**Sociální podnikání: vydělávejte na tom, že se ostatní mají lépe**

Jakožto někdo, kdo se dlouhodobě pohybuje v oblasti ekologie a udržitelnosti, se často setkávám s názorem, že na činnostech, které prospívají životnímu prostředí či společnosti, bychom neměli vydělávat. Děláme to přece pro dobrý pocit, ne? Tak přece za co chceme ještě platit, když tím prospíváme planetě?

Ačkoliv je nepopulární to přiznat, každý potřebuje peníze. Dlouhodobě dělat něco „jen pro svůj dobrý pocit“ není bohužel udržitelné. Pokud člověk chce ze sebe něco dávat ostatním, musí mít nejdříve pokryté své potřeby. Musí mít kde spát, co jíst a nesmí se obávat o to, jak zvládne zase příští měsíc zaplatit účty. Až poté je pro jedince možné darovat něco ze sebe dál pro dobro společnosti.

Protože často právě tato základní podmínka pokrytí svých finančních potřeb ze své prospěšné činnosti není splněna, setkáváme se s vyhořelými ekology a aktivisty. Ti svým srdcovým tématům věnují většinu svého času, ale ještě někde bokem musí vydělávat na jídlo. A takto v dlouhém období často prostě není možné fungovat.

Problém nedostatku peněz v oblasti ekologie a pomáhání společnosti má naštěstí řešení, a tím je sociální podnikání. Sociální podnikání často začne jako aktivita jednoho nadšence nebo malé skupinky lidí, kteří vidí ve společnosti problém a chtějí ho pomoci nějak vyřešit. Podnikání tedy dávno už není jenom o tom vydělat si co nejvíce peněz, ale stále se více a více bere v potaz i to, jaký dopad má podnikání na naší společnosti a životní prostředí.

**Co to tedy je to sociální podnikání?**

Ačkoliv definice sociálního podnikání lze najít v mnoha různých verzích, na základních parametrech se autoři shodují. Pojďme je tedy trochu probrat.

V podnikání je plněn společensky prospěšný cíl. Může se to týkat ať už začleňování znevýhodněných osob do trhu práce, přinášení zaměstnanosti do vyloučených lokalit či ochrana přírody, cílem je vždy něco, co přináší společnosti prospěch.

Bere se zde v potaz environmentální aspekt. Ačkoliv podnik může mít za cíl pomoci například zaměstnanosti v určitém vyloučeném regionu, na mysli musí mít i správné zacházení s místními zdroji, aby podnik na úkor jedné oblasti neničil druhou.

Ačkoliv sociální podniky mají za cíl „vyšší dobro“, stále se musí jednat o životaschopné podnikání, které si na sebe vydělá. Proto musí mít fungující business plán, znát své cíle a též rozumět cenové politice, aby se podniku dařilo fungovat v černých číslech.

Se ziskem se v sociálních podnicích pracuje jinak. U sociálních podniků nejde o to, aby si co nejvíce odnesli akcionáři firmy do svých kapes, ale velká část zisku je reinvestována do rozvoje podniku, jejích zaměstnanců a společensky prospěšných cílů.

Klade se zde důraz na místní prospěch. Sociální podniky jsou často velmi důležité subjekty v lokalitě, kde působí. Jsou například zapojeny do místních iniciativ, zaměstnávají převážně občany z daného regionu a též využívají zdroje, které vyrobí ostatní místní podnikatelé.

Jak je možné vidět z těchto kritérií, sociální podnikání je podnikatelská činnost prospěšná pro všechny strany. Není to o tom, že vyděláváme na něčím neštěstí, ale naopak. Sociální podnikání je tedy poměrně přitažlivou alternativu ke klasickému podnikání převážně pro ženy, které chtějí svou činností pomáhat ostatním.

**Může pomáhání vydělávat?**

Naštěstí v České republice existuje poměrně hodně úspěšných příkladů sociálních podniků, které jsou též i ekonomicky soběstačné. Pojďme si ukázat příklady několika z nich. Je na nich i krásně vidět, jak rozličné sociální podnikání může být.

