotlivé kraje v České republice. Jak bylo řečeno, zákon o sociálním podnikání je v připomínkovém řízení a kraje nemají možnost se opřít o legislativu. Jedním z kritérií sociálního podnikání je regionální úroveň – jak v zaměstnanosti, tak využívání regionálních produktů. To je impulsem pro kraje, aby této problematice věnovaly zvýšenou pozornost a podpořily vhodnými nástroji možnosti pro vznik a rozvoj tohoto druhu podnikání.

1 Sociální podnikání

Ve většině případů jsou sociální podniky svojí členskou základnou, klientelou a užítky zaměřené na lokální, případně regionální úroveň. Předpokladem je využití místních zdrojů (monetárních nebo nemonetárních). Předpokladem pro dobrou regionální politiku a ekonomiku je podle Korimové (2010) uskutečnění primárního výzkumu na regionální úrovni, který bude zaměřený na analýzu demografického vývoje, pracovní sílu, lidský kapitál nebo konkurenční výhody regionu.

Jak uvádějí Faltejsková a Dvořáková (2010), úspěch sociálního podniku souvisí s měřením spokojenosti klienta a jeho vlivu na sociální kapitál a růst. Sociální přidanou hodnotu můžeme vnímat jako zhodnocení a přírůstek lidského kapitálu. Z pohledu sociálního auditu, který je zaměřen na měření spokojenosti klienta a spokojenosti dodavatele (stakeholderů a donátorů finančních prostředků), můžeme vnímat komplexnost cílů v souladu

s posláním. Podle Hunčové (2007) se při podpoře sociálního podnikání nemusíme obávat o konkurenceschopnost tržní ekonomiky, protože právě účast aktérů sociální ekonomiky na lokálním a regionálním trhu posilňuje a stabilizuje tržní ekonomiku v daném prostoru a čase.

Podle Haláskové (2010) se způsoby, kterými by mohl stát podporovat sociální ekonomiku, bez toho, aby narušil jejich autonomii a udržitelnost jsou následující:

- Příznivé vládní a politické prostředí,
- Daňové úlevy z titulu neziskové účasti na trhu (spojené s tzv. redistribucí zisku, který je významnou částí používanou na dosažení užítku příslušných neziskových aktivit),
- Uvolnění prostoru pro fungování nevládní sítě neziskových finančních institucí (např. nadace, vzájemné podpůrné spolky), které se účastní sociální ekonomiky,
- Poskytnutí vládních garancí,
- Podpora prostřednictvím vládních zakázek a parametrických dotací poskytováním „vládních investic do rozjezdu“.

V současné době je v ČR v přípravě paragrafové znění zákona o sociálním podnikání. Společně s přípravou tohoto zákona je v přípravě Strategie rozvoje sociálního podnikání v České republice, který připravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu. Připravovaný zákon o sociálním podnikání se týká především malých a středních podniků. Zákon má dopady jak na veřejné rozpočty, tak podnikatelské prostředí. Zákon o sociálním podnikání nemá vytvářet novou právní formu, pouze stanoví znaky, které bude muset splňovat podnikající fyzická nebo právnická osoba, která bude chtít využívat statusu sociálního podniku, resp. integračního sociálního podniku a výhod z tohoto statusu plynoucích.

Vytvoření právního prostředí pro sociální podnikání přispěje k rozvoji sociální ekonomiky. Právní regulace sociálních podniků a následné zakotvení konkrétních výhod pro tyto podniky podpoří iniciativu jednotlivců a komunit zakládat sociální podniky s cílem aktivně řešit problémy v jejich obcích a regionech. Rozvoj sociálních podniků přispěje i k zaměstnání osob znevýhodněných na trhu práce a řešení problémů spojených s chudobou a sociálním vyloučením. V neposlední řadě může jasné legislativní ukotvení znaků sociálních podniků usnadnit rozhodování finančních institucí, zda těmto podnikům poskytovat za určitých zvýhodněných podmínek finanční podporu, např. půjčky, úvěr (Chorum, 2014). Finanční instituce bývají v tomto ohledu podnikání neznalé a začínající sociální podnikatelé bez historie a bez záruk jsou pro banky rizikovými klienty. (Ministerstvo pro lidská práva, rovné příležitosti a legislativu, 2016)

