



Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR

Zmapování situace sociálních podniků v ČR

Zpracoval tým P3 - People, Planet, Profit, o.p.s.

leden 2014



Vyhodnocení dotazníkového šetření sociálních podniků v ČR

24. 1. 2014

P3 – People, Planet, Profit o. p. s. uskutečnila telefonické dotazování za účelem zmapování situace sociálních podniků v ČR, tak aby byly identifikovány hlavní z problémů, s nimiž se současní sociální podnikatelé potýkají. Na základě dotazování byla zároveň aktualizována data v Adresáři sociálních podniků.

V rámci dotazníkového šetření byli kontaktováni podnikatelé, kteří se k sociálnímu podnikání hlásí a jejichž sociální podniky (dále SP) byly na základě jejich charakteristik zapsány do Adresáře sociálních podniků (dále jen Adresář) vedeného naší organizací. Adresář je zveřejněn na webových stránkách naší organizace www.ceske-socialni-podnikani.cz. V době konání dotazníkového šetření v něm bylo registrováno 143 sociálních podniků. Z toho se podařilo dovolat a dotazník vyplnit s 115 vedoucími sociálních podniků. Z nevyužitých kontaktů se 8 respondentů nepodařilo zastihnout, 10 z důvodu nedostatku času odmítli dotazník vyplnit a zbylých 10 sice s vyplněním souhlasilo, ale do ukončení šetření se nepodařilo s nimi dotazník vyplnit.

Telefonická část dotazníkového šetření byla realizována mezi říjnem 2013 a lednem 2014, ukončena k 20. 1. 2014. Vyhodnocování získaných dat poté probíhalo v druhé polovině ledna 2014.

Provedeno bylo 115 rozhovorů s vedoucími sociálních podniků provozujících svou činnost na území ČR. Ne všichni však zodpověděli každou z kladených otázek. V případě, že byl počet odpovědí nižší než zmíněných **115 (100 %)**, je to ve vyhodnocení zmíněno.

Změny v údajích či údaje nové, které byly při dotazování zjištěny a nejsou uvedeny v tomto vyhodnocení, se týkají jednotlivých profilů sociálních podnikatelů v Adresáři, kam byly průběžně zanášeny. Adresář je přístupný veřejnosti, k dispozici je na webové stránce www.ceske-socialni-podnikani.cz.

Na následujících stránkách vám nabízíme výsledky dotazníkového šetření včetně komentářů, grafů a statistik.

Ve vyhodnocení si budeme všímat následujících tří oblastí:

- regionální umístění podniku
- oblast, ve které spočívají hlavní podnikatelské aktivity podniku
- cílová skupina znevýhodněných zaměstnanců.

Subjekty, se kterými bylo provedeno dotazníkové šetření, působí v různých částech České republiky a jejich hlavní podnikatelské aktivity spočívají v rozdílných oblastech. Pro přehlednost lze z níže vložených grafických znázornění vyčíst, o které regiony, oblasti podnikání a cílové skupiny znevýhodněných zaměstnanců se u dotazovaných subjektů jedná.

1. REGION, VE KTERÉM SP VYKONÁVÁ SVOU AKTIVITU

Níže vidíte tabulku znázorňující počet a regionální rozmístění sociálních podniků, které byly při dotazování zkontaktovány a se kterými se povedlo dotazníkové šetření provést.

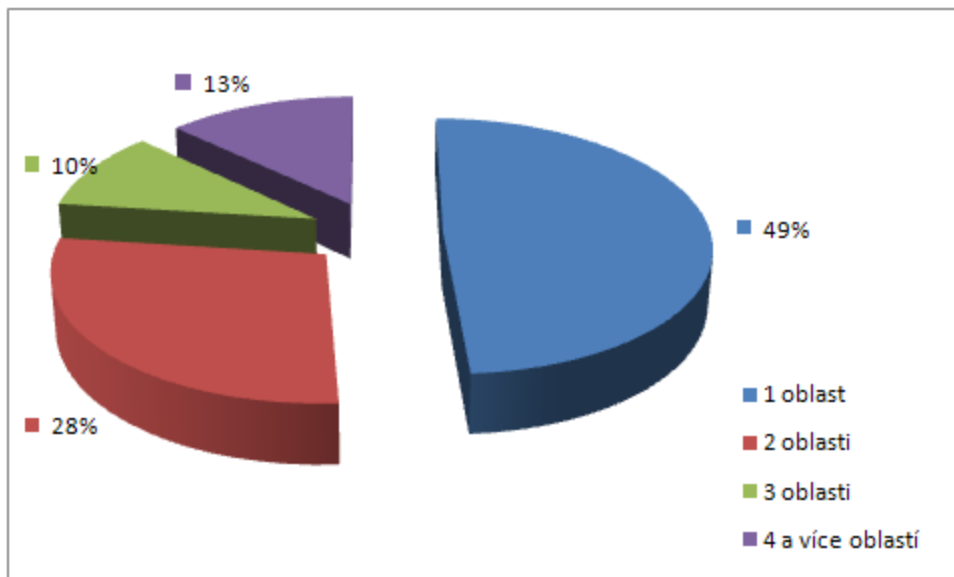
Nejvíce sociálních podniků je z Prahy (23 %). Druhý v pořadí je Olomoucký kraj (11 %) a na třetím místě se umístily shodně Ústecký a Moravskoslezský kraj (oba po 10 %).

Kraje	Počet	Procenta
Hlavní město Praha	26	23 %
Olomoucký	13	11 %
Ústecký	12	10 %
Moravskoslezský	11	10 %
Jihomoravský	9	8 %
Středočeský	8	7 %
Zlín	8	7 %
Pardubický	7	6 %
Královehradecký	5	4 %
Plzeňský	5	4 %
Vysočina	5	4 %
Jihočeský	4	3 %
Liberecký	1	1 %
Karlovarský	1	1 %
Celkem	115	100 %

2. OBLAST, VE KTERÉ SPOČÍVAJÍ HLAVNÍ PODNIKATELSKÉ AKTIVITY PODNIKU

Nejvíce dotazovaných podniků, tedy 27 (23 %), působí v oblasti zahradnických služeb, úpravy zeleně, údržby nemovitostí a úklidových prací. Na druhém místě s 22 (19 %) odpověďmi se nachází pohostinství a ubytování. Posledním položkou z dominantní trojice kategorie je potravinářská výroba a prodej s 21 (18 %) záznamy. Na čtvrtém místě se umístily s 18 (16 %) záznamy ostatní služby a na pátém místě obecný prodej se 17 (15 %) záznamy. Další oblasti podnikání zaujmají 8 % a méně.

Často SP podnikají ve více oblastech najednou. Následující koláčový graf znázorňuje, kolik procent obsahuje oblast či oblasti, nimiž se podnik zabývá. Nejčastěji SP podnikají v jedné či ve dvou oblastech.



3. CÍLOVÁ SKUPINA

V dotazníkovém šetření bylo podrobněji zkoumáno, jaké cílové skupiny SP zaměstnávají. Výsledky naleznete níže v textu a souvisejících grafických výstupech pod bodem 1. a 2.

