

Formy sociálních podniků v České republice



**SLEZSKÁ UNIVERZITA V OPAVĚ
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA
V KARVINĚ**

3.11. a 10.11.2021

VOJTĚCH BECK



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Podnikatelský sektor



Faktory ovlivňující fungování firmy:

Složitá vlastnická struktura, složité vazby mezi vlastnictvím a řízením firmy
Organizační problémy, nedostatek informací, měnící se okolí firmy
Nejistota spojená s aspekty rozhodování firmy
Konflikty mezi jednotlivci a skupinami uvnitř firmy apod.

Proč firmy dosahují zisku?

Platba podnikateli za aktivitu a riziko
Monopolní teorie – výsledek výhody
Výsledek zlepšení a inovačních aktivit
Firma maximalizuje zisk za určitý čas
Postavení na trhu, růst a expanze, snaha dlouhodobě přežít apod.

Alternativní přístupy v chování firem:

Firmy v individuálním vlastnictví – podnikatel hospodaří sám na sebe
Partnerství - obchodní korporace – sdružení kapitálu dvou a více osob

Podnikatelský sektor



Cílem podniku není dosahování maximalizace zisku, ale dosažení jeho uspokojivé výše.

Nehledáme jednu optimální kombinaci objemu produkce a ceny, ale ptáme se, zda daný **objem produkce a ceny zabezpečí uspokojivou výši zisku.**

Cíl firmy je chápán ne jako maximalizace jedné proměnné, ale jako **současné plnění cílů v několika oblastech.** Chování firmy pak lze chápat jako snahu o uspokojivé výsledky v několika stanovených cílech (alternativní cíle firmy).

Podnikatelský sektor



Manažerské teorie – zdůrazňují oddělené vlastnictví a řízení

cílem je maximalizace obrátu → čím větší obrat → tím úspěšnější je manažer
cílem je maximalizace užitku manažerů

Firma maximalizující obrat vyrábí vždy větší objem produkce než firma maximalizující zisk

Behavioristické teorie – formulace a hledání cílů firmy jako výsledek rozhodovacích a vyjednávacích procesů mezi jednotlivci a skupinami uvnitř firmy → cíl je omezením

Model zaměstnanecké firmy – podnikatelskou funkci přejímají zaměstnanci → cílem je maximalizace důchodu zaměstnanců → mzda → podíl na zisku (závisí na počtu zaměstnanců)

Podnikatelský sektor



Rozhodování firmy jsou podřízena **alternativním cílům** v následujících oblastech:

Oblast výroby – maximální možná změna objemu produkce nebo dosažení určitého objemu produkce

Oblast zásob – optimální výše zásob musí být dostatečná pro plynulost výroby, ale nesmí vázat příliš mnoho prostředků

Oblast prodeje – definována v hodnotových nebo fyzických jednotkách

Podíl na trhu – měřítko uskutečněných prodejů

Zisk – poměr zisku k nákladům nebo investicím

Personální oblast – tvorba nových pracovních míst, struktura zaměstnanců, definovaná personální politika

Podnikatelský sektor



Intelektuální kapitál - výsledek kombinace lidského kapitálu, strukturálního kapitálu a kapitálu vztahů

Lidský kapitál – znalosti, které zaměstnanci vezmou sebou, když opouštějí podnik (znalosti, dovednosti, zkušenosti, schopnosti)

Strukturální kapitál – znalosti, které zůstanou v podniku na konci pracovního dne (organizační postupy, procedury, systémy, kultura, databáze, práva duševního vlastnictví ...)

Kapitál vztahů – veškerý kapitál spojený s vnějšími vztahy organizace, se zákazníky, dodavateli nebo partnery.

Část je tvořena vztahy společnosti se zájmovými skupinami (investoři, věřitelé, zákazníci, odběratelé apod.) → goodwill

Podnikatelský sektor



Právnícké osoby působící v podnikatelském sektoru, které jsou způsobilé k založení a provozování sociálního podnikání, jsou upraveny zákonem

č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstev (zákon o obchodních korporacích).

- ✓ Obchodními korporacemi jsou obchodní společnosti a družstva.
- ✓ Společnostmi jsou veřejná obchodní společnost a komanditní společnost, společnost s ručením omezeným a akciová společnost a evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení.
- ✓ Družstvy jsou družstvo a evropská družstevní společnost.
- ✓ Evropská společnost, evropské hospodářské zájmové sdružení a evropská družstevní společnost se řídí ustanoveními tohoto zákona v rozsahu, v jakém to připouštějí přímo použitelné předpisy Evropské unie upravující evropskou společnost, evropské hospodářské zájmové sdružení nebo evropskou družstevní společnost.

Společnost s ručením omezeným



Společnost s ručením omezeným (§ 132 - § 242) je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše vkladů podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku.

Firma obsahuje označení „společnost s ručením omezeným“, které může být nahrazeno zkratkou „spol. s r.o.“ nebo „s.r.o.“.

Společnost je zakládána společenskou smlouvou.

Minimální výše vkladu je 1 Kč, ledaže společenská smlouva určí, že výše vkladu je vyšší.

Společnost s ručením omezeným



Společenská smlouva obsahuje také:

- a)** firmu společnosti,
- b)** předmět podnikání nebo činnosti společnosti,
- c)** určení společníků uvedením jména a bydliště nebo sídla,
- d)** označení podílů, může-li společník vlastnit více podílů, a název druhu podílu a práva a povinnosti s ním spojené, upravuje-li společenská smlouva více druhů podílů,
- e)** výši vkladu nebo vkladů připadajících na podíl nebo podíly,
- f)** výši základního kapitálu a
- g)** počet jednatelů a způsob jejich jednání za společnost.

Společnost s ručením omezeným



Orgány společnosti:

Valná hromada - společníci vykonávají své právo podílet se na řízení společnosti na valné hromadě .

Jednatel/jednatelé - statutárním orgánem společnosti je jeden nebo více jednatelů. Jednateli přísluší obchodní vedení společnosti.

Má-li společnost více jednatelů, kteří netvoří kolektivní orgán, vyžaduje se k rozhodnutí o obchodním vedení společnosti souhlas většiny z nich, ledaže společenská smlouva určí jinak.

Dozorčí rada – kontrolní orgán společnosti, dohlíží na činnost jednatelů, kontroluje hospodaření apod.