2 Metodologie a cíl

V současné době neexistuje oficiální databáze sociálních podniků, nemůže tedy přesně určit, které podniky jsou sociální, které se k tomuto statutu hlásí. Naopak můžeme mít v systému podniků také organizace, které vyvíjí činnost a splňovaly by kritéria sociálního podniku, ale nehlásí se k tomuto typu. Můžeme se jen subjektivně domnívat, jaké to může mít důvody – např. je to nezisková organizace a nechce se překlomit z hlediska účetnictví, chce si zachovat svoji neziskovost, nebo o projektu sociálního podnikání nemá povědomí. Jediná databáze, ze které můžeme v našem šetření vycházet, je seznam institucí na serveru České sociální podnikání, který vznikl na základě projektu a který spravuje TESSEA (Tématická síť pro sociální ekonomiku). V rámci šetření pro tento výzkum se potvrdily počáteční domněnky o tom, že některé subjekty uvedené v databázi na serveru České sociální podnikání se k tomuto typu činnosti nehlásí. Po oslovení sociálních podniků z tohoto seznamu byly zjištěny nepřesnosti v informacích. Asi 50% oslovených podniků se podle jejich tvrzení vůbec k sociálnímu podniku nehlásí a v mnohých případech také neví, že jsou na seznamu České sociální podnikání. Seznam navíc neobsahuje některé významné sociální podniky, jak je např. občanské sdružení Nový prostor, přičemž tato firma byla zařazena do knihy „Sociální podnikání 10 úspěšných příkladů z Evropy“. (Asmalovskij a Sadílek, 2016).

Cílem příspěvku je identifikace podpor, které sociálním podnikům poskytují jednotlivé kraje v České republice. Článek si také klade za cíl přispět k diskusi o doporučení možných nástrojů, jak podporovat sociální podnikání na krajské nebo municipální úrovni. Výzkum byl proveden jednak analýzou webových stránek jednotlivých krajů v České republice a zároveň řízenými rozhovory se zaměstnanci státní správy a představiteli sociálních podniků. Byla provedena rešerše webových stránek všech třinácti krajů v České republice (vyjma Prahy) a řízené rozhovory v deseti podniku, které byly náhodně vybrány v Jihomoravském kraji. Většina těchto podniků jsou členy Komory sociálních podniků. Komora sociálních podniků je zájmovým sdružením sociálních podniků, reprezentuje platformu spolupráce schopnou poskytnout přidanou hodnotu a impuls k rozvoji prostředí zaměřeného na sociální inovace, speciálně na sociální podnikání. Komora sociálních podniků aktivně působí v sociálním podnikání a napomáhá prosazování jeho principů do života, připomínkuje vznikající zákon o sociálním podnikání, provádí vzdělávací a publikační činnost.

3 Diskuse

Mnohé kraje mají často ve spolupráci s vybranou podpůrnou organizací vypracovaný dokument o spolupráci podporující sociální podnikání. Jedná se např. o Memorandum o spolupráci v Jihomoravském kraji. Mezi existencí tohoto dokumentu či podpořené organizace a počtem sociálních podniků nelze vidět žádnou spojitost. Tyto dokumenty o spolupráci jsou také podepsány v dalších krajích (Moravskoslezský kraj, Zlínský kraj, potom také v krajích, kde není počet sociálních podniků tak vysoký (Karlovarský kraj, Liberecký kraj, Plzeňský kraj). Otázkou je, zda je to způsobené krátkou dobou spolupráce nebo nesprávnou či nedostatečnou formou podpory.