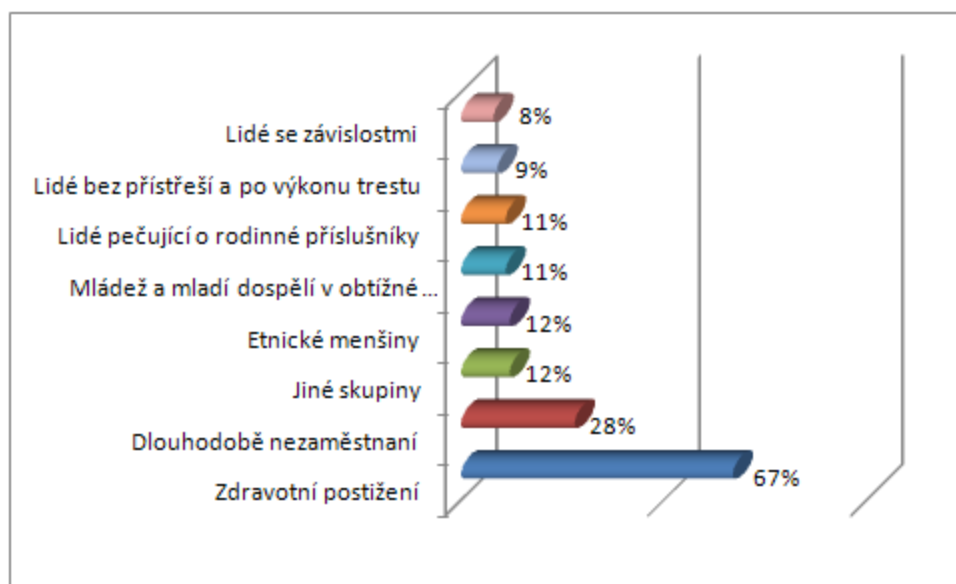
1. Zaměstnává váš sociální podnik některé z uvedených skupin osob?

Nejmasivněji zaměstnávanou cílovou skupinou jsou osoby se zdravotním postižením. Děje se tak v 67 % z celkových 115 podniků. Druzí v pořadí jsou dlouhodobě nezaměstnaní s 28 %. Jiné skupiny dosahují 12 % (jako příklad "jiné" lze uvést azylanty a imigranty či osoby ve věku 50 let a více). Stejně procento (12 %) podniků zaměstnává etnické menšiny (zpravidla se jedná o Romy).

Údaje o zaměstnávání ostatních cílových skupin naleznete v následující tabulce.

SP zaměstnávají tyto cílové skupiny	Počet SP absolutně	Počet SP v procentech
Zdravotně postižení	77	67 %
Dlouhodobě nezaměstnaní	32	28 %
Jiné skupiny	14	12 %
Etnické menšiny	14	12 %
Mládež a mladí dospělí v obtížné životní situaci	13	11 %
Lidé pečující o rodinné příslušníky	13	11 %
Lidé bez přístřeší a po výkonu trestu	10	9 %
Lidé se závislostmi	9	8 %

Pozn.: Integrovaní sociální podniky často nezaměstnávají pouze jednu cílovou skupinu, proto součet odpovědí přesahuje celkový počet subjektů, se kterými bylo šetření provedeno.



Při rozhovorech s respondenty vyplynulo, že se mezi sociálními podniky nacházejí takové, které mají cílovou skupinu zaměstnanců vymezenou úzce, ale je také velice mnoho sociálních podniků, které zaměstnávají osoby s různými druhy znevýhodnění a jejich cílové skupiny jsou tedy relativně široké.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že v průběhu podnikatelských aktivit SP se zaměření na konkrétní cílovou skupinu může postupně modifikovat.

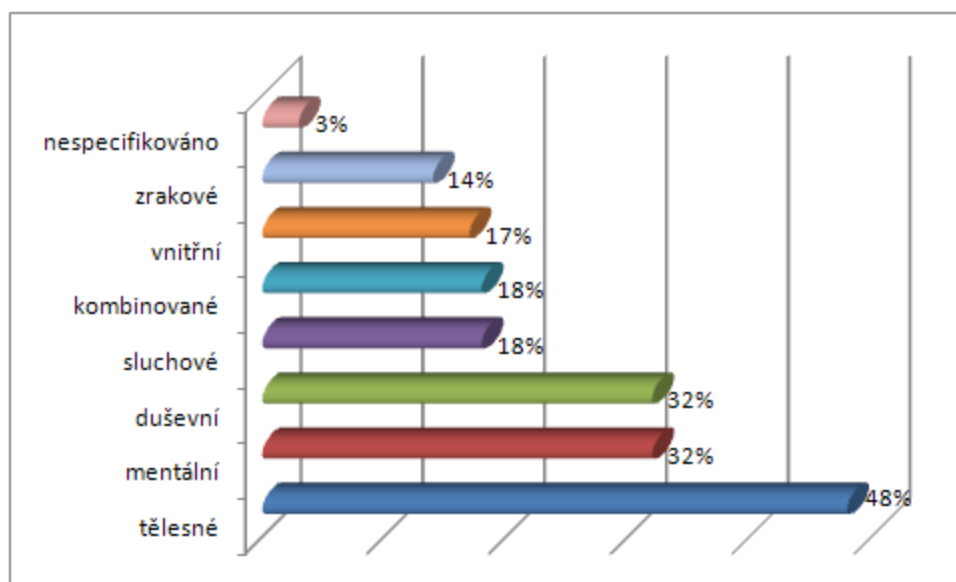
Jednou možnou variantou je rozšíření stávající cílové skupiny (nebo skupin) zaměstnanců o další skupinu znevýhodněných. Logicky to s sebou nese časovou a finanční náročnost, a to hlavně na zaučení osoby z takové cílové skupiny, případně na zaučení nového "běžného zaměstnance", který s touto osobou musí umět pracovat. Jen ty z dotazovaných podniků, které se nacházejí v ekonomicky stabilní situaci, přizpůsobily nebo jsou ochotné přizpůsobit stávající pracovní místo pro osobu s jiným druhem znevýhodnění nebo vytvořily či jsou ochotné vytvořit pracovní místo zcela nové. Takových subjektů bylo velice málo.

Další situací je, když vedení podniku počty cílových skupin redukuje. Řada respondentů, jejichž podniky jsou dofinancovávány z veřejných peněz a jimž v brzké době projekt skončí, přiznala, že chystá změny. Jejich projekt byl zpočátku zaměřen na relativně široký počet cílových skupin a teprve "za chodu" zjistili, že po skončení projektu si tak široké portfolio zaměstnanců nebudou moci finančně dovolit. Proto zmiňovali, že východiskem z očekávaného finančního propadu po skončení projektu bude redukce počtu zaměstnanců a zúžení počtu cílových skupin.

2. Pokud zaměstnáváte osoby se zdravotním postižením, o který druh postižení se jedná?

Celkem 77 dotazovaných (67 %) uvedlo, že zaměstnává osoby se zdravotním postižením. O jaké další druhy postižení se jedná, vyplývá z následující tabulky. Největší část těchto postižení tvoří postižení tělesná s 48 %, na druhém místě jsou s 32 % stejně zastoupená postižení duševní a mentální. Třetí místo obsadili shodně s 18 % zaměstnanci s postiženími sluchovým a kombinovaným.

