

Podnikat a pomáhat jde dohromady

Hlavním cílem sociálního podnikání není co nejvyšší zisk, ale **snaha zlepšovat svět**, pomáhat lidem. Zní to idealisticky. Ve skutečnosti je to ale hodně tvrdá práce.

Sociální podniky usnadňují vstup do zaměstnání lidem, kteří jsou nějakým způsobem sociálně znevýhodněni. Etnickým menšinám, těm, kteří se vrátili z vězení, ale především lidem se zdravotními postiženími. Dávají jim důstojnou práci, což vylepší jejich rodinný rozpočet a zlepší i jejich psychiku. Navíc je to levnější než vyplácení podpor a sociálních dávek. „Sociální podnikatele proto vnímám jako ‚hnačí motor‘ společenské odpovědnosti. Oni jsou totiž společensky odpovědní již ze své podstaty,“ říká Lucie Mádlová z Asociace společenské odpovědnosti. Pozitivní je i to, že se mezi nimi objevuje stále více mladých lidí.

Sociální firmy se zaměřují na služby nebo výrobky, které v jejich regionu či na trhu obecně chybí. A to ve stejné kvalitě jako u běžných firem. Největší hodnotou jsou ale jejich zaměstnanci. Oproti běžným podnikům jim musí věnovat zvýšenou péči, někdy i podporu po celou dobu pracovního procesu. „Poprat“ se musí s výkyvy v pracovním výkonu a zvýšenou nemocností u některých z nich.

Chtějí být soběstační

Že určité sociální podniky žijí z dotací od státu, různých grantů a darů? Do jisté míry ano. Cílem však je maximální soběstačnost. Tak třeba občanské sdružení Náruč poskytuje už 14 let sociální služby pro postižené děti a jejich rodiny. Před sedmi lety k tomu přidali kavárnu Modrý domeček. „Důvodem byla snaha vytvořit chráněná pracovní místa pro lidi se zdravotními postiženími a také snížit ab-

solutní závislost na dotacích od státu a začít postupně dofinancovat vlastní ekonomické činnosti,“ popisuje Gabriela Cyrnerová z Náruče. Nedávno rozjeli ještě výrobu čerstvých těstovin Pasta Fidlí.

Stejný cíl má i Aranžerie, která vznikla při Společnosti „E“. Už dva a půl roku tu lidé s epilepsií vážou kytice a připravují květinové výzdoby. Hlavně pro firmy, třeba na recepci, na kongresy, také pro festival Pražské jaro. Přibývají ale i zakázky na svatby či narozeniny. „Máme čtrnáct zaměstnanců na dohodu o provedení práce. Podle množství zakázek docházejí do dílny několikrát týdně,“ říká Alena Červenková, předsedkyně Aranžerie. V současné době aranžovací dílnu rozšiřují.

Sociální podnikatele vnímám jako „hnačí motor“ společenské odpovědnosti.

„Do sociálního podnikání patří i organizace, které sice samy znevýhodněné skupiny přímo nezaměstnávají, ale jejich činnost spadá do veřejně prospěšné oblasti,“ vysvětluje Gabriela Kurková ze společnosti P3 - People, Planet, Profit, která se zaměřuje na nové přístupy k sociálnímu podnikání. Jedním z nich je podle ní takzvaný sociální franchising.

Příkladem je program Charitky – krabičky s bonbony s reklamním potiskem. „Na jejich ruční kompletaci se v chráněných dílnách a sociálních podnicích, kterým je udělena výrobní franšíza, podílí zdravotně postižení lidé,“ vysvětluje Miriam Janyšková, zakladatelka Charitek. Současně jde 12 procent z pořizovací ceny Charitek na pomoc nemocným a znevýhodněným dětem. Za dva roky existence program podpořil 324 dětí částkou 425 tisíc korun.