Tabulka 1: Vybrané aktivity krajů České republiky v oblasti sociálního podnikání

	Počet sociálních podniků	Dokument o spolupráci	Popularizace	Ocenění	Dotace krajského úřadu	Míra nezaměstnanosti (v %)
Jihočeský kraj	10		ano		ano	2,75%
Jihomoravský kraj	21	ano	ano	ano		4,65%
Karlovarský kraj	4	ano	ano			3,97%
Kraj Vysočina	12		ano	ano	ano	3,48%
Královehradecký kraj	11	ano	ano			2,73%
Liberecký kraj	2	ano	ano			4,06%
Moravskoslezský kraj	21	ano	ano	ano	ano	6,19%
Olomoucký kraj	16		ano			4,35%
Pardubický kraj	7		ano		ano	2,64%
Plzeňský kraj	8	ano	ano	ano		2,53%
Středočeský kraj	19		ano		ano	3,33%
Ústecký kraj	16		ano	ano	ano	6,35%
Zlínský kraj	15	ano	ano			3,51%

Zdroj: vlastní zpracování dle www.ceske-socialni-podnikani.cz ke dni 25.9.2017, Úřad práce ČR

Oblastí podpory sociálního podnikání, ve které se shodlo všech 13 krajů, je vzdělávání v sociálním podnikání. V ČR není ani jeden kraj, který by nezorganizoval workshop nebo seminář na téma sociálního podnikání. Organizace seminářů je prvním krokem k osvětě připravovaného zákona a také k toku informací, které plynou na toto téma k veřejnosti, obcím, ziskovému a neziskovému sektoru.

Celkově pět krajů každoročně uděluje ocenění za sociální podnikání a společenskou odpovědnost (Národní informační portál o CSR). Mezi kraje, které udělují tuto cenu, patří Jihomoravský kraj, Kraj Vysočina, Moravskoslezský kraj, Plzeňský kraj a Ústecký kraj. Tato cena může být motivací a ovlivnit další sociální podnikatele k lepším výsledkům svého podnikání a podpořit jejich aktivitu v této oblasti.

Šest krajů má vypsanou dotaci, o kterou mohou žádat sociální podniky. Jedná se většinou o kraje s větším či středním počtem sociálních podniků (Jihočeský, Moravskoslezský, Pardubický, Středočeský, Ústecký kraj a kraj Vysočina). Z příkladů ze zahraničí je zřejmé, že finanční podpora sociálních podniků v jeho rané fázi je nadměru významná. Z tohoto hlediska je podpora krajů nedostatečná, neboť jeden z klíčových zdrojů pro rozvoj sociálního podnikání je finanční podpora pro nastartování sociálního podnikání velmi důležitá.

Jednou z otázek, kterou si klademe je, jaká je možná příčina rozdílného počtu sociálních podniků v jednotlivých krajích (Karlovarský kraj – 4 podniky, Moravskoslezský kraj – 21 podniků). Jednou z příčin může být i míra nezaměstnanosti. Mezi kraje s nejvyšší mírou nezaměstnanosti řadíme Ústecký kraj, následně Moravskoslezský kraj. Ve skupině nad 4% nezaměstnaných osob spadá Jihomoravský, Liberecký a Olomoucký kraj. Při porovnání ukazatelů počtu sociálních podniků a mírou nezaměstnanosti v určitém kraji zjistíme, že ve většině případů platí, čím vyšší nezaměstnanost, tím více sociálních podniků (kromě Libereckého kraje, kde jsou pouze dva sociální podniky). To je jen jedno z kritérií, které může mít vliv na rozdílný počet podniků v jednotlivých krajích. Další z možných kritérií jsou zdravotně postižení, kteří nemusí být v registru Úřadů práce, práci hledají (jsou jednou ze zaměstnávaných skupin sociálních podniků), ale nejsou v žádném systému dohledatelní.

4 Podpora sociálního podnikání

Na základě analýzy jednotlivých kritérií v krajích a rozhovorů s aktéry sociálního podnikání můžeme navrhnout některé nástroje, které jsou v některých krajích úspěšně zavedeny a fungují a které lze nazvat jako příklady dobré praxe s možností přenositelnosti do jiného kraje.

