

# Obsah

ANOTACE PUBLIKACE	1
ÚVODNÍ SLOVO	5
<b>ČÁST A: PROČ JSOU VEŘEJNÉ ZAKÁZKY A SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ DŮLEŽITÉ? TEORETICKÝ RÁMEC</b>	<b>7</b>
<b>1. Sociální podnikání: Podnikání, které mění svět k lepšímu</b>	<b>8</b>
1.1 Co je sociální podnikání a jaké má principy?	8
1.2 Sociální podnikání v evropském kontextu	10
1.3 Sociální podnikání v Česku: Kdo jsme, kam směřujeme a jaká jsou aktuální data?	12
<b>2. Pravidla hry: Zákony a strategie pro sociální podnikání v ČR</b>	<b>24</b>
2.1 Sociální kontext a Strategický rámec ČR	24
2.2 Právní kontext a Zákon o integračním sociálním podniku (ZISP)	25
<b>3. Veřejné zakázky: Příležitost pro sociální podniky a spojení, které dává smysl</b>	<b>28</b>
3.1 Proč by měly sociální podniky usilovat o veřejné zakázky?	28
3.2 Nakupování s přidanou hodnotou: Význam sociálně odpovědných veřejných zakázek	29
3.3 Evropská pravidla a česká praxe: Legislativa veřejných zakázek	32
3.4 Jak Zákon o integračním sociálním podniku mění pravidla veřejných zakázek	33
<b>4. Výzvy, inspirace a pohled do budoucna</b>	<b>34</b>
4.1 Na co si dát pozor: Bariéry pro sociální podniky ve veřejných zakázkách	34
4.2 Inspirace ze zahraničí: Jak to dělají jinde?	35
4.3 Budoucnost sociálního podnikání a veřejných zakázek v ČR	38
<b>ČÁST B: NÁVOD PRO VEŘEJNÉ ZADAVATELE: JAK SPRÁVNĚ NAKUPOVAT A PODPOŘIT DOBROU VĚC</b>	<b>41</b>
<b>5. Strategie a nástroje pro zadavatele: Podpořte sociální podniky efektivně</b>	<b>42</b>
5.1 Plánování a komunikace: Základ úspěchu	42
5.2 Mluvte s dodavateli: Předběžné tržní konzultace a akce „Meet the Buyer“	43
5.3 Jak zapojit sociální aspekty do vašich zakázek: Konkrétní možnosti	44
5.4 Otevřete dveře sociálním podnikům aneb odstraňování bariér	46
5.5 Měřte dopad: Sledování a vyhodnocování sociální přidané hodnoty	47

<b>ČÁST C: NÁVOD PRO SOCIÁLNÍ PODNIKY: JAK USPĚT VE VEŘEJNÝCH ZAKÁZKÁCH</b>	<b>49</b>
<b>6. Cesta k veřejné zakázce: Průvodce pro sociální podniky</b>	<b>50</b>
6.1 Kde hledat příležitosti: Orientace na trhu veřejných zakázek	50
6.2 Co musíte splnit: Kvalifikace a potřebné dokumenty	51
6.3 Jak připravit vítěznou nabídku: Tipy a triky	52
6.4 Spolupráce se vyplácí: Společné nabídky a role poddodavatele	53
6.5 Ukažte, v čem jste jedineční: Jak komunikovat váš sociální přínos	54
<b>7. Inspirujte se: Příklady sociálních podniků, které realizovaly VZ</b>	<b>55</b>
<b>ČÁST D: UŽITEČNÉ ZDROJE A KONTAKTY</b>	<b>85</b>
<b>8. Přehled klíčových evropských a mezinárodních dokumentů</b>	<b>86</b>
<b>9. Seznam legislativních a strategických dokumentů ČR</b>	<b>87</b>
<b>10. Kontakty na podpůrné organizace a instituce v ČR</b>	<b>88</b>
<b>11. Příklady šablon a modelových dokumentů</b>	<b>90</b>
<b>SLOVNÍČEK POJMŮ</b>	<b>104</b>
<b>ZÁVĚREČNÉ SHRNU TÍ</b>	<b>105</b>
<b>KOMPLETNÍ PŘEHLED ODKAZŮ NA ODBORNÉ ZDROJE A PRÁVNÍ PŘEDPISY</b>	<b>106</b>