

Vysoká škola aplikované psychologie, s. r. o.

Akademická 409, 411 55 Terezín



Psychologické faktory ovlivňující úspěšné podnikání ženy
Psychological factors influencing a woman's successful
entrepreneurship

Bakalářská práce

Eva Klesová

2021

doc. ThDr. Patrik Maturkanič, PhD.

VYSOKÁ ŠKOLA APLIKOVANÉ PSYCHOLOGIE TEREZÍN



Akademická 409, 411 55 Terežín, info@vsaps.cz, www.vsaps.cz

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

akademický rok 2020/2021

Jméno a příjmení studenta:	Eva Klesová
Studijní program:	Personální a interkulturní management
Název tématu práce v českém jazyce:	Psychologické faktory ovlivňující úspěšné podnikání ženy.
Klíčová slova v českém jazyce:	Psychologie práce, podnikání, podnikání žen, úspěch, typologie osobností, motivace.
Název tématu v anglickém jazyce:	Psychological factors influencing women's successful entrepreneurship.
Klíčová slova v anglickém jazyce:	Work psychology, entrepreneurship, women's entrepreneurship, success, personality typologies

1.	Zdůvodnění tématu (min. 7 řádků): Jako sama podnikatelka mě téma zajímá, ráda bych se dozvěděla něco o psychologických faktorech, které vedou k úspěšnému podnikání žen a porovнала se svojí zkušeností. Ve svém okolí mám podnikatelky, které jsou více či méně úspěšné, a když se nad tím zamyslím, zajímalo by mě, jak se dá rodinný život skloubit s podnikáním.
2.	Formulace problému, který bude v práci řešen (min. 10 řádků): Jaké jsou faktory vstupu žen do podnikání? Jaké faktory ovlivňují úspěšné podnikání ženy? Jakého jsou druhu a kde jsou zdroje těchto faktorů? Jakým způsobem faktory ovlivňující úspěšné podnikání ženy v podnikání využít? Dá se podnikání skloubit s rodinným životem?
3.	Cíl práce max. 5 řádků: Rešerše dostupných odborných zdrojů metodou komparace a následné explanace komparovaných výstupů. Analyzovat a popsat psychologické faktory, která vedou k úspěšnému podnikání žen a dílčím cílem výzkumu je ověření souvislosti vztahu mezi úspěšným podnikáním ženy a sladěním rodinného života
4.	Charakteristika použitých metod: Rešerše dostupné literatury s následnou komparací. Kvantitativní metoda výzkumu prostřednictvím dotazníku. Zvolený způsob dotazování je online dotazník prostřednictvím internetu.
5.	Struktura práce, pracovní rozčlenění kapitol (podkapitol): teoretická a praktická část Teoretická část: 1. ŽENA A PODNIKÁNÍ 1.1. ZÁKLADNÍ POJMY PODNIKÁNÍ, PODNIK, PODNIKATEL

