

## **Abstrakt**

Výzkum „Sociální hodnota a její měření v třetím sektoru“ je zaměřen na měření sociální hodnoty sociálních podniků, které tvoří součást konceptuálního rámce třetího sektoru. Sociální podniky v současné době čelí výzvě posouzení a měření sociální hodnoty (sociálního dopadu). Prokazování sociální hodnoty je požadováno řadou zúčastněných stran, včetně samotných sociálních podniků. Existuje mnoho přístupů k měření sociální hodnoty, ale žádný nebyl široce přijat a tento prostor je charakterizovaný metodologickým pluralismem. V České republice je oblast měření sociální hodnoty v třetím sektoru stále nedostatečně prozkoumanou, a to navzdory současnému politickému a ekonomickému klimatu, kdy vzrůstají požadavky zúčastněných stran na ukazatele, které dokážou zachytit výkonnost organizací. Stejně jako v zahraničí zde neexistuje jednotně přijímaný nástroj k měření sociální hodnoty či sociálního dopadu.

Hlavním cílem výzkumu, který je rozdělen do dvou dílčích výzkumů „Měření sociální hodnoty sociálních podniků“ a „Longitudinální studie“, je měřit sociální hodnotu sociálních podniků v České republice a provést jejich vzájemnou komparaci (benchmarking). Dílčími cíli jsou sledovat vývoj měření a změny sociální hodnoty u vybraného sociálního podniku v průběhu delšího časového období (4 roky), ověřit indikátor sentimentu, zjistit vliv vzdálenosti na sociální hodnotu a dále zhodnotit S/E Ratio metodu a posoudit vhodnost použití zvolené zahraniční metody pro sociální podniky v českém prostředí. V souladu s cíli a výzkumnými otázkami je použita integrovaná výzkumná strategie kombinující kvalitativní a kvantitativní techniky sběru a interpretace dat. Jedná se o výzkum se smíšeným módem sběru dat. Pro sběr dat jsou využity následující triangulační techniky a nástroje sběru dat: analýza dokumentů, rozhovory (expertní a polostrukturované) a dotazníková šetření. K měření a analýze sociální hodnoty je použita zahraniční metoda Social Earnings Ratio (S/E Ratio), která doposud nebyla v České republice aplikována.

Provedeným výzkumem byly zjištěny následující závěry: Nejeфекtivnější/nejvýkonnější byly sociální podniky byznys modelu/sociální podniky z tržního odvětví sociální ekonomiky, které vykazovaly také největší finanční nárůst (%) v závislosti na vytvářené sociální hodnotě. Z hlediska výsledku celkové sociální hodnoty a přidané sociální hodnoty to byly sociální podniky podnikatelsko-neziskového modelu, které vytvářely signifikantně vyšší hodnoty, přibližně trojnásobně. U vybraného sociálního podniku (VSP) bylo zjištěno, že ve sledovaném období čtyř let vykazoval téměř shodnou

efektivitu/výkonnost i podobný nárůst (%). V roce 2015 oproti ostatním rokům vytvořil velké množství celkové sociální hodnoty, vyšší přidanou sociální hodnotu, což bylo způsobeno především třemi faktory: 1. vysokými náklady, 2. získáním vyšší finanční podpory od externích subjektů, 3. vyšším počtem skutečně podpořených lidí a zaměstnanců. Dále bylo zjištěno, že pokud dochází k pozitivnějšímu sentimentu, navyšuje se sociální hodnota ve všech klíčových hodnotách. Sociální hodnota také klesá s větší vzdáleností. Je možné provádět benchmarking českých sociálních podniků mezi sebou a se zahraničními sociálními podniky v případě, že se vymezí samostatná kategorie sociálních podniků a vznikne dostupná databáze výsledků měření/platformy sdílení. Kvantitativní metodu S/E Ratio lze při eliminaci rizikových momentů využít k měření organizační sociální hodnoty sociálních podniků v České republice.

**Klíčová slova:** Třetí sektor, sociální podniky, sociální hodnota, měření sociální hodnoty, Social Earnings Ratio