- **Podpora aktivit na získávání a prohlubování znalostí sociálního marketingu**

Většina komerčních podniků působí na anonymním trhu a tento trh rozhoduje, jestli bude mít úspěch nebo ne. Tzv. sociální marketing je definován jako „přiblížení výrobců spotřebitelům a vytvoření přímých vazeb, které řeší problémy nabídky výrobků a služeb v reakci na

poptávku na širším trhu“ (Lorenz, 2010). Z rešerše dostupných zdrojů a z rozhovorů se stakeholdery sociálního podnikání v Jihomoravském kraji nebyla nikde zmínka o seminářích a workshopech v oblasti sociálního marketingu. Jako jedna z navrhovaných možností je iniciovat organizaci těchto seminářů a školení, na kterých se zástupci existujících sociálních podniků vyškolí v oblasti sociálního marketingu a tak mají možnost zvýšit svoji šanci uspět na trhu.

- **Organizace stáží v sociálních podnicích**

Další ze způsobů podpory vzniku a rozvoje sociálního podniku může být organizace stáží přímo v sociálních podnicích. Stáže by se mohli týkat na jedné straně budoucích potenciálních sociálních podnikatelů (v tom případě by se jednalo o stáž u vyššího postaveného zaměstnavatele/majitele sociálního podniku), na druhé straně by měla být tato stáž zajištěna i u studentů a absolventů z cílových skupin sociálního podnikání.

- **Nákup zboží a služeb pro potřeby Krajského úřadu (veřejných institucí)**

Jedním ze způsobů podpory sociálních podniků může nákup zboží či využívání služeb sociálních podniků. Kraj nakupuje ročně velké množství výrobků a služeb, pokud bychom nakupovali tyto výrobky a služby společensky odpovědně, budou mít sociální podniky zajištěn odběr a činnost.

Krajský úřad Jihomoravského kraje již pro řadu svých činností využívá externí dodavatele – především sociální podniky. Zde jsou některé činnosti, které kraj nakupuje od sociálních podniků:

- Výroba, kompletování a distribuce originálních reklamních předmětů,
- Tiskařské a grafické služby,
- Provozování místního občerstvení a zajištění občerstvení při akcích na úřadu (podpora regionálních potravin, zdravé stravy)
- Úklid prostor,
- Konzultace a specifické zakázky pro IT (funkce pro lepší orientaci pro ZTP),
- Květinářské a zahradnické služby,
- Automobilový servis firemních vozidel.

- **Pronájem nebytových prostor**

Kraj by mohl zvýhodnit sociální podniky v přístupu k nebytovým prostorům, které pronajímá. Tyto uspořené finanční prostředky by mohly sociální podniky investovat do rozšíření své výroby nebo do zvýšení lidského kapitálu svých zaměstnanců.

- **Zřízení a provozování online poradny**

Z rozhovorů se zástupci sociálních podniků vyplynulo, že mnozí z nich by již u počátku podnikání a dále v jejím průběhu potřebovali odbornou pomoc a poradenství v oblasti podnikání, marketingu, získávání zdrojů atd. Krajské úřady by mohly zřídit přímo webovou stránku, kde mohou manažeři sociálních podniků či potenciaální zakladatelé klást otázky, se kterými by potřebovali pomoci a poradit. Tento krok vyžaduje propagaci mezi odborníky, veřejností a úspěšnými sociálními podnikateli, kteří by se podělili o zkušenosti dobré praxe.

- **Vytvoření inkubátorů sociálního podnikání**

V zájmu naplnění cílů veřejné politiky by bylo žádoucí vytvořit inkubátory sociálního podnikání, které by poskytovaly počáteční technickou služební podporu pro sociální podniky tak, aby se předešlo očekávané vysoké míře neúspěšnosti nově vznikajících sociálních podniků. Tyto sociálně-podnikatelské inkubátory existují např. ve Švédsku či ve Francii (Polák, Schinglerová, 2014). Ve Švédsku jsou to tzv. Coompanion, které poskytují poradenství, koučink a provoz začínajících kooperativních projektů, které zahrnují podnikatelskou mládež, ženy, osoby vyloučené z pracovního procesu apod. Ve Francii se jedná o model sociálně-podnikatelských inkubátorů Družstva podnikání a zaměstnanosti, které sdružují nezaměstnané, kteří mají potenciaální podnikatelský záměr a pomáhají jim v jeho rozvoji. Nový podnikatel má následně možnost se od inkubátoru odtrhnout nebo podnikat v jeho rámci. Jeden z prvních sociálních inkubátorů vznikl v Brně a založila ji Komora sociálních podniků za podpory Jihomoravského kraje a příslušné městské části.