	<p>1.2. DĚLENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI ŽEN PODNIKATELEK 1.3. HISTORICKÝ VÝVOJ ŽENY V PRACOVNÍM PROSTŘEDÍ 2. FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VSTUP DO PODNIKÁNÍ 2.1. POZITIVNÍ FAKTORY 2.2. NEGATIVNÍ FAKTORY 3. ÚSPĚŠNÁ PODNIKATELKA 3.1. CHARAKTERISTICKÉ RYSY ÚSPĚŠNÉ PODNIKATELKY 3.2. PODNIKÁNÍ JAKO ZPŮSOB SLADĚNÍ RODINNÉHO A PRACOVNÍHO ŽIVOTA</p> <p>Praktická část: Výzkum – Dotazník Výsledek dotazníku – analýza Porovnání výsledků dotazníků s vlastní zkušeností</p>
6.	<p>Odborná literatura – seznam vybrané literatury k jednotlivým kapitolám teoretické a praktické části (min. 20 titulů, 3 recenzované časopisy, 3 zahraniční zdroje, případně internetové odkazy):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ANÝŽOVÁ, Petra a VEČERNÍK, Jiří, ed. <i>Vzdělání, dovednosti a mobilita: zaměstnání a trh práce v České republice a evropských zemích</i>. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4294-9. 2. DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. <i>Řízení lidských zdrojů</i>. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-347-9. 3. FARKOVÁ, Marie. <i>Vybrané kapitoly z psychologie</i>. Praha: Vysoká škola J. A. Komenského, 2006. ISBN 80-86723-22-4. 4. HUMLOVÁ, Vlasta, POZATKOVÁ, Blanka a FIALOVÁ, Vendula. <i>Podnikání a podnik</i>. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2005. ISBN 80-86764-19-2. 5. JOHN, Alexandra, 2015. <i>Sama sobě šéfm</i>. Jihlava: Baroque Partners s. r. o. ISBN 978-80-87923-07-8. 6. KARSTEN, Hartmut. <i>Ženy – muži: Genderové role, jejich původ a vývoj</i>. Praha: Portál, 2006. Spektrum (Portál). ISBN 80-7367-145-x. 7. KŘÍŽKOVÁ, Alena. <i>Životní strategie žen a mužů v řízení (a) podnikání</i>. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007. Sociologické disertace. ISBN 978-80-7330-125-5. 8. LENDEROVÁ, Milena. <i>K hříchu i k modlitbě: žena devatenáctého století</i>. Vydání druhé. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3540-8. 9. LUKEŠ, Martin a NOVÝ, Ivan. <i>Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností</i>. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-125-9. 10. MATURKANIČ, Patrik. <i>Základy etiky: vybrané otázky z praktické filosofie: vysokoškolská učebnice</i>. Terezín: Vysoká škola aplikované psychologie, 2018. ISBN 978-80-87871-05-8. 11. OAKLEY, Ann. <i>Pohlaví, gender a společnost</i>. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-403-6. 12. POZATKOVÁ, Blanka a BRŇOVJÁKOVÁ, Martina. <i>Podnikání a ženy</i>. Havířov: in-PRESS CZ, 2015. ISBN 978-80-905178-4-4. 13. PONĚŠICKÝ, Jan. <i>Fenomén ženství a mužství: psychologie ženy a muže, rozdíly a vztahy</i>. 4. vyd. Praha: Triton, 2012. Psychologická setkávání. ISBN 978-80-7387-546-6. 14. SECKÁ, Milena. <i>Americký klub dam: krůček k ženské vzdělanosti</i>. Praha: Národní muzeum, 2012. ISBN 978-80-7036-366-9.

15. SLAVÍČKOVÁ, Pavla, ed. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016. ISBN 978-80-7422-508-6.
16. SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
17. OČENÁŠKOVÁ, Veronika. *Ženy v akademických povoláních: osobní a profesní spokojenost*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4793-3.
18. VOCHOZKA, Marek a MULAČ, Petr. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.
19. CAMERON, Deborah. *The myth of Mars and Venus: Do men and women really speak different languages*. New York: Oxford University Press, 2007. ISBN 9780199550999.
20. KOELLINGER, Philipp, MINNITI, Maria, SCHADE, Christian. *Gender Differences in Entrepreneurial Propensity*. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 75: 213-234. April 2013. Online ISSN 1468-0084. doi:[10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x).

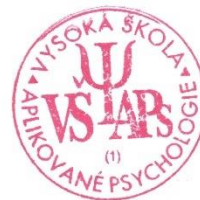
Souhlas vedoucího práce

Jméno vedoucího: **doc. ThDr. Patrika Maturkaniče, PhD.**

Podpis:..... dne: 

Souhlas prorektora pro vědu a výzkum, **doc. ThDr. Patrika Maturkaniče, PhD.**

Podpis:..... dne: 



Prohlašuji, že odevzdanou práci na téma Psychologické faktory ovlivňující úspěšné podnikání ženy jsem vypracovala samostatně, s použitím uvedené literatury a práci jsem neodevdala na žádné jiné škole k získání atestace.

V Terezíně dne 30. března 2021

.....
Eva Klesová

Poděkování

Děkuji panu docentu Patriku Maturkaničovi za podporu a vedení mé práce. Za podnětné rady a čas, který mé práci věnoval. Také děkuji respondentkám, které se zúčastnily dotazníkového šetření a poskytly mi tak relevantní informace.

ANOTACE

Bakalářská práce je zaměřena na téma úspěšné podnikání a psychologické faktory ovlivňující úspěšné podnikání. Teoretická část popisuje základní pojmy, historický vývoj žen v pracovním prostředí, faktory ovlivňující vstup do podnikání, dále charakteristické rysy úspěšné podnikatelky a sladění soukromého a pracovního života. Praktická část se zaměřuje na vlastnosti a kompetence vedoucí k úspěšnému podnikání a zda sladění soukromého a pracovního života je nezbytnou součástí pro úspěšné podnikání ženy.