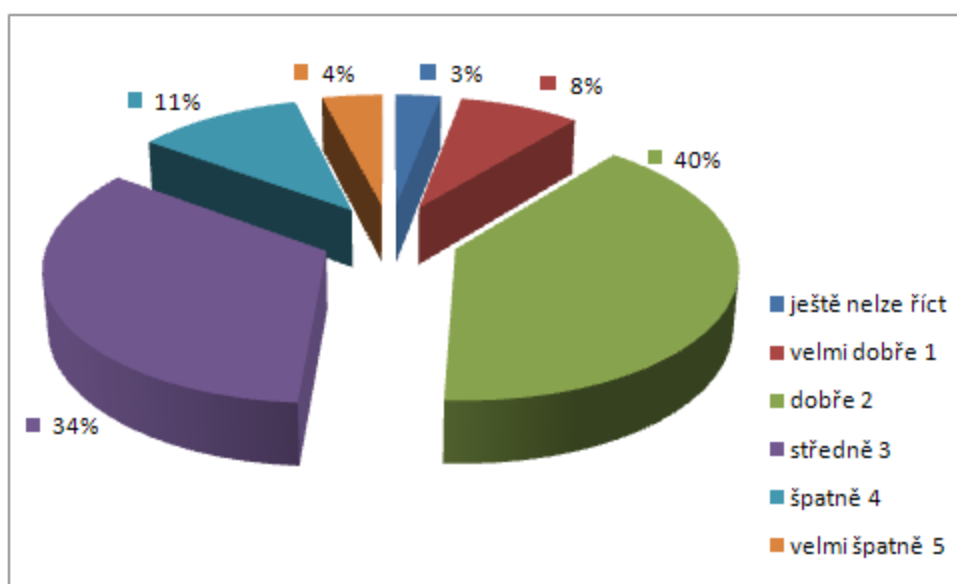
SP zaměstnávají cílové skupiny s těmito druhy zdravotního postižení	Počet SP absolutně	Počet SP v procentech
Tělesné	55	48 %
Mentální	37	32 %
Duševní	37	32 %
Sluchové	21	18 %
Kombinované	21	18 %
Vnitřní	19	17 %
Zrakové	16	14 %
Nespecifikováno	3	3 %



3. Jak se vám ve vašem podnikání daří?

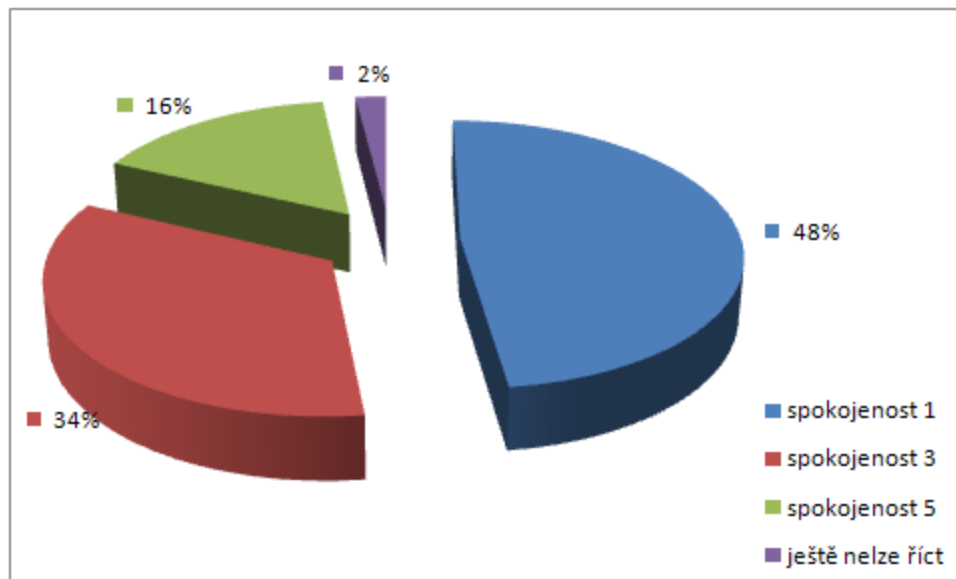
Dotazovaní si mohli zvolit odpověď ze škály od 1 do 5, kdy 1 byla nejlepší a 5 nejhorší odpověď. Bylo možné také hodnotit situaci vlastními slovy. Přesným číslem odpovědělo 106 (93 %) respondentů. 9 (8 %) subjektů zodpovědělo dotaz vlastními slovy, z toho bylo 6 (5 %) odpovědí zařazeno do tabulky jako konkrétní číslo. Do grafu jsou zaneseny pod položkou "ještě nelze říci" i odpovědi třech zbývajících subjektů, kterým se ještě nepodařilo v podnikání začít (zdravotní důvody nebo prodloužení nezbytných stavebních úprav v prostoru hlavní činnosti podniku).

Vycházíme tedy z celkem 115 (100 %) odpovědí:



Z grafu vyplývá, že sociální podnikatelé v České republice jsou se svou situací spíše spokojeni. 34 % respondentů uvedlo odpověď "dobře" (známka 3), pod tuto známku byly zahrnuty i odpovědi "střídavě oblačno", tedy odpovědi respondentů, kteří přiznali, že v určitých obdobích se jim daří velmi dobře, jindy však je situace velice špatná. 40 % respondentů bylo se stávající situací podniku spokojeno tak, že svůj stav ohodnotili známkou 2 ("dobře").

V případě, že do odpovědí nezahrneme zmíněné 3 podniky, které se svou aktivitou ještě nezačaly a sečteme hodnoty 1 a 2 a na druhé straně hodnoty 4 a 5 a uprostřed necháme odpovědi "dobře" (známka 3), lze výsledek graficky znázornit takto:



Celkem 55 (48 %) respondentů tedy uvedlo, že se jim v podnikání daří, 39 (34 %) uvedlo průměrnou hodnotu a 18 (16 %) z nich se podle jejich názoru v podnikání nedaří.

4. Co cítíte jako váš hlavní problém?

Respondenti byli dotazováni na 5 možných problémových oblastí: obecně ne/dostatek času, stav marketingu podniku, stav obchodu a zakázek, finanční situace podniku a ne/spokojenost se zaměstnanci (jak s "běžnými", tak s cílovou skupinou znevýhodněných zaměstnanců). V každé z těchto 5 oblastí jim byly nabídnuty několik možností. Každému byl dán též prostor k vyjádření vlastními slovy, což možnosti odpovědí ještě více rozšířilo.

V jednotlivých grafických znázorněních jsou zobrazeny odpovědi respondentů, kteří se drželi otázek z dotazníku, a jsou přidány další odpovědi - počtem nejčastější - aby situace byla lépe přiblížena realitě.

V 8 případech respondenti nezmínili problém ani v jedné z pěti kategorií. Tyto odpovědi tedy nejsou do vyhodnocení problémů zahrnuty a **vychází se z celkového počtu 107 odpovědí**.

Na pokládané dotazy **bylo možné zvolit více odpovědí naráz**, proto součet odpovědí často přesahuje celkových 107 dotazovaných subjektů. Vzhledem k tomu, že z celkových 107 dotazovaných, 4 subjekty ještě nezačaly podnikat nebo již s podnikáním skončily, jejich odpovědi byly zahrnuty pod "**ještě/již nelze říci**".

Často docházelo k situacím, že subjekty v aktuální kategorii nepociťovaly problém, tedy uvedly problém v jiné z pěti kategorií. To je v tabulkách a grafických výstupech zařazeno pod kategorii "**řešíme jiné problémy**".

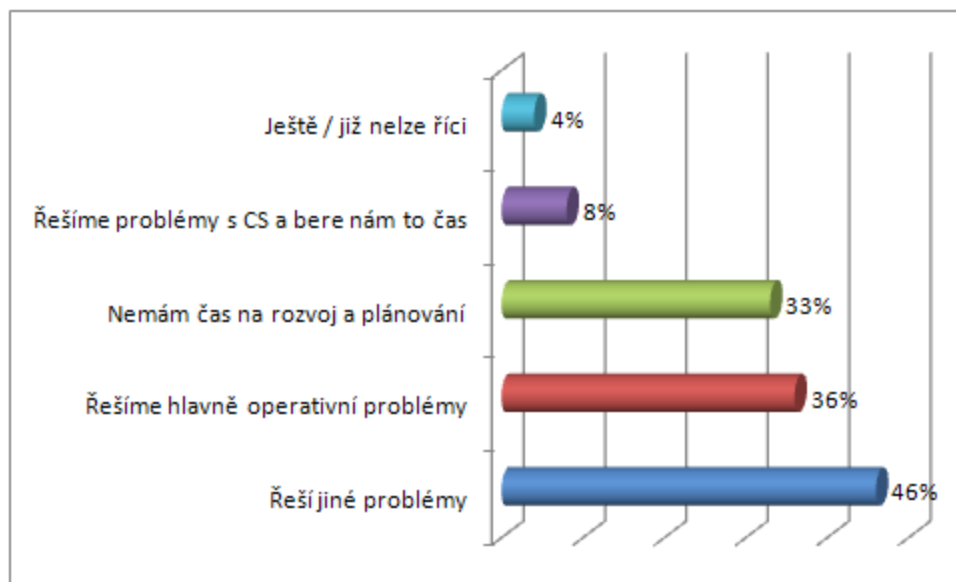
Na následujících stranách tedy naleznete podrobně informace ke každé ze zmíněných kategorií.