**I reklamní agentura může pomáhat a být ekologická**

První z podniků, které stojí za zmínění, je [Green Cat](https://green-cat.cz/cz) pod vedením Judity Nechvátalové, což je poměrně zajímavý sociální podnik, který vznikl jako způsob financování pro vzdělávací organizaci [TEREZA](http://terezanet.cz/cz). Organizace TEREZA se zaměřuje na vzdělávání mladých převážně v ekologických tématech. Protože je vzdělávání poměrně finančně náročné a ne příliš samo na sebe vydělávající, řešením bylo založit přidruženou firmu, která by na činnost TEREZY vydělávala. A tak vznikla ekologická reklamní agentura Green Cat, která díky svým výdělkům finančně podporuje činnost právě této vzdělávací organizace.

A že nemůže existovat ekologická reklamka? To vám může vyvrátit nabídka, kterou nabízí, ať už je to jejich rostoucí papír, ptačí krmítka či právě jejich zaměření se na reklamní činnost u firem, které jsou v soulady s jejich postoji. Green Cat funguje již skoro 7 let a i ekonomicky se jí dobře daří.

**Plenky prostě frčí**

Jako další příklad sociálního zmíním firmu [Bamboolik](https://www.bamboolik.cz/) se zakladatelkou Zuzanou Hlouškovou. Bamboolik je firma, která se zaměřuje na výrobu ekologických látkových plen pro děti. V čem pomáhají společnosti? Nejenom že se zaměřují na redukci odpadu u dětí za pomoci jejich znovupoužitelných látkových plen, ale též kladou důraz na přírodní složení a na převážně lokální dodavatele materiálů, které používají.

Co je důležitou součástí jejich firmy je lokální výroba plen v České republice nejen v několika chráněných dílnách, ale nyní i ve vlastní šicí dílně, kde umožňují maminkám s malými dětmi či maminkám-samoživitelkám pracovat na flexibilní a zkrácené úvazky. Svojí činnosti tedy nejenom napomáhají eliminovat problematický odpad, ale též poskytují flexibilní úvazky maminkám, což je v mnoha firmách opomíjeno. Firma je zároveň i ekonomicky soběstačná a své plenky již vyváží do několika zemí po celé Evropě.

**Keramika, která přitahuje pozornost**

Poslední příklad sociálního podniku je tak trochu jinak zaměřený, a to na obnovu opuštěné lokality. [Keramika Maříž](https://www.keramika-mariz.cz/) působí na pomezí českomoravsko-rakouských hranic a vznikla v opuštěné vesnici Maříž, kam se přes 30 let nesmělo, protože byla příliš blízko rakouské hranici. V 90. letech se jednalo o téměř zapomenuté místo a právě keramická dílna do této oblasti z velké části za posledních 30 let vnesla život. Nyní Keramika Maříž nabízí kromě prodeje kvalitní keramiky i ubytování či pohoštění. V opuštěném pohraničí poskytují práci a podílí se tak na obnově dlouho zapomenutého místa. Podnik nyní vede Markéta Trubáčková, manželka zakladatele Keramiky Maříž.

**Kde hledat spojence?**

Sama z vlastní zkušenosti vím, jak je občas těžké ve svém okolí hledat spojence, kteří by měli stejný cíl, jako já. V oblasti sociálního podnikání naštěstí existuje projekt, který tyto podniky sdružuje. Jedná se o projekt [Slušná firma](https://slusnafirma.cz/), jehož spoluzakladatem je [Tomáš Hajzler](https://www.tomashajzler.com/), který dlouhodobě upozorňuje na neférové praktiky velkých korporací a podniků. Právě Slušná firma sdružuje prospěšné a sociální podniky, kterým jde více než o zisk a nabízí jim možnosti zapojení se do komunity, získání širší prezentace firmy a též možnost účastnit se pravidelných setkání projektu.