KLÍČOVÁ SLOVA

Kompetence, podnikání, psychologické faktory, úspěch, work-life balance

ANNOTATION

The bachelor thesis is focused on the topics of successful entrepreneurship and psychological factors influencing successful entrepreneurship. The theoretical part describes the basic concepts, the historical development of women in the work environment, the factors influencing the entry into entrepreneurship, further influencing the features of successful entrepreneurs and the reconciliation of private and professional life. The practical part focuses on the characteristics and competencies leading to successful entrepreneurship and whether the reconciliation of private and professional life is a necessary part for successful entrepreneurship of women.

KEY WORDS

Competence, entrepreneurship, psychological factors, success, work-life balance

OBSAH

ÚVOD.....	1
1 ŽENA A PODNIKÁNÍ.....	4
1.1 Základní pojmy podnikání, podnikatel a podnik.....	4
1.2 Dělení podnikatelské činnosti	7
1.3 Historický vývoj ženy v pracovním prostředí	10
2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VSTUP DO PODNIKÁNÍ.....	14
2.1 Pozitivní faktory	15
2.2 Negativní faktory	17
3 ÚSPĚŠNÁ PODNIKATELKA	19
3.1 Charakteristické rysy úspěšné podnikatelky	20
3.2 Podnikání jako způsob sladění soukromého a pracovního života.....	23
4 PRAKTICKÁ ČÁST	26
4.1 Cíl a výzkumné otázky.....	26
5 DISKUZE	38
ZÁVĚR	42
LITERATURA	44
SEZNAM TABULEK	46
SEZNAM GRAFŮ	46
PŘÍLOHA – DOTAZNÍK	47

ÚVOD

Člověk je tvor společenský a podnikavý, to je nezpochybnitelné. Pojem podnikání není definován dlouho a i ženy, jako podnikatelky pojmenováváme krátce. A to z toho důvodu, že v naší společnosti převládá názor, že hlavní pracovní náplní ženy je péče o domácnost a rodinu a po dlouhou dobu naší historie to tak bylo. A i když v tuto chvíli máme rovnoprávnost žen většinou ukotvenou v zákonech, dílčích předpisech a nařízeních, společnost nemůže změnit myšlení, které je staré tisíce let za tak krátkou historii změn, která trvá 100 až 150 let.

Až v první polovině 19. století si žena začíná uvědomovat vlastní hodnotu, že nechce vlastní čas věnovat pouze rodině, ale chce se angažovat i v jiných, zejména společenských oblastech. S tím jsou ale spojené další nároky. Každé ženě pečující o rodinu přibývá další starost, a to chození do práce. A také jak v historii, tak v dnešní době se na ženy pohlíží, ne úplně pozitivně, pokud chtějí pracovat a obstát v patriarchálně nastavené společnosti. Je to něco, s čím se musí každá žena vypořádat. S čím se bude muset vypořádat celý svět. To, jak se ženám povedlo skloubit profesní a soukromý život, a přesto zůstat ženou v tom nejlepší slova smyslu, ukáže až čas.

Motivací pro výběr tématu práce je má více než desetiletá osobní zkušenost/praxe v podnikatelské oblasti. Před podnikatelskou činností jsem pracovala na různých manažerských pozicích, mé dlouholeté pracovní pozice, a to včetně manažerských, mi poskytují širokou škálu zkušeností, jež mi naskýtají pohled z mnoha různých úhlů. Aniž bych o tom dopředu přemýšlela, po uplynulých 10 letech bych podnikání hodnotila jako „úplně něco jiného“, než manažerskou pozici v zaměstnaneckém poměru. I když jsem si myslela, že být manažerkou v nadnárodní společnosti bude stejné, jako být manažerkou ve svém podniku. Vzhledem k tomu, že se ve své profesi setkávám s mnoha typy podnikatelů a podnikatelek, ráda bych ještě více zmapovala jejich počínání.