Společnost s ručením omezeným



Výhody společnosti:

- ✓ Omezené ručení za závazky společnosti
- ✓ Finančně méně náročné podmínky pro založení společnosti (nízký kapitál)
- ✓ Podnikání ve formě právnické osoby přináší větší prestiž a důvěryhodnost
- ✓ Společnost může založit již jedna osoba fyzická/právnická
- ✓ Relativně snazší založení společnosti oproti jiným formám

Nevýhody společnosti:

- ✓ V případě více společníků mohou nastat názorové neshody
- ✓ Administrativní a finanční zátěž při založení společnosti
- ✓ Jakákoli změna ve vedení společnosti podléhá opětovně povinnosti změny zápisu ve společenské smlouvě/obchodním rejstříku
- ✓ Může nastat problém při nesplácení zapsané výše vkladu u některých společníků

Družstvo



Družstvo (dle § 552 - § 773) je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání.

Družstvo má nejméně 3 členy.

Firma obsahuje označení „družstvo“.

Družstvo má uzavřeny stanovy družstva.

Družstvo



Stanovy družstva obsahují:

- a)** firmu družstva,
- b)** předmět podnikání nebo činnosti,
- c)** výši základního členského vkladu, popřípadě vstupního vkladu,
- d)** způsob a lhůtu pro splnění vkladové povinnosti k základnímu členskému vkladu, popřípadě vstupnímu vkladu přistupujícím členem,
- e)** způsob svolání členské schůze a pravidla jejího rozhodování,
- f)** počet členů představenstva a kontrolní komise a délku jejich funkčního období,
- g)** podmínky vzniku členství v družstvu a
- h)** práva a povinnosti člena družstva a družstva.

Družstvo



Orgány družstva:

- a)** členská schůze,
- b)** představenstvo/předseda družstva
- c)** kontrolní komise a
- d)** jiné orgány zřízené stanovami.

- ✓ Každý člen se podílí na základním kapitálu družstva základním členským vkladem.
- ✓ Určí-li tak stanovy, může se člen podílet na základním kapitálu jedním nebo více dalšími členskými vklady. Výše dalších členských vkladů může být pro jednotlivé členy různá.
- ✓ Statutárním orgánem družstva je představenstvo, u družstev s počtem členů nižším než 50, pak předseda.
- ✓ Minimální výše základního kapitálu není u družstva stanovena, ale musí být dodrženo, že každý člen složí základní členský vklad ve stejné výši.

Sociální družstvo



Sociálním družstvem (dle § 758 - § 773) je družstvo, které soustavně vyvíjí obecně prospěšné činnosti směřující na podporu sociální soudržnosti za účelem pracovní a sociální integrace znevýhodněných osob do společnosti s přednostním uspokojováním místních potřeb a využíváním místních zdrojů podle místa sídla a působnosti sociálního družstva, zejména v oblasti vytváření pracovních příležitostí, sociálních služeb a zdravotní péče, vzdělávání, bydlení a trvale udržitelného rozvoje.

- ✓ Firma obsahuje označení „**sociální družstvo**“.
- ✓ Sociální družstvo nesmí změnit předmět své činnosti v rozporu s § 758.
- ✓ Sociálnímu družstvu se zakazuje přeměna na jiné než sociální družstvo.

Družstvo



Výhody družstva:

- ✓ Zajištěna kontinuita v podnikání, se změnou členů není nutné měnit stanovy
- ✓ Nízká výše základního kapitálu
- ✓ Členství v družstvu – možno rozlišovat význam členů/zajímatelů zaměstnanců/stakeholderů - diferenciací výše členských vkladů
- ✓ Otevřenost a transparentnost podnikání

Nevýhody družstva:

- ✓ Jedná se o kolektivní formu podnikání (min. 3 členové)
- ✓ Komplikovanější právní regulace činnosti družstva (u družstev nad 50 členů)
- ✓ Společenské předsudky k této formě podnikání z minulosti (JZD)
- ✓ Anonymita vlastníků družstva – do rejstříku se nezapisují členové družstva – seznam členů je povinnou věst družstvo

Zapsaný spolek



Spolek je **právníká osoba**, která byla **založena, alespoň třemi osobami**, vedenými společným zájmem a k jeho naplňování, **jako samostatný a dobrovolný svazek členů**, ve kterém se spolčují.

Název spolku musí obsahovat slova „ spolek “ nebo „ zapsaný spolek “ nebo také zkratku „ z. s. “.

Spolek je také nová právní forma právnické osoby, za níž je považováno každé občanské sdružení založené podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů.(od 1.1.2014: Občanské sdružení = Spolek, § 214 - §302)

Spolek vzniká zápisem do spolkového rejstříku.

Spolek mohou založit nejméně 3 osoby.

Zapsaný spolek



Zakladatelé založí spolek, shodnou-li se na obsahu stanov; stanovy obsahují alespoň

a) název a sídlo spolku,

b) účel spolku,

c) práva a povinnosti členů vůči spolku, popřípadě určení způsobu, jak jim budou práva a povinnosti vznikat,

d) určení statutárního orgánu.

Stanovy mohou založit pobočný spolek jako organizační jednotku spolku nebo určit, jakým způsobem se pobočný spolek zakládá a který orgán rozhoduje o založení, zrušení nebo přeměně pobočného spolku.

Zapsaný spolek



Orgány spolku jsou **statutární orgán** a **nejvyšší orgán**, případně **kontrolní komise**, rozhodčí komise a další orgány určené ve stanovách. Stanovy mohou orgány spolku pojmenovat libovolně, nevzbudí-li tím klamný dojem o jejich povaze.

Stanovy určí, je-li statutární orgán kolektivní (výbor) nebo individuální (předseda). Neurčí-li stanovy jinak, volí a odvolává členy statutárního orgánu nejvyšší orgán spolku.

Statutární orgán spolku svolá zasedání **členské schůze** z podnětu alespoň třetiny členů spolku nebo kontrolního orgánu spolku.

Zapsaný ústav



Ústav (§402 - §418) je právnická osoba ustavená za účelem provozování činnosti užitečné společensky nebo hospodářsky s využitím své osobní a majetkové složky. Nastavení fungování ústavu určuje **zakladatel/zakladatelé**.

Ústav provozuje činnost, jejíž výsledky jsou každému rovnocenně dostupné za podmínek předem stanovených.

Název ústavu musí obsahovat slova „zapsaný ústav“, postačí však zkratka „z. ú.“

Ústav se zakládá **zakládací listinou**, ta obsahuje alespoň

- a)** název ústavu a jeho sídlo,
- b)** účel ústavu vymezením předmětu jeho činnosti, popřípadě i předmět jeho podnikání,
- c)** údaj o výši vkladu, popřípadě o jeho nepeněžitém předmětu,
- d)** počet členů správní rady i jména a bydliště jejich prvních členů a
- e)** podrobnosti o vnitřní organizaci ústavu, nevyhradí-li se její úprava statutu ústavu.

Výše vkladu je povinným údajem, který musí obsahovat zakládací listina. Na druhou stranu (na rozdíl např. od nadací) není stanovena minimální povinná výše takového vkladu.