NE/DOSTATEK ČASU

V této otázce byly dotazovaným nabízeny odpovědi "Nemám čas na rozvoj a plánování", "Řešíme hlavně operativní problémy" a "Řešíme problémy s cílovou skupinou a bere nám to čas". Prakticky stejný počet respondentů, tj. třetina odpověděla, že nemá čas na rozvoj a plánování a že řeší hlavně operativní problémy.

Dohromady 49 (46 %) respondentů řeší jiné problémy, než je nedostatek času.

ODPOVĚĎ	ABSOLUTNÍ POČET	POČET V PROCENTECH
Řeší jiné problémy	49	46 %
Řešíme hlavně operativní problémy	39	36 %
Nemám čas na rozvoj a plánování	35	33 %
Řešíme problémy s CS a bere nám to čas	9	8 %
Ještě / již nelze říci	4	4 %



MARKETING

Respondentům byly pokládány otázky ohledně marketingu - zda mají marketingový a komunikační plán, případně zda mají kompetentní osobu, která by se této oblasti věnovala.

Celkem 23 (21 %) subjektů přiznalo, že v tomto směru má nedostatek:

- 16 (15 %) subjektů odpovědělo, že jim chybí marketingový a komunikační plán,
- 14 (12 %) subjektů sice plán má, ale nemá kompetentní osobu, která by se marketingu věnovala,
- 7 (7 %) dotazovaných přiznalo, že nemá plán a na marketing nemá ani kompetentní osobu.

Z dalších odpovědí vyplynulo, že podnikatelé v této oblasti cítí nedostatky, nicméně nemají čas či peníze na to, aby se oblasti blíže věnovali.

ODPOVĚĎ	ABSOLUTNÍ POČET	POČET V PROCENTECH
Řeší jiné problémy	66	62 %
Chybí nám marketingový a komunikační plán	16	15 %
Chybí nám kompetentní osoba	14	12 %
Neumíme hledat nové zákazníky	5	5 %
Pociťuje nedostatky v marketingu, ale není na to čas/finance	4	4 %
Neumíme se orientovat na trhu	4	4 %
Ještě / již nelze říct	4	4 %

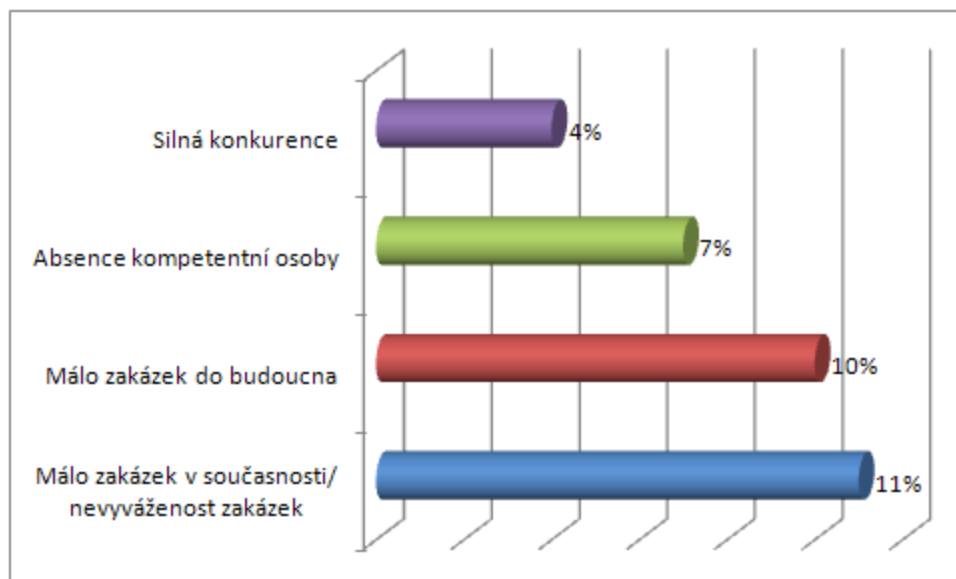


OBCHOD A ZAKÁZKY

V této oblasti měli respondenti opět možnost zvolit více odpovědí naráz a vedle možností nabízených v dotazníku bylo možné také obecně zhodnotit situaci v oblasti obchodu a zakázek. Na základě dalších opakujících se odpovědí o existenci nedostatku zakázek či jejich nevyváženosti a silné konkurenci jsme přidali další dvě možnosti.

21 % ze všech subjektů vidí problém se stavem zakázek, z toho 11 % dotazovaných konstatovalo neuspokojivý stav se stavem zakázek v současné době či jejich nevyváženost (především s ohledem na sezónnost hlavní činnosti podniku) a 10 % z dotazovaných se obává i nedostatku v budoucnosti. 7 % respondentů přiznalo, že pociťují problém v tom, že na oblast obchodu a zakázek nemají kompetentní osobu. 4 %

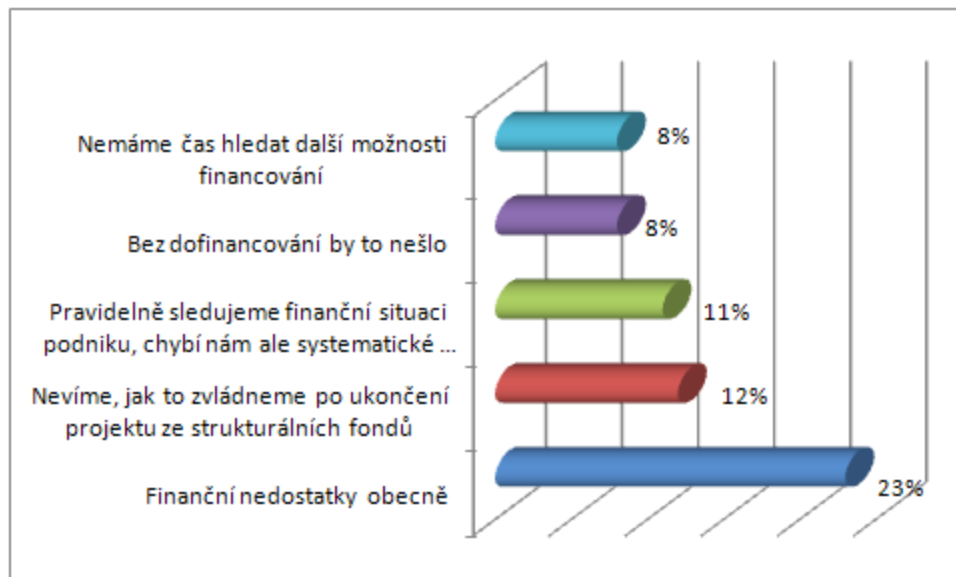
ODPOVĚĎ	ABSOLUTNÍ POČET	POČET V PROCENTECH
Málo zakázek v současnosti/ nevyváženost zakázek	12	11 %
Málo zakázek do budoucna	11	10 %
Absence kompetentní osoby	8	7 %
Silná konkurence	4	4 %



FINANCE

Z odpovědí analyzovaných subjektů bylo nejčastější to, že podnik pociťuje finanční nedostatky obecně (to se stalo v 23 % případů). Jako druhá nejčastější odpověď (12 %) zaznělo, že nevědí, jak to zvládnou po ukončení projektu ze strukturálních fondů EU. Třetí nejčastější odpovědí bylo doznání, že subjektu chybí systematické finanční řízení (v 11 %). První dvě nejčastější odpovědi si respondenti zvolili spontánně a nebyly jim nabízeny.