Ať už jsem pracovala v manažerských pozicích, rozhodovala se o vstupu do podnikání, vlastní podnikání zahajovala anebo dále rozvíjela, vždy byl mým leitmotivem především můj syn a láska ke vzdělávání. Na jedné straně, a na počátku mého podnikání, stál zájem o efektivnější možnosti vzdělávání dětí, a to už od nejtělejšího věku. Tím se nastrovalo mé podnikání (výuka angličtiny jinak, vzdělávání hudbou, předškolní zařízení). Zároveň jsem ale po celou dobu mého podnikání řešila rovnováhu mezi časem v práci a doma, tedy čas věnovaný podnikání a výchově svého syna. A také jak dělat svoji

práci co nejlépe. Jak být dobrým lídrem a užitečným podnikatelem. Díky mé práci bych se tak chtěla více zaměřit na téma žen podnikatelek a porovnat výsledky a výstupy práce s vlastní životní zkušeností z mého podnikání. Žena začne podnikat, vede své zaměstnance, ale přitom je stále její prioritou její nejbližší rodina, převážně pak potomci, což ovšem vyplývá ze samotné podstaty ženství, sama pak mohu ze svého úhlu popsat své zkušenosti, kdy se i veškeré podnikání směřovalo, kam směřoval zrovna vývoj mého dítěte.

Cílem bakalářské práce v teoretické části je rešerše dostupných odborných zdrojů metodou komparace a následné explanace komparovaných výstupů. V praktické části formou dotazníkového šetření zjišťuji, jaké vlastnosti ovlivňují úspěch v podnikání, dále jak se dá či nedá skloubit soukromý život s podnikáním a v neposlední řadě, jak soukromý život a povahové vlastnosti ovlivňuje úspěšnost podnikatelky.

V první teoretické části se zaměřuji na výklad pojmů, jaké nese znaky podnik, podnikání a podnikatel, jak se na ně díváme z různých úhlů pohledu. Dále se zaměřuji na přístup k práci žen, na historii a vývoj emancipace, kdy se emancipace objevuje ve světě a na co je zaměřena. Je nezbytné zamyslet se nad tématem uplatnění žen na trhu práce, jakým způsobem se toto uplatnění projevuje u nás a jaké znaky toto uplatnění nese. Druhá kapitola je věnována faktorům ovlivňujícím vstup do podnikání, a to jak pozitivním, tak negativním. Ve třetí kapitole se zabývám úspěchem podnikatelek, co je vlastně úspěch a jak k němu přispívá sladění pracovního a soukromého života.

V českém prostředí je toto téma zatím velmi málo uchopené a probádané, což dokazuje i malý výběr odborné literatury. Většina dostupných zdrojů se zaměřuje pouze na populárně zaměřené rozhovory s podnikatelkami. V roce 2013 vznikla studie, která nabízí komplexní analýzu kompetencí podnikatelek. Byl proveden dotazníkový průzkum mezi podnikatelkami v Anglii a Walesu. Jádrem dotazníku byl seznam podnikatelských kompetencí sestavený z předchozích teoretických a empirických rámců spolu s Likertovými škálami, pomocí nichž byli podnikatelé vyzváni, aby hodnotili své schopnosti ve vztahu ke každé kompetenci. Byly identifikovány čtyři hlavní klasy kompetencí: osobní a vztahové, obchodní a manažerské, podnikatelské a mezilidské kompetence. Rámec kompetencí ženských podnikatelek vytvořený tímto výzkumem lze konkrétně použít k podpoře podnikatelek při hodnocení jejich kompetencí.

Základními zdroji pro moji teoretickou část byly knihy Podnikání a ženy od autorek Poczátková a Brňovjanská, Pracovní dráhy žen v české republice od Aleny Křížkové, dále kniha Ženy podnikatelky v minulosti a současnosti, kde Slavičková zmapovala historii podnikání v českých zemích a v neposlední řadě jsem čerpala z Psychologie podnikání: Osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností od autorů Lukeše a Nového.

1 ŽENA A PODNIKÁNÍ

V první kapitole a jejích podkapitolách se zaměříme na vysvětlení základních pojmů a také se budeme věnovat nezbytnému minimu právního rámce podnikání. Nedílnou součástí této kapitoly bude historický vývoj ženy v pracovním prostředí, zejména v kontextu české historie. Vzhledem k rozsahu práce se jedná pouze o krátký a základní diskurz, který nám pomůže nahlédnout do tématu s cílem ukázat, že téma postavení ženy ve společnosti, potažmo problematika genderu není žádnou novinkou.

Žen podnikatelek navzdory všem překážkám a stereotypům neustále přibývá. A to i v oborech, které byly donedávna doménou mužů. Podíváme-li se na téma žen a podnikání z perspektivy genderu, může se podnikání pro ženy stát efektivním řešením diskriminace na trhu práce, případně přímo ve společnosti, ale i sladěním soukromého a pracovního života.