Zapsaný ústav



Ředitel je statutární orgán ústavu. Statut může pro tento orgán zvolit i jiné označení, pokud tím nevzbudí klamný dojem o jeho povaze.

Správní rada volí i odvolává ředitele, dohlíží na výkon jeho působnosti a rozhoduje o právních jednáních ústavu vůči řediteli; není-li určeno jinak, projevuje za ústav při těchto právních jednáních vůli předseda správní rady.

Určí-li to zakladatelské právní jednání nebo je-li to účelné, vydá správní rada **statut ústavu** a upraví v něm vnitřní organizaci ústavu a podrobnosti o jeho činnosti.

Kontrolním orgánem je **dozorčí rada**.

Zapsaný ústav



Výhody neziskových organizací:

- ✓ Formalizace seskupení osob se stejnými zájmy/potřebami – právní subjektivita NO
- ✓ Organizace mohou nabývat majetek, přijímat dary, žádat o dotace a granty
- ✓ Osvobození pro spolky od daně z příjmu pro dary, členské příspěvky, příjmy z výdělečné činnosti do 300 tis. Kč ročně
- ✓ Daňové zvýhodnění pro potenciální sponzory (snížení základu daně)
- ✓ Struktura zapsaného ústavu je vhodnější formou pro doplňkovou podnikatelskou činnost

Nevýhody neziskových organizací:

- ✓ Předsudky a mýty vůči neziskovým organizacím
- ✓ Podnikatelská činnost může být pouze doplňkem hlavního neziskového poslání organizace
- ✓ Většinou nedostatečné manažerské schopnosti/kompetence vedení NO vzhledem k podnikatelské činnosti

Sociální versus „běžný“ podnik



Sociální podnik:

- ✓ Tvorba zisku není prvořadým cílem
- ✓ Téměř nemožnost získání úvěrů a půjček
- ✓ Nižší procentuální spoluúčast při realizaci projektů EU
- ✓ Nutnost smysluplného a ekonomicky udržitelného předmětu podnikání, tvorba strategií, finanční plánování
- ✓ Zaměstnanec je zaměstnancem

Běžný podnik:

- ✓ Hlavním cílem je tvorba zisku
- ✓ Možnost získání úvěrů a půjček
- ✓ Vyšší procentuální účast při realizaci projektů EU
- ✓ Nutnost smysluplného a ekonomicky udržitelného předmětu podnikání, tvorba strategií, finanční plánování
- ✓ Zaměstnanec je lidským zdrojem

Gerlich Odry s.r.o.



Naší radostí je výroba dřevěných hraček, loutkových divadel, dopravních prostředků a realizace dětských hřišť na klíč. V nabídce najdete nejen auta a motorky, ale i letadla. Při výrobě preferujeme odolné akátové dřevo, na přání však vyrobíme prvky i ze smrku.

Nabízíme:

Autíčka a pérová houpadla

Nejrůznější typy sestav s houpačkami a skluzavkou

Lanové dráhy či pyramidy

Workoutová hřiště

Hřiště v přírodním stylu

Altány a jurty



Sladké Osoblažsko s.r.o.



Sladké Osoblažsko, s.r.o. je dceřinou společností neziskové organizace Osoblažský cech, z.ú. Naším cílem je výroba kvalitních výrobků z místních surovin, bez přidávání jakékoli chemie a dalších nezdravých složek. Originalita, ruční práce a zdravá strava jsou zásady, kterými se řídíme.

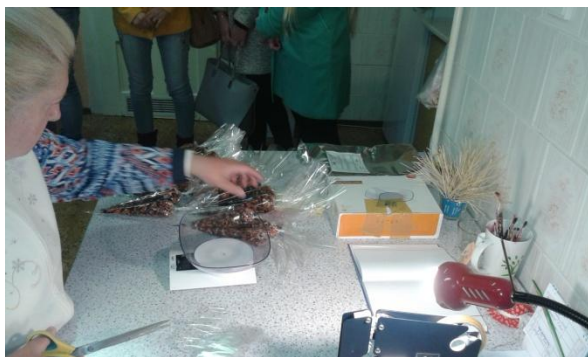


CHRNA sociální firma Slezské diakonie, o.p.s.



Vyrábíme dárkové, reklamní předměty a bytové doplňky. Vše se u nás vyrábí ručně. Malujeme na porcelán, sklo, dřevo, textil a další materiály. Nabízíme také gravírování a řezání laserem. Všechny tyto výrobky jsou vhodné jako dárkové předměty pro vaše známé, kamarády a rodinu. Jsou pěkným zpestřením vašeho interiéru.

Jsme sociální firma a firmám nabízíme nákupem našich výrobků a služeb náhradní plnění § 81 zákona č. 435/2004 Sb.



Charita Hrabyně



- ✓ pracovní dílny pro OZP, komunitní a duchovní centrum sv. Kláry
- ✓ technické služby, údržba zeleně, zimní údržba
- ✓ kompletační a montážní práce
- ✓ tiskařské služby a reklamní potisk předmětů, textilu
- ✓ likvidace a zpracování elektroodpadu, sběr
- ✓ poštovní služby Pošta Partner
- ✓ kreativní dílna, zásilková služba, balení pro e-shopy



Charita sv. Alexandra



Holvekova 651/28
718 00 Ostrava – Kunčičky
tel: 596 237 831
e-mail: info@alexandr.charita.cz
www.charita-sv-alexandra.cz

Chráněné dílny:



Stolárna zakázková výroba nábytku z masivu, lamina, dřevotřísek, překližek.

Skříně, kuchyně, dveře, schodiště, zahradní nábytek, pergoly, altány, ploty, terasy, drobné dřevěné předměty...



Keramika užitková a dekorativní, i pro venkovní použití, hrníčky, misky, vázy, konvičky, přívěsky, figurky, tužkovníky, květináče, ozdoby, betlémy, upomínkové a reklamní předměty, sošky...



Kůže opasky, náramky, pouzdra, taštičky, brašny, spony, peněženky, futrály, drobné kožené doplňky...



Charita Opava



- ✓ Textilní a tkané výrobky
- ✓ Strojní vyšívání
- ✓ Výroba keramiky
- ✓ Laser
- ✓ Skartace dokumentů
- ✓ Demagnetizace





Charita Opava



JINAKavárna je prostor pro setkávání a hraní, relaxaci a uvolnění. Nabízíme rodičům a jejich dětem možnost strávit společné chvíle, děti u nás mohou bezpečně běhat a hrát si, zatím co rodiče si v klidu dají kávu a k tomu něco sladkého, upečeného v naší kavárně.