ODPOVĚĎ	ABSOLUTNÍ POČET	POČET V PROCENTECH
Finanční nedostatky obecně	26	23 %
Nevíme, jak to zvládneme po ukončení projektu ze strukturálních fondů	14	12 %
Pravidelně sledujeme finanční situaci podniku, chybí nám ale systematické finanční řízení	12	11 %
Bez dofinancování by to nešlo	9	8 %
Nemáme čas hledat další možnosti financování	9	8 %



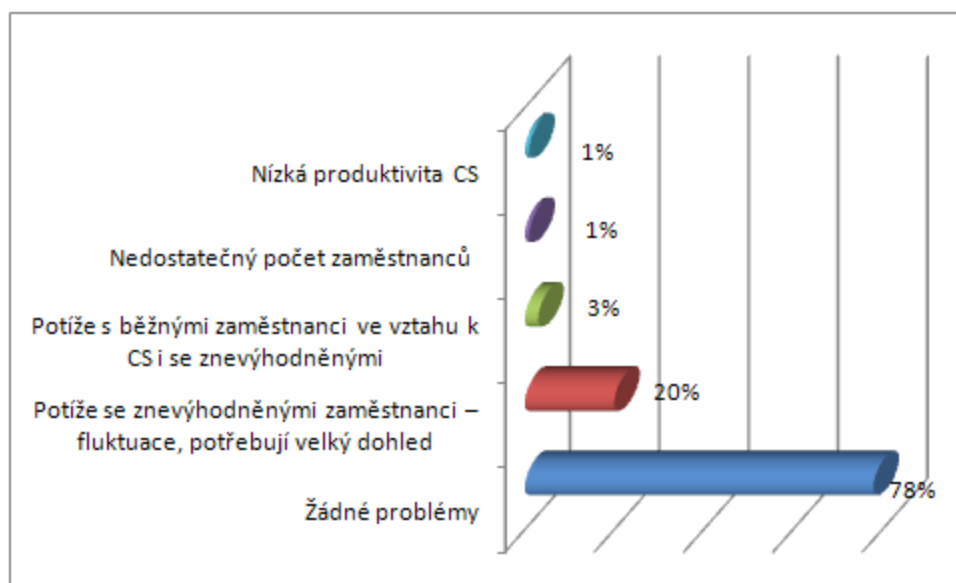
ZAMĚŠTNANCI

Většina z dotazovaných podnikatelů konstatovala, že se zaměstnanci z cílových skupin i s "běžnými" zaměstnanci řeší pouze obvyklé problémy, případně problémy odpovídající jejich typu znevýhodnění. S takovými problémy ale dle jejich slov "musí počítat".

Pokud zmínili nějaké problémy, jednalo se o problémy se znevýhodněnou cílovou skupinou, ne tedy s "běžnými" zaměstnanci. Pokud takové problémy konstatovali, jednalo se nejčastěji o cílovou skupinu etnické menšiny, z dalších "problémových" lze zmínit duševně postižené zaměstnance.

V této tabulce vycházíme z celkového počtu dotazovaných, se kterými se podařilo dotazník vyplnit, tedy z počtu 115 (100 %). V kategorii "žádné problémy" jsou proto zahrnuty i subjekty, které ukončily podnikání a ty, které s podnikáním doposud nezačaly (celkem 4 podnikatelé).

ODPOVĚĎ	ABSOLUTNÍ POČET	POČET V PROCENTECH
Žádné problémy	90	78 %
Potíže se znevýhodněnými zaměstnanci – fluktuace, potřebují velký dohled	23	20 %
Potíže s běžnými zaměstnanci ve vztahu k CS i se znevýhodněnými zaměstnanci	3	3 %
Nedostatečný počet zaměstnanců	1	1 %
Nízká produktivita CS	1	1 %

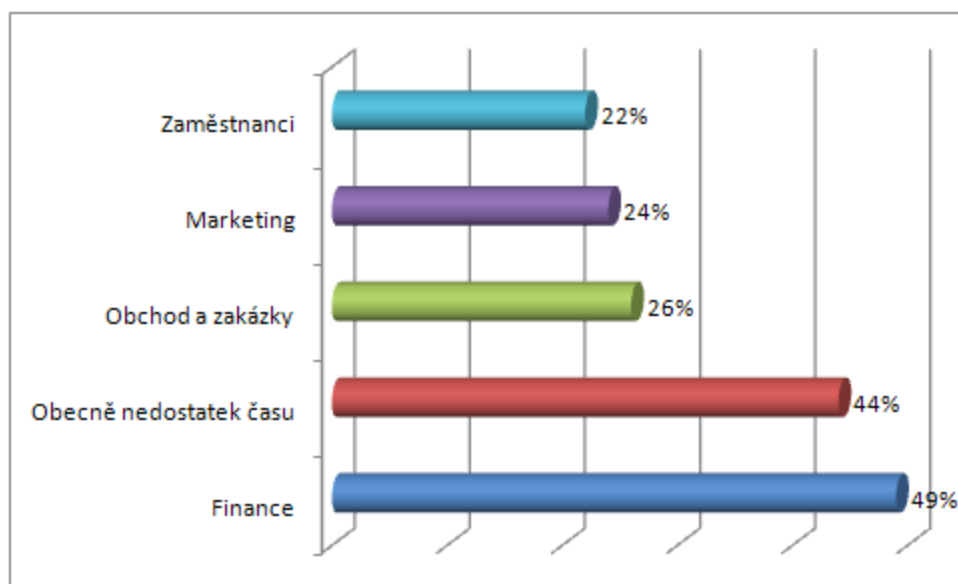


Zpřehlednění hlavních problémů v pěti kategoriích

Pro přehledné znázornění, která z pěti jmenovaných oblastí (čas, marketing, obchod a zakázky, finance a zaměstnanci) je nejvíce problémová, jsme na základě dotazníkového šetření vytvořili níže uvedené grafy.

Graf tedy znázorňuje počet respondentů, kteří v konkrétní oblasti uvedli jakýkoli nedostatek, tj. 104 (90 %) dotazovaných. Neuvádíme zde 8 (7 %) respondentů kteří uvedli, že nemají žádný problém, a také 3 dotázané, jejichž podnikání se zatím ještě nerozjelo.

Nejvíce problémů pociťují dotazovaní v oblasti financí - celkem 56 (49 %) jich přiznalo, že ve finančním řízení podniku pociťují nějaké nedostatky. Na druhém místě pociťují dotazovaní problém v otázce časové - 51 respondentů (44 %) uvedlo, že jsou časově zaneprázdněni. Na třetím místě je problémem podle 30 respondentů (26 %) obchod a zakázky, v těsném závěsu za ním se umístil s 28 odpověďmi (24 %) marketing. Podle výsledků dotazníkového šetření je tedy podle poloviny dotázaných manažerů největším problémem jejich podnikání finanční řízení podniku.