1.1 Základní pojmy podnikání, podnikatel a podnik

Člověk je podnikavý od přírody. Podnikání je základem lidské kultury a civilizace. Kdybychom nebyli podnikaví, nesvítili bychom elektřinou a nejezdili v autech, nebyl by jednoduše řečeno pokrok. Člověk, pokud vidí příležitost na trhu a je dostatečně odvážený, zakládá podnikání a podnik a stává se z něj podnikatel. Aby na trhu podnikatel uspěl, musí umět rozpoznat a uchopit příležitosti, a to nejen na začátku, ale i v průběhu podnikání. Trendem poslední doby je nárůst žen podnikatelek.

Základní pojmy v dnešní podobě byly zavedeny až v polovině 18. století. Kdy si Richard Cantillon (1680-1734) uvědomil novou profesi, kterou nazval jako „entrepreneur“ podnikatel. V doslovném překladu z francouzštiny toto slovo znamená „prostředník“. Ve skutečnosti bylo obsahem této role převzetí odpovědnosti a rizika za realizaci většího projektu.

Podnikání

Dle Srpové a Řehoře (2010, str. 19-20) se vykrystalizovaly tři pojetí podnikání. Jeden jako proces neboli činnost, tj. vytvoření něčeho navíc. Druhé pojetí jako přístup neboli metoda. A třetí je podnikání jako hodnotová orientace. Z hlediska teorie lze také podnikání rozčlenit dle tří stupňů: ekonomický přístup, jde o roli podnikatele v ekonomickém rozvoji, psychologický přístup, jedná-li se o hledání typických vlastností

podnikatele a poslední, sociálně-ekonomický přístup, kde je hlavním tématem hledání vlivu prostředí na úspěch podnikatele.

Zatímco dříve byl pojem podnikání ustanoven v obchodním zákoníku, od roku 2014 již jeho výklad v žádném zákoně nenajdeme. Můžeme ho však odvodit z výkladu pojmu podnikatel uvedeného v §420 odst. 1 nového občanského zákoníku následujícím způsobem: „*Podnikáním se rozumí samostatná výdělečná činnost vykonávaná na vlastní účet a odpovědnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku,*“ (Poczatková a Brňovjáčková, 2015, str. 41).

Další dodávají, že podnikání je cestou k dosažení zisku zejména prostřednictvím uspokojování cizích potřeb (Vochozka, Mulač a kolektiv, 2012, str. 34).

Dle Živnostenského zákona: „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem,*“ (§ 2 odst. 1 zákona č. 455/1991 Sb. živnostenský zákon).

Přitom soustavná činnost znamená, že činnost je vykonávána nepřetržitě a opakovaně. Samostatnost znamená, že ji fyzická osoba vykonává osobně (právnícká osoba pak prostřednictvím statutárního orgánu).

Podnikatel

Podle Srpové a Řehoře (2010, str. 30) rozlišujeme dva typy podnikatelů. Primárního, kdy se jedná vždy o fyzickou osobu – vlastníka podniku, přičemž je pro vlastníka podnik nástrojem podnikání. A sekundárního podnikatele, kdy podnikatel jen podnik spravuje.

Nový občanský zákoník definuje podnikatele následujícím způsobem: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele,*“ (Poczatková a Brňovjáčková, 2015, str. 42).

Podnik

Nový občanský zákoník nově definoval namísto pojmu podnik, pojem obchodní závod: „*Obchodní závod je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti,*“ (Nový občanský zákoník, § 502).

Nicméně pro účely této práce se budeme držet ustáleného a používaného pojmenování podnik.

Podle Srpová a Řehoř (2010, str. 35) je podnik v nejobecnějším výkladu chápán jako subjekt, ve kterém dochází k proměně vstupů k výstupům. Obsáhleji je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání.

Hlavním cílem podniku je v krátkodobém horizontu maximalizace zisku, v dlouhodobém zase maximalizace hodnoty podniku (Humlová, Poczatková, Fialová, 2005, in: Poczatková a Brňovjáčková, 2015, str. 43).

