

Abstrakt

Sociální podniky představují entity kombinující filozofie, procesy a strategie neziskového a komerčního sektoru. Jejich cílem je mít společenský dopad a v ideálním případě aplikuje obchodní model, který zajišťuje finanční soběstačnost a možnost reinvestovat výnosy k udržení růstu organizace. Tyto cíle se mohou v budoucnu střetávat, kdy se organizace musí rozhodovat, zda upřednostňovat společenský dopad nebo finanční zisk.

Tento organizační model by měl mít důsledky pro zaměstnance z hlediska řízení, vztahů v organizaci a organizační psychologie. Proto se tato práce zaměří na firemní kulturu dvou sociálních podniků a bude studovat jejich firemní prostředí a aktéry v něm. Hlavním účelem je prozkoumat toto téma a nalézt společné znaky, které vyvstanou z výzkumu.

Teoretická část popisuje čtyři různé konceptuální přístupy k sociálním podnikům. Poté je představena teorie firemní kultury včetně teoretických modelů, které vykreslují prvky charakterizující různé typy firemních kultur. Proměnné, které činí firemní kulturu sociálních podniků unikátní, jsou taktéž zahrnuty. Empirická část zahrnuje šest polostrukturovaných hloubkových rozhovorů se záměrem nalézt společné znaky firemních kultur. V případě jednoho sociálního podniku je zahrnuto i pozorování k zaručení vyšší validity dat. Dohromady vzniklo dvanáct kategorií, jež lze seskupit do tří hlavních témat: lidé a jejich vztahy, vnímání budoucnosti organizace a pracovní prostředí. Diskuze interpretuje výsledky výzkum a vztahy mezi vzniklými kategoriemi.