Z šetření plyne, že řešení finanční situace je na denním pořádku téměř každého sociálního podnikatele. Souvisí s tím i časté zmínky o závislostech podniku na různých formách peněžní podpory a jejich negativní prognózy do budoucna. V rámci všech odpovědí přiznalo 10 dotázaných manažerů (9 %), že má strach z konce projektu, a 9 (8 %) jich uvedlo, že bez dofinancování z vnějšku by nemohli existovat.

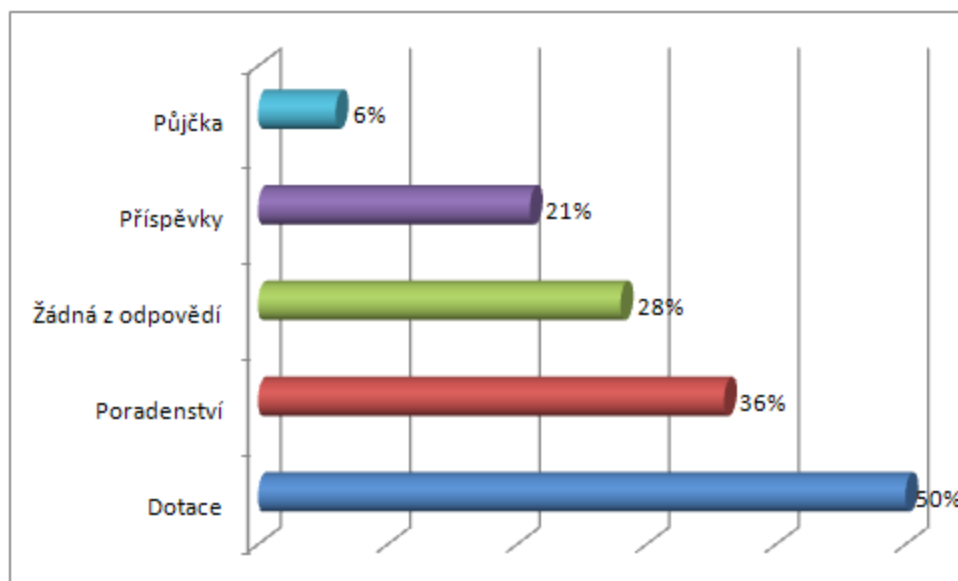
5. Co by Vám pomohlo?

Jako možnost vyřešení stávající situace (pokud byla respondentem označena za problémovou) byly dotazovaným nabídnuty 4 možné varianty: půjčka, poradenství, příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných zaměstnanců a dotace. Bylo možno zvolit více odpovědí naráz. V případě SP, které již vyčerpaly veřejné prostředky, byl kladen doplňující dotaz, zda by ocenily, kdyby existovala další možnost dofinancování z veřejných fondů. Pozitivní odpověď byla zahrnuta k možnosti "dotace".

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že polovina podnikatelů (50 %) by ve stávající situaci pomohly dotace. Poradenství by ocenilo 41 (36 %) z dotazovaných. V pořadí na třetím místě 24 (21 %) respondentů uvedlo, že by ocenili příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných zaměstnanců.

Na dotaz, zda by využili možnosti půjčky, bylo zaznamenáno pouze 7 (6 %) kladných odpovědí. Masivní část z nich konstatovala potíže při hledání možností půjček a nedůvěru ze strany finančních institucí. Zbylí podnikatelé možnost půjčky promptně zamítli s tím, že si nemohou být jisti budoucností jejich podniku a proto si nedovolí "do toho vkládat peníze".

Několik respondentů by ocenilo možnost investičních podpor.

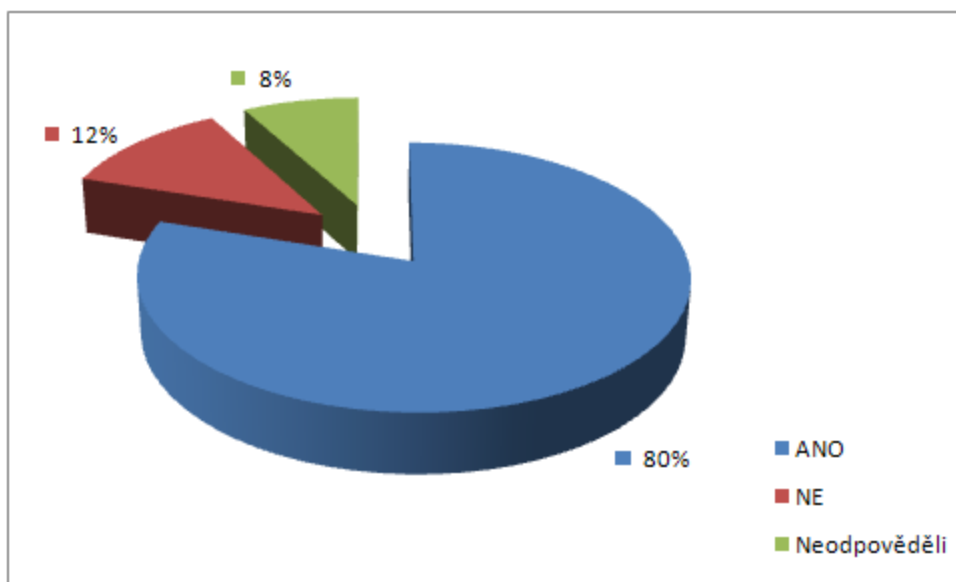


V případě volby poradenství jsme dotaz rozšířili: ptali jsme se, v jakém oboru konkrétně by tuto službu podnik uplatnil. Z rozhovorů vyplynulo, že nejvíce by SP využily poradenství o financování podniku, resp. o možnostech, jak dofinancovat podnikání. Vzápětí bylo nejvíce odpovědí na poradenství v oblasti marketingu. Z dalších odpovědí uveďme především obchod a PR.

6. Znáte Klub sociálních podnikatelů?

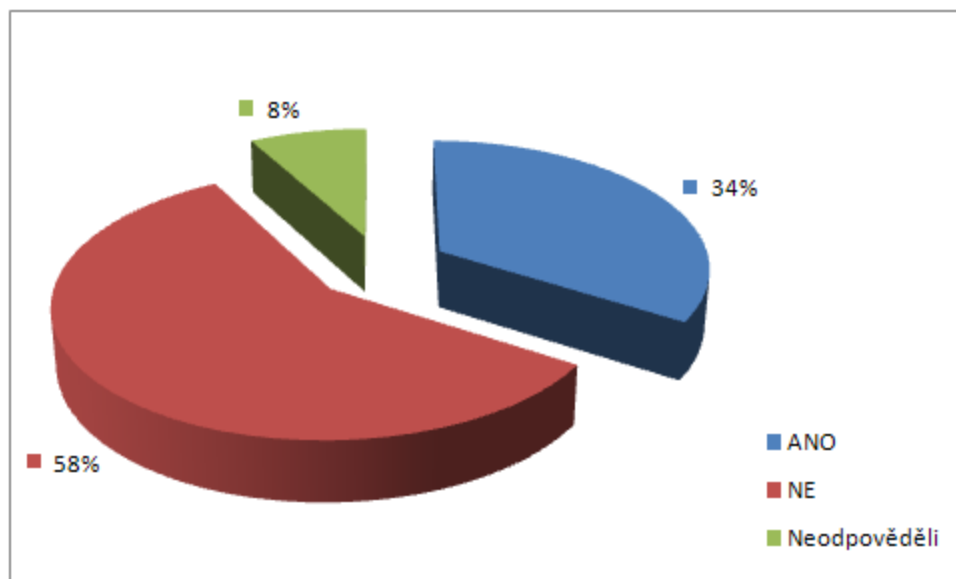
Klub sociálních podnikatelů je nezávislá, volná a otevřená platforma pro všechny sociální podnikatele a sdružuje vedoucí pracovníky sociálních podniků. Nabízí nezávazná setkání s lidmi obdobné náтуры, s podobnými zájmy a problémy. Je zde možnost setkat se se zajímavými hosty, popovídat si a diskutovat, ale také lobovat za společnou myšlenku.