Mluvíme-li o podnikání v Česku, většina lidí si představí podnikání po roce 1989. Tehdy došlo k otevření trhu a k podnikání tak, jak ho známe dnes. Počátky podnikání však sahají daleko do historie a základem podnikání byla řemesla. Od 14. století se řemeslníci sdružovali do cechů. První u nás byl cech mincovní a krejčí. Udržely se do nástupu manufakturní výroby. Zlom nastal v roce 1860, kdy císař vydal živnostenský řád. Tím bylo legalizováno svobodné podnikání a hospodářská politika. Předpisy byly dost uvolněné a díky tomu došlo k poklesu kvality výrobků a služeb. Proto došlo k novelizaci v letech 1883 a 1885 a následně od devadesátých let 19. století dalších postupných úprav. Živnostenský řád, o kterém hovoříme, se stal platnou právní normou také v nově vzniklém Československu po roce 1918 a zrušen byl v roce 1965, kdy skončilo i samostatné živnostenské podnikání až do politických změn v roce 1989 (Slavičková, 2016, str.128-129).

Nedá se také nezmínit, že na podnikatele jsou ze strany veřejnosti různé pohledy. Jedna část pohlíží na podnikatele skepticky, vnímá je jako ty, kteří vykořisťují, na něž musí ostatní pracovat, vnímá je jako ty, co se honí jen za ziskem. Druhá část na podnikatele pohlíží jako na ty, co mají odvalu, spoustu nápadů anebo s obdivem, že si úspěšně plní své sny. Pohledy veřejnosti jsou různé a také záleží na tom, jak je podnikání vykreslováno médií nebo veřejnými autoritami jako je vláda a politická reprezentace. Faktem zůstává, že existuje spousta typů podnikatelů, a stejně tak, jako v jiných profesích, existují dobří, ale i špatní podnikatelé.

Také je potřeba zmínit, že ne jeden úspěšný podnikatel při prvním pokusu zkrachoval nebo neuspěl a musel se poučit z chyb a začít znovu. V současné době je bohužel negativní příběh stále ještě mediálně přitažlivější, než úspěšný nebo prospěšný

podnikatelský počin. I když se situace přeci jen lepší a společnost již tolik nelačnící po neúspěchu podnikatelů jako dříve.

Hledají se tak různé cesty, jak zlepšit postoj nejen společnosti, ale i politické reprezentace k podnikatelům. Vhodná doporučení najdeme například v dokumentu – Green Paper Entrepreneurship in Europe vydaný Evropskou komisí v roce 2003. Přínosné jsou také příklady úspěšných podnikatelů nejen v televizních pořadech a médiích ale také soutěžích, jako je Podnikatel roku, Podnikatelka roku.

Podnikání je důležité z mnoha úhlů pohledu. Podnikání uspokojuje poptávku lidí a tím uspokojuje jejich nenaplněné potřeby. Podnikatelé jsou hnací silou tržní ekonomiky. Podnikání pomáhá vytvářet lidský a intelektuální kapitál a využít ho. Podnikatelé vytváří pracovní místa. Podnikání je klíčové pro konkurenceschopnost a přispívá k hospodářskému růstu (Psychologie podnikání, Lukeš, Nový a kol., 2005, str. 38).

1.2 Dělení podnikatelské činnosti

V základním legislativním dělení v podnikatelské činnosti lze vymezit dvě formy podnikání. Ženy, stejně tak ale i muži si mohou založit živnost a podnikat jako fyzické osoby na své jméno (tedy osoba samostatně výdělečně činná, dále jen OSVČ). Nebo individuálně (případně se společníky), podle podmínek stanovených zákonem, zakládají společnosti a stávají se tak právnickými osobami. Pro obě formy podnikání existují podle podmínek legislativně povinná školení, tedy další vzdělávání. Z hlediska fyzických a právnických osob jsou legislativně povinná školení a informovanost v bezpečnosti a ochraně zdraví při práci (tzv. BOZP), požární ochraně (PO), a jiné.

V dalším textu uvádíme detailnější členění dostupných forem podnikání v českém právním řádu vymezené, a to nejen speciálně pro ženy:

Fyzická osoba (OSVČ)

Výhodou pro ženu OSVČ podle John (2015, str. 131) je nízký startovací vklad do podnikání, možný výběr formy vedení účetnictví a evidence svých podnikatelských výdajů, a to na skutečné nebo paušální. Nevýhodou ve zvolení této formy podnikání je podnikání pouze pod vlastním jménem a na vlastní riziko, kdy žena ručí svým majetkem a riskuje tak v případě podnikatelského nezdaru ztrátu svých životních jistot.