Rádi vám upečeme sušenky, prověřené prodejem v naší kavárně. Aktuálně nabízíme cookies s hořkou čokoládou, čokoládové s lískovými ořechy a semínkové. Tyto sušenky jsme schopni pro vás vytvořit také v bezlepkové variantě.



Unika Morava s.r.o.



- ✓ Účetní služby, účetní poradenství
- ✓ Daňová evidence
- ✓ Mzdové účetnictví

- ✓ Unika Centrum o. p. s. a Unika Relax s.r.o.
- ✓ Služby lidem se zdravotním postižením a seniorům
- ✓ Masérské centrum a nehtové studio



Spirála z.ú.



- ✓ Služby sociální rehabilitace, tréninkové kavárny
- ✓ Klub Kafe (veřejná jídelna)
- ✓ Kafárna (společenské i soukromé akce)
- ✓ Catering



ERGON sociální podnik z.s.



- ✓Kompletační činnosti
- ✓Montážní práce
- ✓Pronájem skladovacích prostor
- ✓Praní, mandlování
- ✓Úklidové služby



TRIANON, z.s.



- ✓ Separace pro recyklaci (ekologická likvidace odpadu, jednodruhové plasty, ruční separace elektrozařízení)
- ✓ Digitalizace a skartace dokumentů (archivace v cloudovém úložišti, velkoformátová archivace)
- ✓ Poradenství v aplikaci obnovitelných energií



SENZA družstvo, chráněná dílna



- ✓ Byla založeno v roce 2000 jako jedno z prvních sociálních družstev v České republice.
- ✓ Motivem založení tohoto družstva byla snaha zajistit pracovní uplatnění lidem se zdravotním postižením, kteří hledají obtížně pracovní uplatnění.
- ✓ Provozuje tři pracoviště s nabídkou výrobků a služeb jak jednotlivcům a soukromým osobám, tak i zaměstnavatelům, malým i velkým firmám, kterým rovněž umožňuje náhradní plnění. První ze tří pracovišť je vyvařovna s jídelnou, ve které se vaří cca 200 obědů denně včetně dietních.
- ✓ Druhým pracovištěm je prádelna s mandlovnou.
- ✓ Největší počet zaměstnanců pracuje na třetím pracovišti, kde je universální dílna. Ta je zaměřena na jednoduché kompletační práce, balení výrobků, výstupní kontrolu kvality a přípravu polotovarů pro výrobu.
- ✓ V roce 2005 byl tento podnik oceněn Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR za mimořádný přínos v oblasti integrace občanů se zdravotním postižením.

BEC družstvo - Business and Employment Co-operative
Zábřežská 20, 787 01 Šumperk, Czech Republic
e-mail: info@bec-coop.cz telefon: +420 777 793 714
www.bec-coop.cz



BEC DRUŽSTVO
Business and Employment Co-operative

BEC družstvo Šumperk



- ✓ **BEC družstvo – Business and Employment Co-operative** se zabývá širokým spektrem podnikatelských aktivit v mnoha oborech s cílem zajistit udržitelnost vytvořených pracovních míst ohrožených skupin na trhu práce a poskytuje podporu pro sebezaměstnávání těchto skupin osob založených na principu sociální ekonomiky a sociálního podnikání.
- ✓ Hlavním cílem tohoto družstva je podpora zaměstnanosti na venkově pomocí zavedení metodiky BEC – podnikatelsky – zaměstnaneckých družstev.
- ✓ Inovativní prvky metody BEC spočívají ve vedení skupiny osob k získání podnikatelských kompetencí prostřednictvím vzdělávání, koučinku a mentoringu, a vedou je k tomu, aby nesly společnou odpovědnost za svá rozhodnutí a svoji prosperitu. Motivuje je ke společnému participativnímu prospěchu, které vede ke stabilizaci a dlouhodobému rozvoji podnikatelských aktivit a jejich sebezaměstnávání.

Zahrada 2000, z.s.



✓ **Nezisková organizace ZAHRADA 2000 se od roku 1998 věnuje duševnímu zdraví a poskytuje především v jesenickém regionu ucelený komplex služeb s cílem umožnit "návrat zpět do života".**

✓ Kromě registrovaných sociálních služeb **sociální rehabilitace** a **sociálně terapeutické dílny** pro osoby s duševním onemocněním nabízíme možnost **zaměstnávání s podporou** pro osoby se zdravotním postižením zahrnující odbornou přípravu na zaměstnání, pracovní a dluhové poradenství a podporu zaměstnávání na chráněném, podporovaném i volném trhu práce.

✓ Hlásí se k principům sociálního podnikání, zaměstnává 42 osob se zdravotním postižením.

1 Valašská diakonická s.r.o.



1 VALAŠSKÁ DIAKONICKÁ s. r. o. působí na trhu již od roku 2013. V tomto roce vznikl podnik PALOMINO, který reagoval na potřeby místních obyvatel ohledně dovozu obědů a poskytování služeb, především úklidu.

V listopadu téhož roku byl otevřen první obchod Na ramínku se secondhandovým zbožím nejvyšší kvality.

V roce 2018 vzniklo středisko Pralinky s příběhem, kde vyrábí lidé s hendikepy originální čokoládové potěšení. V roce 2020 se podnik Na ramínku rozšířil o šicí dílnu, kde švadleny šijí výrobky dle přání zákazníka a firemní dárky. Důraz je kladen hlavně na region a místní tradice. Dále je v provozu obchod, který se doplnil těmito výrobky. Všechny tři sociální podniky vznikly díky podpoře z fondů Evropské unie.



ENVIRA, o.p.s. – sociální podnik



Envira, o.p.s. poskytuje práci desítkám osob se zdravotním znevýhodněním (OZP) na různých pracovních pozicích ve Středisku ekologické výchovy Toulcův dvůr.

- ✓ Správa a údržba areálu Toulcův dvůr
- ✓ Zdravá jídelna
- ✓ Rukodělná keramická dílna
- ✓ Zahradnictví



Ergotep družstvo



- ✓ Jsme firmou sídlící v malebném městečku Proseč.
- ✓ Naše podnikání je pestré a zabýváme se hned několika projekty, ať už se jedná o sociální či obchodní. Začali jsme v malé kotelně s montážními pracemi a čtyřmi zaměstnanci. Dnes jsme stabilně rostoucí firmou, která je každým rokem silnější.
- ✓ Z rodinného podniku se stala firma, která zaměstnává přes **300** zaměstnanců a z toho **85 %** je OZP.
- ✓ Řešíme otázku společenské odpovědnosti. Vzděláváme firmy a veřejnost v oblasti sociálního sektoru. Víme, že kvalitu naší práce vytvářejí samotní zaměstnanci a jsme na ně náležitě hrdí!