Z celkově 115 (100 %) dotázaných celkem 92 (80 %) podnikatelů Klub zná a pouze 9 (8 %) respondentů nebylo schopno dotaz zodpovědět. Ostatních 14 (12 %) dotazovaných uvedlo, že Klub sociálních podnikatelů neznají, nicméně 7 (8 %) z nich projevilo zájem o členství v něm (vzápětí jim byl zaslán informační e-mail).

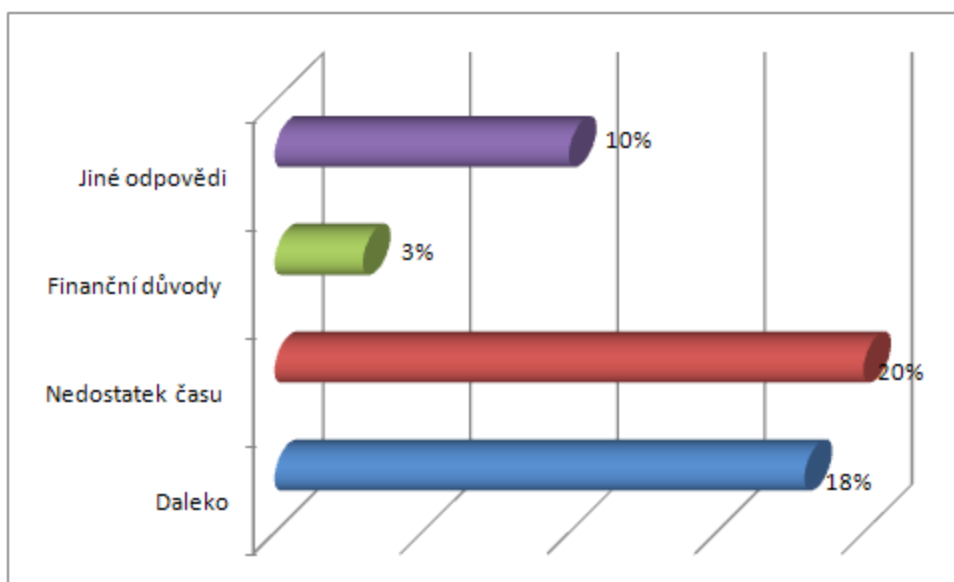


7. Účastníte se Klubu sociálních podnikatelů? Pokud ne, proč

Dle výše uvedených údajů je povědomí o Klubu sociálních podnikatelů široké. Celkem 67 podnikatelů z 106 dotázaných však odpovědělo, že se setkání neúčastní (9 respondentů z celkových 115 nebyli schopni dotaz zodpovědět).



Důvodem byl nejčastěji nedostatek času a to celkem u 21 dotazovaných a nadměrná vzdálenost od místa podnikání, jak uvedlo 23 dotazovaných. Z těch, kteří uvedli, že jsou pro ně setkání daleko, všichni projevili zájem se setkání účastnit, pakliže by se setkání konala v jejich regionu či jeho blízkosti.



Shrnutí a závěr

P3 – People, Planet, Profit o. p. s. uskutečnila dotazování za účelem aktualizace dat a získání informací o situaci sociálních podniků v ČR. Dotazníkové šetření bylo uskutečněno telefonicky prostřednictvím řízených rozhovorů a částečně skrz e-maily v období mezi říjnem a prosincem 2013 a lednem 2014. Jednalo se o celoplošné šetření, byly kontaktovány všechny sociální podniky, které jsou zaregistrovány v Adresáři sociálních podniků zveřejněném na webových stránkách organizace www.ceske-socialni-podnikani.cz. Bylo provedeno 115 rozhovorů s vedoucími sociálních podniků pracujícími na území ČR, přičemž 3 z nich se na rozjezd podnikání zatím jen připravují a jeden podnik svou činnost již definitivně ukončil.

Porovnáme-li charakteristiky sociálních podniků s předešlým šetřením, které P3 provedla v roce 2012, nezměnilo se pořadí třech nejvíce zastoupených regionů, k určitým změnám v četnostech však došlo. **Nejvíce sociálních podniků je se 26 % stále v Praze, následované Olomouckým krajem (11 %) dále Ústeckým krajem a Moravskoslezským krajem (oba kraje po 10 %).**

Nejvíce dotazovaných podniků (23 %), působí v oblasti zahradnických služeb, úpravy zeleně, údržby nemovitostí a úklidových prací. V těsném závěsu (19 %) se nachází pohostinství a ubytování. Třetí položkou je potravinářská výroba a prodej (18 %).

V předešlém šetření (za rok 2012) první místo oblasti podnikání získalo pohostinství a ubytování (24 %) a na druhém místě zahradnické služby, úprava zeleně, údržba nemovitostí a úklidové práce (22 %). Na třetím místě byla stejně jako při aktuálním šetření potravinářská výroba a prodej (21 %). Ke změně došlo u prvních dvou oblastí podnikání. Zahradnické služby, úprava zeleně, údržba nemovitostí a úklidové práce se z druhého místa dostaly na první a tak "porazily" služby v pohostinství a ubytování.

Co se týče cílových skupin znevýhodněných zaměstnanců, **stále jednoznačně vedou se 67 % zdravotně postižení, i když se jejich podíl snížil o 5 %.** Výrazně se zvýšil se počet podniků zaměstnávajících dlouhodobě nezaměstnané z 19 % na 28 %. Na třetím místě jsou stále etnické menšiny (většinou se jedná o Romy), jejichž podíl se snížil o 1 % na 12 %.

Nově byl zjišťován druh zdravotního postižení. **Největší část těchto postižení tvoří postižení tělesná s 48 %, na druhém místě jsou s 32 % stejně zastoupená postižení duševní a mentální. Třetí místo obsadili shodně s 18 % zaměstnanci s postiženími sluchovým a kombinovaným.**

Manažeři sociálních podniků byli dotazováni, jak se jim v jejich podnikání daří. Mohli si zvolit odpověď na škále od 1 do 5, kdy 1 byla nejlepší a 5 nejhorší odpověď. Podle výsledků byli oslovení sociální podnikatelé se svou situací spíše spokojeni - 39 respondentů uvedlo odpověď "dobře" (známka 3) a 46 respondentů bylo se stávající situací podniku spokojeno tak, že svůj stav ohodnotili "velmi dobře" (známka 2). Sloučíme-li kladné a záporné odpovědi, vyjde nám při vynechání 3 teprve se připravujících podniků následující rozložení: **48 % dotázaných manažerů má dojem, že se jim v podnikání daří, 34 % uvedlo průměrnou hodnotu a pouze 16 % z nich se podle jejich názoru v podnikání nedaří.**

Nejvíce problémů pociťují dotazovaní v oblasti financí - celkem 56 (49 %) jich přiznalo, že ve

finančním řízení podniku pociťují nějaké nedostatky. Na druhém místě pociťují dotazovaní problém v otázce časové - 51 respondentů (44 %) uvedlo, že jsou časově zaneprázdněni. Na třetím místě je problémem podle 30 respondentů (26 %) obchod a zakázky, v těsném závěsu za ním se umístil s 28 odpověďmi (24 %) marketing. Podle výsledků dotazníkového šetření **je tedy podle poloviny dotázaných manažerů největším problémem jejich podnikání finanční řízení podniku.**

Na otázku, co by jim nejvíce pomohlo, uvedla polovina podnikatelů (50 %) odpověď "dotace". Poradenství by ocenilo 41 (tedy 36 %) z dotazovaných. V pořadí na třetím místě 21 % respondentů uvedlo, že by ocenili příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných zaměstnanců.