Kromě projektu Slušná firma se nabízejí i různé akcelerační programy, které s rozvojem podnikání pomohou. Například pro podnikatele v oblasti pozitivního dopadu na klima je dostupný akcelerátor [Climate Challenge](https://climatechallenge.impacthub.cz/) pořádaný Impact Hubem, v rámci kterého účastníci získají mentora pro své podnikání, porady s experty a mnoho různých workshopů.

**Odvrácená stránka dobra**

Bohužel ne všechno je u sociálních podniků vždy růžové. Ačkoliv je sociální podnikání záležitost, která přináší přínos pro společnost, bohužel to není něco, co by stát náležitě oceňoval. Etiku firmy tak stát často obrátí proti ní samotné. To je možné vidět i při současné pandemii koronaviru, kde často státní aparát hází právě malým a středním podnikům klacky pod nohy. Jako příklad smutného státního zacházení se sociálním podnikem bych ráda uvedla právě již zmiňovanou Keramiku Maříž. Ta bohužel musí vracet částku z jarního programu Antivir kvůli tomu, že se zpozdila s platbou sociálního pojištění o jeden den (jeho splatnost byla jedna z podmínek programu). Mohla za to nezodpovědnost? Ne, mohla za to etika.

Tento podnik je bohužel jedním z těch, který je kvůli koronavirové krizi dlouhodobě zavřený. Nahromadila se jim kupa faktur a místo toho, aby co nejdříve zaplatili sociální pojištění státu, dali přednost zaplacení faktur svým dodavatelům. Mnoho z těchto dodavatelů totiž byly též malé sociální podniky, které na těchto příjmech závisely. Nakonec sociální pojištění Keramika Maříž zaplatila na poslední chvíli: v poslední den splatnosti. Bohužel platba se připsala až o den později a tedy z pohledu státu nesplnili podmínku programu Antivir. Musí tak vracet 80 tisíc korun, které dlouhodobě zavřený podnik velmi zatížil. Ačkoliv se majitelka snažila úřadu vysvětlit, že platbu poslala v poslední den splatnosti a též své důvody pro to, úřad její vysvětlení odmítl s tím, že žádné výjimky se nedělají a že je její motivace nezajímá. Tohle je smutná situace z českého státního systému, kde věci, jako etiku, nikdo neřeší.

**Každý může pomáhat**

Ačkoliv sociální podnik zní jako velmi přitažlivá myšlenka, jak pomocí světu vyděláváním peněz, i malí podnikatelé a živnostníci mohou svojí činností pomoci, aniž by nutně museli zakládat sociální podnik. V České republice i v zahraničí naleznete mnoho příkladů podnikatelů, kteří veřejně deklarují, že část zisků z jejich podnikání jde na smysluplné účely. Já osobně to tak mám nastavené i u sebe, 5 % ze zisku z prodeje své [knížky o bezodpadové domácnosti](http://www.konecdobyodpadove.cz/) a z [e-booku o ekologickém investování](https://zalepsizivot.cz/ekologicke-investovani/) věnuji na neziskové organizace.

Podobný záměr můžete najít i třeba u různých e-shopů, například u ekologicky zaměřeného [e-shopu Organikk](https://www.organikk.cz/?a_box=zwq3z3jn), který 5 % z každé objednávky zasílá na účet organizace Justice for Nature. Každý z nás může světu trochu pomoci a i sebemenší částka na smysluplnou činnost organizace se počítá. Pokud podnikáte, co darovat část i z vašeho příjmu na smysluplné organizace?

Právě sociální podniky mohou být skvělou alternativou ke klasickému podnikání, pokud skrz podnikatelskou činnost chcete prospět společnosti a vyššímu dobru. Vydělávání peněz a pomoc si nemusí odporovat, právě naopak. I peníze mohou smysluplně pomáhat. Je jen potřeba mít i fungující business model, který zajistí finančně jak vás, tak i vygeneruje dostat zisku právě pro pomoc ostatním.