Fair & Bio družstvo



Jsme sociální podnik a první družstevní pražírna v ČR. Pražíme kávu s certifikací Fairtrade a zaměstnáváme lidi se zdravotním znevýhodněním. Prosazujeme ekonomickou, sociální a ekologickou udržitelnost.

Pražíme naši kávu ve středočeském Kostelci nad Labem: pro kavárny, firemní anebo domácí spotřebu. Je ručně balená osobami se zdravotním znevýhodněním, které práce naplňuje. A nám tak dělá radost nejen kvalitní férová káva, ale i samotné prostředí pražírny, kde s námi od jejího vzniku v roce 2013 spolupracují lidé s mentálním a fyzickým handicapem. Fair & Bio družstvo, pod kterým pražírna funguje, bylo založeno v roce 2011.

The logo for Fair & Bio pražírna, featuring the words "fair" and "bio" stacked vertically on the left, a green leaf icon in the center, and the word "pražírna" on the right, all in white text on a black rectangular background.

fair
bio  pražírna

Byznys modely



Byznys model (obchodní model, podnikatelský model) obvykle popisuje, jak organizace vytváří, dodává a získává (zachycuje) hodnotu.

Byznys model pomáhá nalézt zjednodušené znázornění toho, co je hodnota poskytovaná zákazníkovi, jak je v podniku vytvářena a s jakými finančními důsledky.

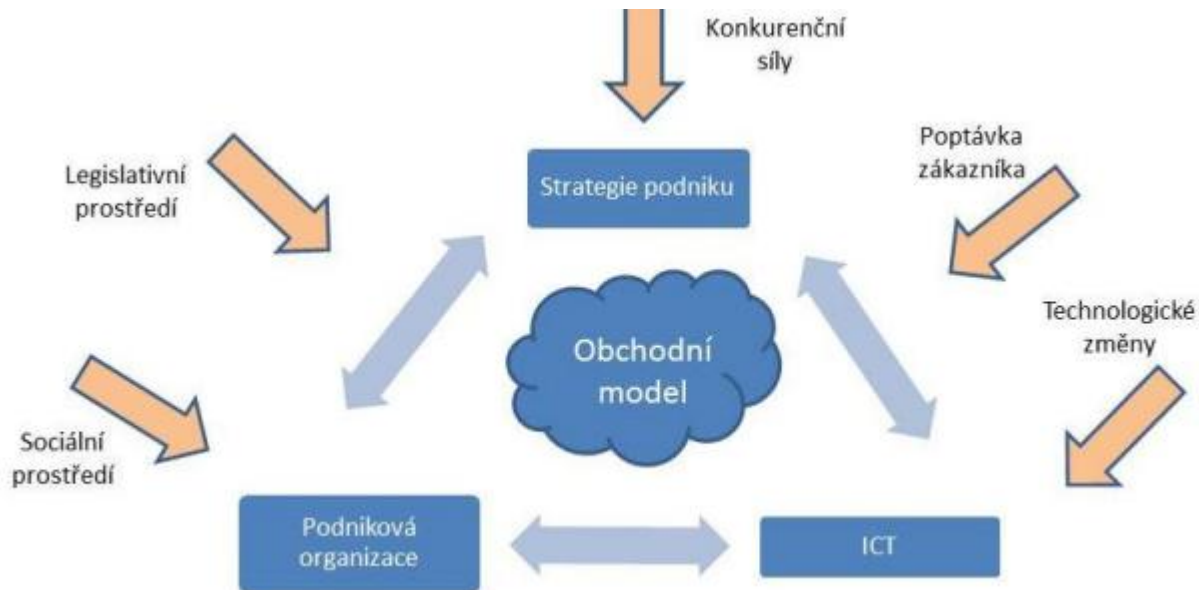
Hodnota je v podnikání a byznysu důležitý pojem a prvek.

- osobní hodnoty (majitelů/podnikatelů, manažerů, zaměstnanců...),
- organizační hodnoty – soubor hodnot, které prosazuje (vědomě i nevědomě) organizace ve své organizační kultuře,
- ekonomická hodnota – hodnota produktu/slужby, vyjádřená ekonomickým/finančním parametrem (dále se dělí – přidaná, celní...),
- hodnota pro zákazníka (a další zainteresované strany) – to, co zákazník dostane ze vynaložené peníze komplexně a je velmi subjektivní (pohodlí, úspora času, novost, jistota, vztah...).

Byznys modely



Hodnota jako taková se vztahuje k produktu (výrobku či službě), procesu, aktivům, nebo činnostem, spojeným s náklady. Hodnotová pozice podniku není v organizaci vymezena pouze tím, co znamená pro zákazníka, který chce hodnotu a chce za ni zaplatit, ale pozornost je třeba věnovat i tomu, jak zákazníkovi hodnotu zabezpečit – a to pomocí hodnotového řetězce.



Byznys modely



Chesbrough (2002) definoval **základní funkce byznys modelů** následovně:

- ✓ byznys model má formulovat hodnotové pozice – jakou nabídku firma poskytuje zákazníkovi (na základě tvorby hodnoty založenou na využití dané technologie),
- ✓ identifikovat tržní segment – ve kterém je tato technologie uživatelům užitečná a pro jaký účel,
- ✓ definovat strukturu hodnotového řetězce v rámci firmy, požadovaného k tvorbě a distribuci nabídky,
- ✓ ocenit strukturu nákladů a potenciál zisku z výroby nabídky, danou pozicí hodnoty a struktury vybraného hodnotového řetězce,
- ✓ popsat pozici firmy v rámci hodnotové sítě spojující dodavatele a odběratele, zahrnující identifikaci potenciálních konkurentů a komplementů,
- ✓ formulovat konkurenční strategii, kterou firma získá a udrží konkurenční výhodu před soupeři

Byznys modely



„**Business model**“ je komplexní a měl by oslovit všechny potenciální investory, dárce a podporovatele.

Od klasického podnikatelského záměru se plány a modely v sociálním podnikání liší velice nepatrně. Oba jsou založeny na poptávce po dané službě či produktu, ale navíc se přidává zhodnocení společenské hodnoty a jeho udržitelnost.

Základní části plánů (modelů):

- organizace – tvorba vize, mise, cílů, hodnot, volba právní formy, organizační struktury,
- dlouhodobá udržitelnost – cílová skupina, rozbor trhu, zdrojů z dlouhodobého pohledu, produkt,
- způsobilosti – kompetence k vedení a řízení lidí, fundraisingové aktivity, marketingový plán, finanční management,
- rozvoj – návrh strategie, posilování image, rozvoj intelektuálního kapitálu, sledování nových příležitostí

Byznys modely



Podnikatelské plány se používají **interně jako nástroje řízení a plánování** pro sociální podnikatele a **externě jako investiční nabídka** pro potenciální investory (dárce a věřitele).