- **Index jednoduchosti sociálního podnikání**

Skupina Světové banky hodnotí 175 zemí světa podle 10 kritérií a výsledky potom zpracuje do žebříčku s názvem Index jednoduchosti podnikání (Zadražilová, 2010). Je to možný návrh pro kraje, aby založili Index jednoduchosti sociálního podnikání v určeném kraji, což by mohlo příznivě ovlivnit zakládání sociálních podniků. Podpořilo by to krajské správy v jednotlivých krajích investovat finanční prostředky do rozvoje sociálního podnikání, jako také sociálních podnikatelů.

- **Dotace pro sociální podniky**

Jednou z nejdůležitějších forem podpory sociálního podnikání jsou dotační tituly, které mohou sociálním podnikům pomoci v rozjezdu a prosazení se na trhu. Sociální podnik je svým charakterem hlavně na začátku podnikání odkázán na finanční podporu. Aby mohl sociální podnik vyvinout kvalitní podnikatelský plán a věnovat se takovým oblastem jako je controlling, musí být určitý vzdělanostní potenciál, kvalitní management a odborníci na řízení lidských zdrojů. Často je potřeba také jiných profesí, jako jsou např. psychologové a sociální pracovníci. To v případě, pokud sociální podnik zaměstnává duševně nemocné lidi nebo jinak

mentálně či fyzicky handicapované. Všechny tyto oblasti společně s charakterem pracovní činnosti a zaměstnáváním lidí dělá ze založení a udržení sociálního podniku velmi náročnou finanční záležitost. Z příkladů ze zahraničí je zřejmé, že dotace jsou skutečně základem. Francie i Velká Británie věnuje této oblasti významnou pozornost. Na druhé straně Slovenská republika, která má sociální podnikání ukotvené v legislativě, nezaznamenala žádný významný rozmach sociálního podnikání.

- **Řízení lidských zdrojů v sociálním podniku**

Řízení lidských zdrojů v sociálním podniku je specifické a mírně odlišné od řízení lidských zdrojů v běžném podniku, ale zároveň je to stejné významné pro úspěšnost firmy. V rámci sociálního podnikání je na tuto oblast kladen malý důraz a jedním z návrhů podpory sociálního podnikání je organizace seminářů a školení v oblasti řízení lidských zdrojů v sociálním podniku.

- **Kurzy pro manažery sociálních podniků**

Organizací seminářů či workshopů k tématice sociálního podnikání byl aktivní každý kraj v České republice. Je to pochopitelné, je to nejlepší způsob jak představit novou formu podnikání se sociálním aspektem jak veřejnosti, tak stávajícím subjektům, kteří chtějí reformovat svoji činnost do formy sociálního podnikání (např. neziskové organizace). Pro začínající sociální podnikatele by byl rozhodně potřebný seminář o managementu sociálního podniku. Tyto kurzy již se již uskutečnily např. v Moravskoslezském kraji a Jihomoravském kraji.

- **Veřejné zakázky a sociální podniky**

Na základě směrnice 2014/24/EU Evropské unie a zákona č. 134/2016 Sb., které umožňují zadavateli veřejné zakázky vyhradit veřejné zakázky nebo alespoň jejich část sociálním podnikům by měly jednotlivé kraje pracovat na podpoře sociálního podnikání a myslet na zadávání veřejných zakázek pro sociální podniky. Z rozhovorů se sociálními podnikateli jednoznačně vyplynulo, že toto je jedna z nejdůležitějších forem podpory jejich podnikání.

- **Propagace sociálního zemědělství**

Sociálnímu zemědělství se v ČR nevěnuje žádná státní strategie, ale existuje dokument „Sociální zemědělství“, který zpracovala komise sociálního zemědělství na Ministerstvu zemědělství. Tato komise stanovuje konkrétní parametry pro rozlišení toho, co je a není sociálním zemědělstvím. Krajské správy by měly vynaložit více úsilí na rozšíření této činnosti, v některých krajích jsou přímo podmínky pro založení sociálně zemědělského podniku velmi příznivé.