Na dotaz, zda by využili možnosti půjčky, bylo zaznamenáno pouze 7 kladných odpovědí. Masivní část z nich konstatovala potíže při hledání možností půjček a nedůvěru ze strany finančních institucí. Zbylí podnikatelé možnost půjčky promptně zamítli s tím, že si nemohou být jisti budoucností jejich podniku a proto si nedovolí "do toho vkládat peníze". Z odpovědí je tedy zřejmé, že **dotazovaní nejvíce preferují dofinancování jejich podnikatelské činnosti zvenčí formou dotací a příspěvků.**

Co se týče poradenství, **nejvíce by manažery sociálních podniků zajímalo poradenství o financování podniku, resp. o možnostech, jak dofinancovat podnikání, následované poradenstvím v oblasti marketingu.**

Porovnáme-li subjektivní pocity manažerů o tom, jak se jim v podnikání daří, s tím, jaké jsou největší problémy v jejich podnikání, je zde určitý nesoulad. I když řada podnikatelů vnímá jako problém finanční řízení svého podniku a ti z nich, kteří pobírají dotaci, vyjádřili své obavy, jak budou fungovat po jejím skončení, hodnotí v podstatě momentální situaci svého podniku kladně. Vysvětlením tohoto zdánlivého rozporu může být to, že **se manažeři zabývají stávající situací sociálního podniku, řeší zejména operativní problémy a odsouvají otázku dlouhodobé udržitelnosti,** protože na koncepční a strategické problémy jejich podniku nemají často čas, sílu a někdy ani schopnosti. Jako pomoc, kterou by potřebovali, uvádějí nejčastěji dotace a příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných osob a tímto směrem se také ubírají jejich představy o poradenství.

Z rozhovorů se zástupci podniků dotovaných z výzev Sociální ekonomika OP LZZ a IOP vyplynulo, že jsou si vědomi závislosti na těchto prostředcích a minimálně na začátku by bez nich nemohli vůbec existovat. **Manažeři podniků, kterým dotace končí, začínají podle jejich výpovědí příliš pozdě přemýšlet nad tím, jak zajistí udržitelnost podniku po skončení dotace. Jejich úvahy se často ubírají směrem celkového snížení počtu zaměstnanců a v případě, že mají znevýhodněné zaměstnance z více cílových skupin, uvažují o snížení počtu těchto cílových skupin. Velmi často se také poohlíží po možnostech dofinancování podnikání z jiných zdrojů.** Několik manažerů přiznalo, že si teprve ke konci projektu uvědomili, že by potřebovali mít kompetentní osobu pro marketing a obchod, ale ve fázi, kdy jim končí projekt, už nemají možnost takovou osobu financovat. Mají teď strach z konce projektu, protože si uvědomili, že měli tuto situaci řešit dříve a nyní nemají odborníka na marketing z čeho zaplatit.

Téměř všichni dotazovaní manažeři sociálních podniků jsou zahlceni řešením operativních problémů a trpí nedostatkem času. Řízení podniku má na starosti většinou jeden nebo dva lidé, kteří jsou přetíženi a na začátku často podcenili důležitost věnovat se některým oblastem jako je finanční řízení, obchod a marketing

nebo na to neměli čas. Podnikatelé sami přiznali, že by uvítali poradenství, ale nemají čas někam jezdit.

Z výpovědí o účasti na setkáních Klubu sociálních podnikatelů se dá dovodit, že podnikatelé mají zájem o vzájemné předávání zkušeností. Aby k tomu mohlo dojít, je důležité, aby byla usnadněna časová náročnost dojíždění a existovala možnost setkávání v regionu, nejlépe v místě sídla podniku samotném. Stejně jako předávání zkušeností by i poradenství v regionu bylo velkým přínosem.

Dotazníkové šetření prokázalo, že situace většiny dotazovaných sociálních podniků není stabilní a je ohrožena jejich dlouhodobá udržitelnost. Manažeři by uvítali poradenství, to by ale mělo vycházet z jejich potřeb a respektovat jejich časové možnosti. Vzhledem k tomu, že většina sociálních podniků v ČR vznikla s podporou veřejných prostředků, by bylo dobré podpořit sociální podniky v jejich udržitelnosti, aby již vložené finanční prostředky nepřišly nazmar.

Příloha: Dotazník sociálních podniků

1. Ověření kontaktů: adresa podniku, kontaktní telefon, oblast podnikání, zaměstnávané osoby z cílových skupin.

2. Zaměstnává váš sociální podnik některé z uvedených skupin osob?

- a. Lidé se zdravotním postižením - prosím uveďte jaké
- b. Mládež a mladí dospělí v obtížné životní situaci
- c. Lidé bez přístřeší a po výkonu trestu
- d. Lidé se závislostmi
- e. Etnické menšiny
- f. Dlouhodobě nezaměstnaní
- g. Lidé pečující o rodinné příslušníky
- h. Jiné

Návod pro tazatele: Do vnitřního postižení patří: AIDS Alergie Celiakie Cystická fibróza Dědičné metabolické poruchy Diabetes Epilepsie Lupénka Lupus Mozková mrtvice Nemoci mozku Nemoci srdeční a cévní Nespecifické střevní záněty Onkologické nemoci Poruchy řeči Respirační nemoci a astma Roztroušená skleróza Stomie

3. Pokud se jedná o zdravotně postižené osoby, upřesněte, o které se jedná:

- Tělesné
- Vnitřní
- Duševní
- Mentální
- Sluchové
- Zrakové
- Kombinované

3. JAK SE VÁM daří v podnikání?

Kdyby to bylo od 1 do 5 jako ve škole, jaké číslo byste zvolili?

Přp. prostor pro slovní vyjádření.

4. Co cítíte jako váš hlavní problém?

Prostor pro slovní vyjádření.

5. Pokud byste mohli, konkretizujte aktuální stav v níže uvedených kategoriích:

Nedostatek času

- řešíme hlavně operativní problémy
- řešíme problémy s CS a bere nám to čas
- nemám čas na rozvoj a plánování

Marketing

- chybí nám marketingový a komunikační plán
- chybí nám kompetentní osoba
- neumíme se orientovat na trhu
- neumíme hledat nové zákazníky

Obchod a zakázky

- absence kompetentní osoby
- málo zakázek do budoucna

Finance

- pravidelně sledujeme finanční situaci podniku, chybí nám ale systematické finanční řízení
- nemáme čas hledat další možnosti financování
- nevíme, jak to zvládneme po ukončení projektu ze strukturálních fondů

Zaměstnanci

- potíže se znevýhodněnými zaměstnanci – fluktuace, potřebují velký dohled, jsou málo samostatní a musíme se jim moc věnovat
- potíže s běžnými zaměstnanci ve vztahu k CS

4. Jak své potíže v tuto chvíli řešíte?

Prostor pro slovní vyjádření

5. Pomohlo by Vám?

- půjčka
- poradenství
- příspěvky na zaměstnávání znevýhodněných zaměstnanců
- dotace (pokud jste již vyčerpali veřejné prostředky, kdyby existovala další možnost)

6. Účastníte se setkání Klubu sociálních podnikatelů?

- ano
- ne

7. Pokud se neúčastníte, proč?

Prostor pro slovní vyjádření