Zamýšlený účel podnikatelského plánu bude později diktovat jeho klíčový obsah a podobu. Při interním použití je třeba, aby plán byl navržen tak, aby sloužil jako strategický a provozní plán pro provoz sociálního podniku.

Naopak investoři mají zájem o část zabývající se životaschopností podniku a chtějí zhodnotit potenciální návratnost investic (sociální anebo finanční). Tradiční dárce se obvykle zaměřují na sociální cíle, předpokládaný dopad na cílovou skupinu, organizační strukturu a rozpočet. Zatímco investoři (věřitelé) se primárně zabývají finančními výnosy, a proto hledají **životaschopnost obchodního (business) modelu**, konkurenční pozici, obchodní koncepci, realistické finanční projekce a silný manažerský tým.

Podnikatelský plán



- ✓ **Vize**, která prezentuje dlouhodobý směr a budoucnost vaší organizace (na deset nebo více let).
- ✓ **Poslání (mise)** popisuje účel a zásady organizace, vyjadřuje strategii, kterou budete používat k dosažení vašich cílů. Dále definuje cílovou skupinu a propojuje hodnoty. Měla zabývat: problémem (proč), účelem (co), cílovou skupinou (pro koho), metodou (jak), hodnotovou nabídkou (kdo).
- ✓ **Hodnoty** – definujte tři až pět hlavních hodnot, které se projevují ve Vašich aktivitách a jak Vás vnímá veřejnost.
- ✓ **Cíle** – prezentujete jako trvalé prohlášení o směru, který rozšiřují misi a zaměřuje úsilí organizace. Jaké jsou hlavní cíle Vaší organizace? Strategické cíle jsou zaměřeny na řešení společenských problémů. Samosebou musí být měřitelné a dosažitelné (SMART).

Podnikatelský plán



Cílový trh v sobě zahrnuje obecné informace o potenciálních zákaznících z cílové skupiny. Na začátku je vhodné popsat pouze ty charakteristiky, které ovlivní rozhodnutí o využití služeb či koupi produktu.

Jejich hlavní charakteristiky jsou:

- ✓ Geografické, kde se zákazníci nacházejí.
- ✓ Demografické, tedy jejich věk, výše příjmů, vzdělání.
- ✓ Psychografické, tj. rysy týkající se společenské třídy, životního stylu, náboženství, preferencí atd.

Segmentace cílového trhu. Tato část popisuje rozdělení cílového trhu do menších skupin. Racionální segmentace trhu spočívá ve zlepšení služeb nebo efektivnosti marketingu tím, že se přizpůsobí menším skupinám, které mají podobné charakteristiky související s rozhodnutím o využití služeb nebo o výhodách, které dostávají.

Podnikatelský plán



Vertikální segmentace trhu nám pomůže rozlišovat úrovně na našich cílových trzích.

Jednotlivé role znamenají:

- ✓ Rozhodovatel – osoba, která rozhoduje o používání nebo nákupu produktů a / nebo služeb. V organizacích rozhodují dárci, rodiče, klienti nebo vláda.
- ✓ Kupující – osoba, která produkt skutečně koupí. V organizacích může být kupujícím vláda, dárci, klienti nebo soukromé firmy.
- ✓ Uživatel – osoba, která primárně spotřebuje nebo používá produkt nebo službu. Zde je uživatel nejčastěji příjemcem dárku.
- ✓ Ovlivňovatel – osoba, která ovlivňuje rozhodnutí o nákupu nebo užívání produktu nebo služby. Zde mohou ovlivňovat dárci, prostředí, rodiče nebo soukromé firmy.

Podnikatelský plán



Analýza odvětví. Charakterizuje odvětví (nebo pododvětví), v němž sociální podnik působí nebo bude působit (vzdělání, mikrofinancování, biofarma, řemeslná výroba atd.). Především jsou zajímavé podniky, které nabízejí podobné produkty a služby. Abychom odvětví byli schopni popsat je dobré získat informace o velikosti největších podniků v odvětví (oboru), jejich výhody, zjistit čím se odlišují od našeho plánu. Je dobré zjistit, zda v připravovaném podnikání neexistují překážky vstupu (čas, náklady, odbornost, nasycení trhu, typ zákazníků, hrozba substitutů, technologické inovace, právní a regulační překážky).

Tržní potenciál je určen:

- ✓ poptávkou – Proč váš cílový trh chce služby či produkty, které nabízíte,
- ✓ příležitostí – existuje opravdu příležitost, jaká je tato tržní příležitost (nebo výklenek)?
- ✓ sociální potřebou – je z popisu zřejmé, že reagujete na sociální problém nebo na selhání sociálního trhu a tím budete mít sociální dopad?
- ✓ velikostí a trendy – je trh dostatečně velký na to, abyste mohli začít podnikat? Jaké jsou trendy – nebude trh v poklesu?
- ✓ bariérami – Jaké překážky mohou existovat, které by mohly zabránit tomu, abyste byli úspěšní? Jak překonáte tyto překážky? Jste na ně připraveni?

Podnikatelský plán



Konkurenční analýza. Ačkoli sociální podniky sdílejí podobnou vizi, soutěží navzájem i kvůli omezeným zdrojům pro vlastní činnost. Konkurenční boj se stává obtížnější, zvláště v případě, když jiné sociální podniky nabízejí podobné služby ve stejné oblasti, kde je chcete také nabízet. Tato část pomáhá analyzovat další organizace, které nabízejí podobné služby a ukazuje, jaký vliv mají na připravované podnikání.

- ✓ Jaké další organizace nabízejí podobné služby?
- ✓ Jak jsou jejich služby stejné nebo odlišné od mých služeb?
- ✓ Jaké jsou schopnosti, jejich zákazníci, jejich kvalita?
- ✓ Co je dělá úspěšnými.
- ✓ Porovnejte je s Vámi: silné, slabé stránky, konkurenční výhodu

Podnikatelský plán



Cílem sociálního podniku je vytvářet a udržovat hodnotu pro její příjemce. Je nutné zajistit jasnou strategii k dosažení udržitelnosti. Silný finanční plán je kritickým prvkem trvalého úspěchu organizace.

Udržitelnost a sociální dopad je nejdůležitější částí pro sociální investory a dárce. Finanční plán nesmí zapomenout na pravidlo **reinvestice případného zisku zpět do sociálního podniku!**

Rozpočet. Rozpočet uvádí náklady a výnosy sociálního podniku.

Plán peněžních toků (Cash-flow). Projekce peněžních toků mají zajistit, aby podnik měl dostatek peněz, ze kterých by mohl platit za veškeré zboží a služby, které může potřebovat po celý rok.