- **Implementace sociálního podnikání do vzdělávacího procesu**

Zahrnutí oblasti sociálního podnikání do akreditací výukových programů na školách a univerzitách by přineslo vyšší povědomí a zájem mladých absolventů o sociální podnikání. Kraj by měl vynaložit úsilí o osvětu učitelů a organizovat přednášky na středních a vysokých školách s cílem přinést kvalitních absolventů do praxe a motivovat je k podnikání v této oblasti. Royce (2007) ve výsledcích svého výzkumu zdůrazňuje, že podpora a poradenství veřejné správy nebo z vysokých škol nejsou často dostatečné a důraz na profesionální a odborné školení v oblasti řízení lidských zdrojů může významně pomoci k úspěchu sociálního podniku. Zde lze doporučit zřídit přímo obory, které se budou orientovat na sociální podnikání a připravovat pro tento druh činnosti managery. Lze také zřídit inovační centra pro sociální podniky.

- **Implementace sociálního podnikání do strategických dokumentů kraje**

Ve Strategii rozvoje Jihomoravského kraje 2020 jsou jako problematické oblasti uvedeny oblasti, které jsou přímo nebo nepřímo spojeny se sociálním podnikáním např. velké regionální rozdíly podnikatelského prostředí, kvalita regulace podnikání, nastavení podmínek pro rozvoj podnikání v Jihomoravském kraji, nadprůměrná nezaměstnanost v kraji (obzvláště dlouhodobá nezaměstnanost, nezaměstnanost ohrožených skupin jako jsou senioři, absolventi, matky pro rodičovské dovolené atd.) nebo sociální vyloučení. Ve Strategie se však nepíše o sociálním podnikání a jeho podpoře. Pokud má v místním udržitelném rozvoji patřit sociální ekonomice důležitá pozice, je nutné, aby tato oblast byla zahrnuta do strategických dokumentů kraje. Ve Francii existují Regionální rady privilegovaných partnerů sociální a solidární ekonomiky, které vypracovávají strategie pro místní rozvoj.

- **Cena za sociální podnikání**

Příkladem pro ostatní kraje může být Jihomoravský kraj, který každoročně uděluje Cenu hejtmana za společenskou odpovědnost, avšak získané ocenění není dostatečně motivující. Organizace, které se umístí do třetího místa, mají právo volně používat informaci o umístění v soutěži společně s logem Ceny hejtmana Jihomoravského kraje za společenskou odpovědnost ke svoji propagaci. Ve Francii je výhra v národní soutěži o Cenu sociální a solidární ekonomiky nejen prestiží a dobrého jména pro sociálního podnikatele, ale také finanční pomoc ve výši 10 tisíc Euro. Samozřejmě se jedná o národní soutěž, v našem českém případě o regionální, krajskou soutěž, ale mimo dalších i finanční ohodnocení by bylo o mnoho více motivující.

Závěr

V České republice chybí legislativní a systémové nastavení sociálního podnikání. K určitému legislativnímu vymezení sociálních podniků došlo již v několika zemích, příkladem dobré praxe je např. Polsko. Dobrým příkladem pro Českou republiku a jednotlivé kraje může být např. Itálie, Velká Británie, USA, Belgie nebo Finsko, kde existují navíc politické iniciativy na podporu tohoto typu podnikání.

Dle provedené analýzy přistupují jednotlivé kraje k propagaci a podpoře sociálního podnikání jedinečně a nekoordinovaně. Jako jednu z možných výzev do budoucnosti můžeme uvést vznik propojené sítě aktérů sociálního podnikání: veřejné správy, podnikatelského sektoru a místních stakeholderů. Veřejná správa – v našem případě kraje – by byly hybným činitelem a koordinátorem těchto aktivit pro vznik a rozvoj sociálního podnikání. Jedním z dílčích doporučení kromě vyjmenovaných nástrojů, kterými by se mohli sociální podnikatelé a krajská správa inspirovat, by byl vznik a podpora sociálních inkubátorů. Sociální inkubátory by poskytovaly metodické rady, které by pomohly se vznikem, podnikatelským záměrem, identifikací rizik a cílových skupin zaměstnanců a také s možností financování a použití nástrojů.