Zajímavý je například i projekt FOREWEAR Markéty Borecké a Zuzany Jurové. Na firemních akcích dělají sbírky nepotřebného oblečení. Část pomůže lidem v nouzi a ze zbytku v chráněné dílně v Chotěboři šest žen šije designové obaly na mobily, tablety, zápisníky či knihy pro firmy i veřejnost.

Dana Jakešová

INZERCE

SIMPLY CLEVER

ŠKODA



EKOLOGICKÁ LOGICKÁ



Kombinovaná spotřeba a emise CO₂ vozu Octavia G-TEC: 5,4 l (CNG 5,4 m³)/100 km, 127 (CNG 97) g/km

Nová ŠKODA Octavia G-TEC

Ohleduplnost k životnímu prostředí i k Vašemu rozpočtu Vám přináší Octavia vybavená motorem 1,4 TSI/81 kW G-TEC. Vůz jezdí na benzinu i na stlačený zemní plyn (CNG), který představuje oproti běžným palivům mnohem „zelenější“ alternativu. CNG se tankuje do dvou bezpečně uložených nádrží. Navíc je tu plnohodnotná 50litrová nádrž na benzin, takže ujedete až 1 330 km bez zastávky u čerpací stanice. A cena vozu? Již od 433 900 Kč. Náklady na provoz si můžete spočítat na online kalkulačce na octaviagtec.cz. Přijďte na ekologickou a ekonomickou zkušební jízdu k nejbližšímu prodejci vozů ŠKODA.

skoda-auto.cz

f /skodacz

YouTube /skodacz

Twitter /skodacz

Clever Inside

ŠKODA usnadňuje život svým zákazníkům každý den.



Bi-fuel technologie



Výhodnější než LPG, benzin nebo nafta



Maximální bezpečí*



Systém Start-Stop

* EuroNCAP - nezávislé sdružení evropských ministerstev dopravy, automobilových klubů, pojišťoven a organizací na ochranu spotřebitele



Lenka Mrázová
předsedkyně správní rady Nadace VIA

» Pomáhat těm, kteří chtějí pomáhat dále

Pro mě je to moje osobní odpovědnost vůči společnosti, lidem kolem mne. To, čím mohu být já svými schopnostmi prospěšná společnosti jako celku. Že pomáhám těm, kteří chtějí pomáhat dále. Nenechám si pro sebe řešení, na něž jsem přišla, způsob práce, jenž se mi nosvědčil. Že dodržuji své závazky a sliby, platné zákony, etické kodexy.



Pavel Černý
spoluzakladatel společnosti Econe

» Je to životní a podnikatelská filozofie

Vnímám ji jako součást DNA. Člověk jí v sobě buď má a žije tak, podniká tak, vede tak firmu. Protože to tak cítí. Nebo je to pro něj jen něco, co by se mělo. Co teď frčí. Nejde to pak ale ze srdce, což je znát. A nemusí jít vždy o velké věci. Stačí malé krůčky každý den - tak, jak to sami v naší firmě hlásáme a děláme.



Markéta Borecká
spoluzakladatelka projektu FOREWEAR

» Podnikání s přidanou hodnotou pro okolí

Společenskou odpovědnost vnímám jako aktivní přístup ze strany firem i jednotlivců, kdy svým předmětem podnikání či jednáním vytvářejí přidanou hodnotu pro své okolí. Chci mít tzv. social enterprise - ziskový podnik, který svým předmětem činnosti řeší otázku nevyužitého oblečení a dává práci lidem v chráněných dílnách.



Gabriela Kurková
spoluzakladatelka P3 - People, Planet, Profit

» Je to součást udržitelného rozvoje

Společenskou odpovědnost vnímám jako součást konceptu udržitelného rozvoje, který je obecně známý. Je to také určitá „samozřejmost“, která by měla být vlastní každé firmě, stejně tak jako udržování vztahů s partnery a zákazníky. Jednou z možností směřování CSR ve firmách může být oblast podpory sociálního podnikání.