- ✓ Realistická projekce peněžních toků.
- ✓ Pesimistická projekce (v níž ukážete dopad jakéhokoli „nejistého“ zdroje příjmů, který není zajištěn).
- ✓ Optimistická projekce (kde příjmy mohou předčít realistickou projekci).

Podnikatelský plán



Analýza příjmů. Analýza stanovuje cíle podle typu a zdroje financování a poskytuje jasný obraz o současném mixu zdrojů. Předpoklad finančních příjmů pro krytí finančních potřeb se stanovuje dle rozpočtu a projekce cash flow. Analýza příjmů je zdrojem pro monitorování fundraisingu a činností podniku a slouží jako podklad pro reportování rozboru financování členům správní rady, dárcům, partnerům a dalším zúčastněným stranám.

Plán fundraisingu. Navazuje na analýzu příjmů. Jakou celkovou částku potřebujete, abyste mohli implementovat strategii? Na jaké období bude dostačující? (musí odpovídat podnikatelskému plánu). K jakému konkrétnímu účelu (účelům) budou peníze použity? Jaká je pravděpodobnost, že obdržíte finanční prostředky od dárců, které jste identifikovali?

Crowdfunding



Crowdfunding vychází z crowdsourcingu (využívání společných zdrojů) za účelem získání kapitálu pro začátek projektu v poslední době s využitím internetu, crowdfundingových platformů či sociálních médií (Rose, 2016).

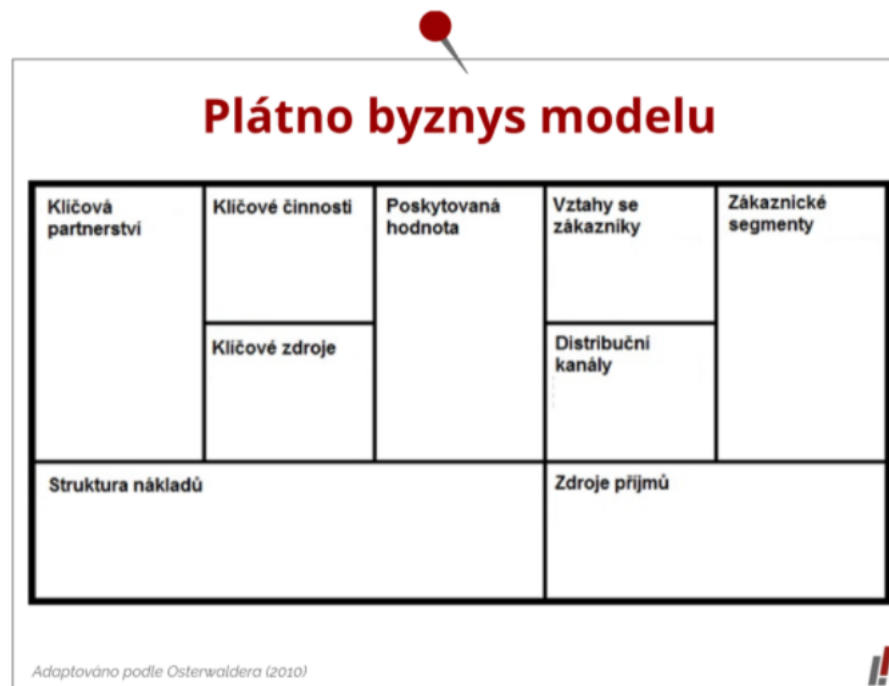
V oblasti crowdfundingu můžeme najít několik základních modelů dle Bradforda (2012):

- ✓ Model založený na odměně. Tvůrce projektu nabízí podporovateli odměnu nefinančního charakteru např. poděkování, suvenýr apod.
- ✓ Model založený na předkupním právem. Zde je v závislosti na částce nabízena zvýhodněná cena při samotném nákupu produktu či služby.
- ✓ Model založený na darování. Model funguje víceméně na principu sbírky. Motivací investora je především provedení dobrého skutku. Je využíván zejména pro dobročinné účely a mohou je využívat např. neziskové organizace, sociální podniky či charity.
- ✓ Model úvěrový. Zde jsou shromažďovány na vybrané platformě volné finanční prostředky. Je obvyklé, že „příspěvatelé“ očekávají nejen vrácení částky, ale i úrok.
- ✓ Model vlastního kapitálu. Cílem je najít investory pro podnikání, kteří se stanou „účastníky vkladem“ ať již ve formě akcií či podílových listů.

Byznys modely



Byznys model nenahrazuje strategii, ale je její součástí. Zejména ve fázi implementace/realizace strategie a jejich dílčích forem (marketingová, prodejní, finanční, výrobní...). Podobně jako v případě strategických analýz, si zde pomyslnou ruku podávají strategické řízení a strategický marketing.



Byznys model „Canvas“



- Zákaznické segmenty (mnohdy opomíjený prvek, bráníci poskytovat „všechno všem“).
- Poskytovaná hodnota (segmentům zákazníků).
- Distribuční kanály (cesty jimiž se hodnota k segmentovaným zákazníkům dostane).
- Vztahy se zákazníky (a toho, jak budou budovány, udržovány a rozvíjeny)
- Zdroje příjmu (toky příjmu)
- Klíčové zdroje (jako předpoklad k vytváření a poskytování hodnoty)
- Klíčové činnosti/aktivity (které je třeba zvládnout a realizovat)

Byznys model „Canvas“



Obrázek č. 3: Plátno byznys modelů dle Osterwaldera



Byznys model „Lean Canvas“



Problém Jaké jsou 1-3 nejpalčivější problémy vašich zákazníků?	Řešení Jaké vlastnosti vašeho produktu řeší problémy vašich zákazníků?	Unikátní nabídka hodnoty Čím upoutáte pozornost? V čem jste jiní? Jaká je výsledná hodnota pro zákazníka?	Neférová výhoda Co vám nemůže nikdo snadno zkopírovat nebo si to koupit? Proč byste to měli dělat zrovna vy?	Zákazníci Kdo jsou vaši zákazníci, resp. uživatelé?
	Indikátory Co pro vás znamená úspěch a jak ho budete měřit? Jaká další čísla jsou pro vás teď důležitá (akvizice, aktivace, loajalita, tržby, doporučení)?		Cesty k zákazníkům Jak se dostanete ke svým zákazníkům?	
Existující alternativy Jak zákazníci řeší své problémy dnes?		Srozumitelný opis Jak jednoduše opíšete vaše řešení pomocí již existujících?		První vlaštovky S kým můžete začít nejdříve?
Struktura nákladů Za co budete platit a kolik? Jaké jsou vaše fixní a variabilní náklady?		Cenový model Jak načteníte vaše řešení problému?		