Poděkování

Tento článek vznikl v rámci řešeného výzkumu „Výzkum občanské společnosti: od standardu k extrému“, reg. číslo MUNI/A/1083/2016.

Literatura

ASMALOVSKIJ, A., SADÍLEK, T. (2016) Současnost sociálního podnikání v České republice a na Slovensku. In: *Sociológia*, 2016, ročník 48, č. 4, str. 319-339.

DEFOURNY, J. (2004). *Social Enterprise in Enlarged Europe. Concept and Realities*. Dostupné z: http://www.emes.net/fileadmin/emes/PDF_files/Articles/DefournyCEE.3.06.pdf.

FALTEJSKOVA, O. a DVOŘAKOVA, L.(2010). Aplikace controllingových metod a nástrojů a měření sociální a veřejně přidané hodnoty. In: *Financování sociálního podniku a měření sociální a veřejně přidané hodnoty: Sborník příspěvků*. Usti nad Labem, 2010, s. 10.

GIDRON, B., YEKESKEL, H. (2012). *Social enterprises: an organizational perspective*. 2012. New York: Palgrave Macmillan, 253 p.

HUNČOVA, M.(2007). *Sociální ekonomika a sociální podnik*. Usti nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Usti nad Labem, 2007. Acta Universitatis Purkynianae.

HALASKOVA, R. (2010). Role sociální firmy v kontextu sociální ekonomiky. In: *Financování sociálního podniku a měření sociální a veřejně přidané hodnoty: Sborník příspěvků*. Usti nad Labem, 2010, s. 4 - 5.

CHORUM. (2014). La législation relatif a l'économie sociale et solidaire. Analyse comparé France-Europe. 2014. Chorum. 24 s.

LORENZ, G. (2010). Running a Social Enterprise: Social Marketing, Social Accounting / Auditing and Alternative Financing In: *Financování sociálního podniku a měření sociální a veřejně přidané hodnoty: Sborník příspěvků*. Usti nad Labem, 2010, s. 4.

KORIMOVA, G. (2010). Socialna ekonomika a socialne podnikanie na Slovensku, skusenosti z implementacie legislaivy o slovenskom socialnom podniku. In: *Financování sociálního podniku a měření sociální a veřejně přidané hodnoty: Sborník příspěvků*. Usti nad Labem, 2010, s. 4.

MINISTERSTVO PRO LIDSKÁ PRÁVA, ROVNÉ PŘÍLEŽITOSTI A LEGISLATIVU. (2016). *Návrh věcného záměru zákona o sociálním podnikání*. 2016. Praha. Duben 2016. 40 s.

POLAK, M. a SCHINGLEROVA, A. (2014). Socialna ekonomika ako súčasť riešenia problému nezamestnanosti: Kapitola do Narodnej stratégie zamestnanosti [online]. In: . Bratislava, 2014, s. 30. Dostupne z: http://www.ceit.sk/IVPR/images/IVPR/NSZ/nsz_13.pdf

ROYCE, M. (2007). Using human resource management tools to support social enterprise: Emerging themes from the sector. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 10 – 19. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/603595808?accountid=16531>

WILDMANNOVÁ, M. (2017). BARRIERS AND POTENTIAL CHALLENGES IN THE DEVELOPMENT OF SOCIAL BUSINESSES IN THE CZECH REPUBLIC. *Scientific Papers of the University of Pardubice*, Pardubice: University of Pardubice, 2017, roč. 40/2017, 2/2017, s. 234-243.

ZADRAŽILOVÁ, D. (2010). Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání. V Praze: C. H. Beck. 2010. Beckova edice ekonomie.

Contact

Mirka Wildmannová

Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita Brno

Lipová 41a, 602 00 Brno

mirkaw@econ.muni.cz