

Abstrakt

Virtuální svět má pro nás všechny stále větší význam. Zasahuje nejen náš osobní život, ale ovlivňuje také nakupovací návyky. Pro řadu společností je v dnešní době již víceméně nutností být přítomný online. Předkládaná práce je první explorativní analýzou webových stránek sociálních podniků v České republice. Vzorek se skládá ze 128 sociálních podniků, které byly podpořeny Výzvou č. 30 „Sociální ekonomika“ Evropského sociálního fondu, a které jeho prostřednictvím získaly nemalé částky na svůj rozvoj. S přicházejícími veřejnými financemi je tak otázka transparentnosti a otevřenosti ještě více aktuální. Práce popisuje, které informace je možné napříč webovými stránkami sociálních podniků najít, hodnotí míru jejich transparentnosti a sleduje, zda se hlásí k sociálnímu podnikání. Detailně bylo zkoumáno zveřejňování informací, na jejichž základě by bylo možné označit organizaci za sociální podnik, který je v souladu s principy Tematické sítě pro sociální ekonomiku (TESSEA), sítě, která vytvořila první českou definici sociálního podniku. Výsledky ukazují, že většina sociálních podniků webové stránky má. Přestože informace hledané na webových stránkách byly základní, s jejich zveřejňováním mají některé sociální podniky problémy a zveřejňují necelých 40 % hledaných informací. Téměř 82 % společností se hlásí k sociálnímu podnikání, ale jen přibližně čtvrtina k nějakým konkrétním principům. Principy sociálního podnikání dle TESSEA naplňují podniky z necelých 36 %.

Klíčová slova: sociální podnikání, zveřejňování informací, transparentnost, internet, webové stránky