Byznys modely dle Rappa



Tabulka č. 1: Přehled byznys modelů dle Rappa

Obecná forma	Popis
Makléřský model	Pojí dohromady kupující a prodávající a zajišťuje byznys transakce. Makléř si účtuje poplatek za zprostředkování každé transakce.
Reklamní model	Jedná se např. o webový portál, který nabízí služby zdarma, ale umísťuje reklamní nosiče (bannery), které jsou pro ně zdrojem tvorby zisku.
Zprostředkovatel informací	Podstatou modelu je vyhledávání a analýza nezávislých informací o výrobcích a zákaznících, které pomáhají kupujícím a prodávajícím porozumět danému trhu.
Byznys model	Maloobchodníci i velkoobchodníci, kteří prodávají své zboží a služby přes internet.
Přímý výrobní model	Díky možnostem, které poskytuje internet, dochází ke zkrácení distribučních cest mezi výrobcem a konečným zákazníkem a tím se snižují náklady.
Partnerský model	Nabízí příležitosti ke koupi výrobků a služeb jejich partnerů, kdykoliv zákazník navštíví domovské stránky, prostřednictvím odkazů na partnerské firmy.
Komunitní model	Model je založen na loajalitě uživatelů. Zisk je generován z dobrovolných příspěvků uživatelů.
Předplatný model	Uživatelé si předplácejí své služby, které jsou účtovány v pravidelných intervalech.
Užitkový model	Uživatel platí za službu tolik, kolik opravdu spotřebuje.

Model Excellence EFQM



- Vůdčovství/vedení/Leadership
- Strategie
- Pracovníci
- Partnerství a zdroje
- Procesy, výrobky a služby
- Zákazníci – výsledky
- Pracovníci – výsledky
- Společnost – výsledky
- Ekonomické výsledky

Nositelem tohoto modelu je Evropská nadace managementu kvality (EFQM).

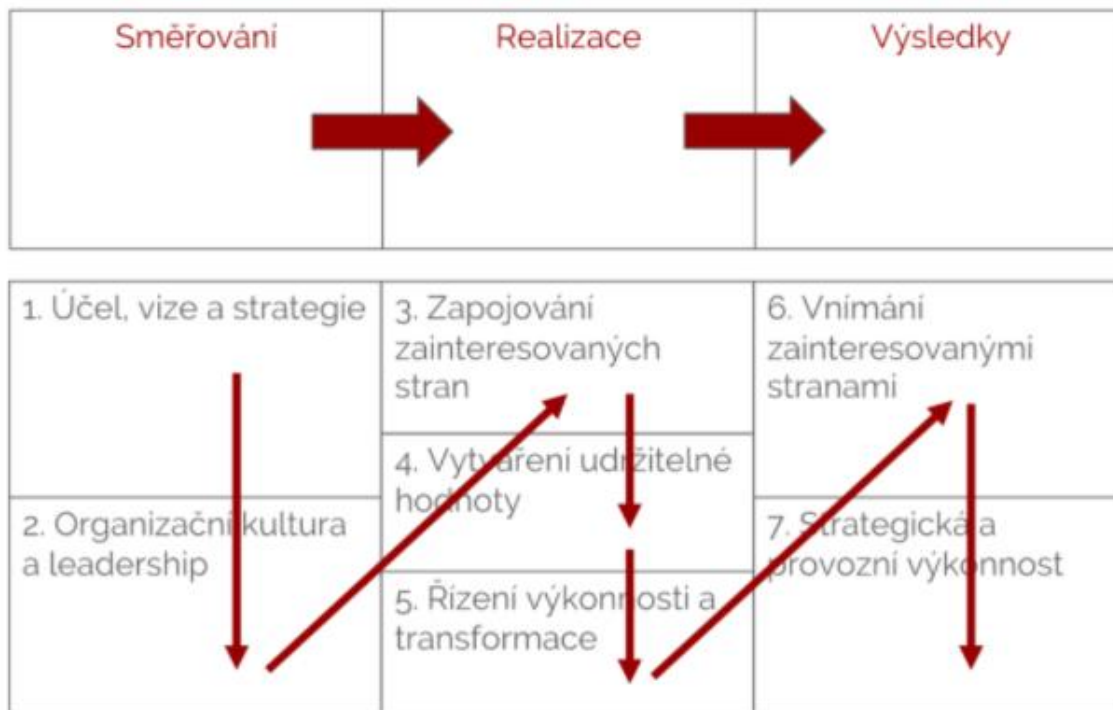
Nový model EFQM:

- ✓ Budování udržitelných vztahů se zákazníky
- ✓ Definování hodnoty a postupu její tvorby
- ✓ Komunikace a prodej hodnoty
- ✓ Dodávání hodnoty

Model Excellence EFQM



Model EFQM 2020 jako „plátno“



Model Excellence EFQM



Osm kroku k transformaci organizace

1. Nastolte pocit naléhavosti

Prozkoumejte trh a reálnou konkurenční situaci.
Identifikujte a diskutujte o krizích, potenciálních krizích nebo hlavních příležitostech.

2. Zformujte silnou vůdčí koalici

Sestavte skupinu s dostatečnými pravomocemi, která může vést úsilí o změnu.
Povzbudte skupinu, aby pracovala jako tým.

3. Vytvořte vizi

Vytvořte vizi, která vám pomůže nasměrovat úsilí o změnu.
Vytvořte strategii pro dosažení této vize.

4. Komunikujte vizi

Využijte všechny komunikační kanály a možnosti ke komunikaci vize a strategii.
Učte novému chování prostřednictvím příkladu vůdčí koalice.

Model Excellence EFQM



5. Posilujte ostatní, aby jednali na základě vize

Zbavte se překážek k dosažení změny.
Změňte systémy a struktury, které vážně podkopávají vizi.
Posilte přijímání rizika, netradiční nápady, jednání a akce.

6. Naplánujte a vytvářejte krátkodobá vítězství

Naplánujte viditelné zlepšení výkonnosti.
Dosáhněte těchto zlepšení.
Projevte uznání a oceňte zaměstnance, kteří jsou zapojeni do zlepšování.

7. Stabilizujte zlepšení, utvářejte stále více změny

Využijte rostoucí hodnověrnosti ke změně systémů, struktur a politik, které nejsou v souladu s vizí.
Vyhledávejte, podporujte a rozvíjejte zaměstnance, kteří mohou realizovat vizi.
Oživujte proces novými projekty, tématy a agenty změn.

8. Ukotvěte nové přístupy

Dejte na srozuměnou spojení mezi novým chováním a úspěchem organizace.
Rozvíňte prostředky k zajištění rozvoje a nástupnictví lídrů.

Kontakt



Děkuji za pozornost
a těším se na spolupráci



Ing. Vojtěch Beck

tel. 604 329 012

E-mail: vojtech.beck@gmail.com