V následujícím výčtu uvádíme živnosti a jejich formy, které vyžadují různou míru nebo druhy kvalifikace. V kontextu tématu práce pak uvádíme některé příklady vztahující se k ženám jako podnikatelkám. Dle živnostenského zákona lze živnosti, podle vzniku živnostenského oprávnění, dělit do dvou kategorií, ohlašovací a koncesované.

Ohlašovací živnost:

- řemeslná – u většiny případů této formy živností je pro ženu nutné prokázat odbornou způsobilost k této činnosti. Jedná se zde o klasická řemesla jako např. kosmetička, kadeřnice, kuchařka;
- vázaná – v této formě je nutná odborná způsobilost. Povinností je zde předkládat přímé vzdělání v oboru a délku praxe, kterou žena v tomto oboru má. Jde o pozice jako např. účetní, majitelka oční optiky, provozovatelka autoškoly, oceňování nemovitostí;
- volné – zde nemusí žena prokazovat svou odbornou způsobilost, délku praxe a vzdělání. Jedná se zde o obory jako např. vydavatelka, překladatelka, výtvarnice, švadlena nebo novinářka;

Koncesovaná živnost:

- forma živnosti, která je speciálně upravená z důvodu možného rizika ohrožení života, majetku a zdraví klientů. Tato forma nutně vyžaduje odbornou způsobilost, kterou musí podnikatelky prokázat pro povolení vyššího stupně, což je koncese. Jde o živnosti jako je např. taxislužba, cestovní kancelář nebo pohřební služba.

Vedle legislativně zavedených a zákony upravených forem podnikání je potřeba zmínit a uvést také takzvanou možnost příjmu na volné noze. Přičemž je v Česku rozšířeným mýtem kladení rovnítka mezi freelancerem a živnostníkem a OSVČ. To ale platí čistě pro „de iure“ stav. Freelancera však lépe, než forma podnikání, vystihuje jeho přístup ke své činnosti a směrem navenek. Jde o nezávislého profesionála a odlišným je zejména způsob, jak svou práci prezentuje na veřejnosti. Nejčastěji pod svým vlastním jménem, na vlastní zodpovědnost a s určitým profesním zaměřením, jak uvádí (Vlach, 2017, str.32).

OSVČ je nejjednodušší a nejrozšířenější forma podnikání pro ženy, ale v praxi se setkáváme s ženami, které podnikají formou právnické osoby. Tato forma je mnohem složitější z hlediska vlastního popisu, založení, členění i potřeb vzdělávání.

Právnícká osoba

Pokud ženě nevyhovuje varianta být v podnikání fyzickou osobou, může si zvolit pro své podnikání právníckou formu. Rozdíl mezi tímto typem je především ve způsobu vedení účetnictví a často velkým stimulem je rozsah ručení právnícké osoby za vzniklé závazky v průběhu podnikání. Vedení účetnictví je zde stanoveno ze zákona, a právě fyzická osoba má v této formě podnikání možný výběr vedení účetnictví, nebo jen daňové evidence. Největším rozdílem a mnohdy i výhodou pro ženy je to, že v této variantě podnikání nemusí žena ručit svým osobním majetkem a za závazky firmy ručí pouze obchodním majetkem společnosti. Jako firma působí žena pro zahraniční firmy a větší společnosti v otázce spolupráce mnohem důvěryhodněji. Dále je tato forma velkou výhodou, pokud podnikatelka žádá o úvěr, nebo vstupuje do rizikovějšího typu podnikání. Tento typ podnikání můžeme také rozdělit do více forem, se kterými se můžeme v praxi setkat.

Právnícké osoby dělíme podle způsobu ručení, vlastnické struktury, kapitálových požadavků a v rámci hledání jejich specifických potřeb na:

- Společnost s ručením omezeným (s. r. o.) – nejoblíbenější forma podnikání.
Jedná se o kapitálovou společnost, což znamená, že zakladatelé firmy (právnícká nebo fyzická osoba) mají povinnost vložit do tohoto typu podnikání základní kapitál, a to v minimální výši a při určitých podmínkách 1 Kč a vše další mohou přenechat pověřeným osobám. Založit s. r. o. je relativně jednoduché, není zde tak vysoké riziko, jako pro OSVČ, při vyšším základním kapitálu. Orgány tohoto typu společnosti jsou valná hromada, jednatelé, případně dozorčí rada.
- Akciová společnost (a.s.) – tuto společnost může opět založit fyzická nebo právnícká osoba a počet akcionářů není omezen. Základní kapitál a. s. je 2 000 000 Kč a nejvyšším orgánem je zde opět valná hromada s povinností se sejít minimálně 1x ročně. Systém řízení a. s. může být monistický – kdy se stává statutárním orgánem ředitel a správní rada, nebo dualistický, kdy statutárním orgánem je představenstvo a dalším orgánem je právě dozorčí rada.
- Veřejná obchodní společnost (v. o. s.) – je zde předpokládána účast společníků firmy na dění a činnosti společnosti a zakladatelé musí být minimálně dva. Výhodou v této formě není nutnost vytvořit základní kapitál společnosti, ale velkou nevýhodou je ručení společníků celým svým majetkem za závazky.

- Komanditní společnost (k. s.) – je charakteristická průsečíkem mezi v. o. s. a s. r. o. a k založení je potřeba dvou fyzických nebo právnických osob. Oba ručí za závazky své společnosti, komplementář svým majetkem a komanditista do výše nesplaceného vkladu. K. s. je velmi vhodný způsob podnikání, pokud se setká fyzická osoba, která má určitou vizi, ale je bez prostředků s investorem, který zajistí finance.
- Družstvo – tato varianta není příliš atraktivní, i když tato forma je stále právnický aktivní. Většinou družstvo vzniká pro zajištění potřeb jeho členům – nejčastěji se jedná o bytové družstvo.
- Nadace – má statut právnické osoby, smyslem této společnosti není zisk, ale plnění cílů, které jsou obecně prospěšné – lidská práva, ekologie, sociální sféra, věda. Příjem získává nadace z majetku toho, kdo nadaci zřídil, vlastním podnikáním a hospodářskou činností také, ale ve velmi omezené míře.

Jak tedy z textu vyplývá, žena se může realizovat mnoha způsoby, ať už jako fyzická osoba, nebo jako právnická osoba v podnikatelských činnostech, tak samozřejmě i na manažerském postu v korporátní společnosti, nebo manažerka v neziskovém sektoru.

1.3 Historický vývoj ženy v pracovním prostředí

Pojem podnikatelka má krátkou historii. Ženy po dlouhou dobu neměly úplně stejnou pozici jako muži, a to i přes to, nebo právě proto, že byly a jsou nositelkami života. Žena měla jiné povinnosti, jako starost o děti a domácnost. Díky tomu došlo na dlouhou dobu k přesně dané diferenciaci jednotlivých činností. I když ženy pracovaly odjakživa, pracovitost byla nejužitnější a nejhledanější ženskou ctností.

Feminismus a počátky emancipace, to znamená uvědomění si vlastní hodnoty, nemají relativně dlouhou historii, což s podnikáním žen nepochybně souvisí. První vlna přišla ve světě v polovině 18. století a byla zaměřena na vlastnictví a volební práva žen. Druhá, známější vlna emancipace přišla po 2. světové válce. Muži byli demobilizováni od žen, které na čas musely zastoupit muže v jejich profesích, a domácí ekonomiky na nich byly po jistou dobu zcela závislé, se očekával návrat do domácnosti a k péči o děti. Pocit nedostatečného uznání ženské role ve válečných letech a automatické očekávání mužů, že se vše vrátí do předválečného uspořádání tradičních rolí, vedlo u žen k frustraci a nespokojenosti. Tématem druhé vlny emancipace se stalo rovné mzdové ohodnocení a mít možnost pracovat v adekvátních pozicích, stejně jako muži. Nárůst ženského

uvědomění si vlastní hodnoty dále podpořila v 60. letech i antikoncepce. Zde začínáme používat pojem gender. Třetí vlna nastupuje na počátku 90. let. Nosnými tématy třetí vlny emancipace jsou ženy z různých etnických skupin a s různou sexuální orientací (Poczatková, Brňovjáková, 2015, str. 13-15).

Pokud se vrátíme do historie se zaměřením na vzdělávání, tak na přelomu 19. a 20. století přichází pro ženy nová výzva, a to rozšiřovat speciální a vyšší školy, které byly důležité pro přípravu na náročnější profese. Vzdělání bylo prvním z požadavků ženského emancipačního hnutí. Povinnost vzdělávat se byla dívkám v rakouské monarchii právní cestou uložena v roce 1775 Marií Terezií. Také Antonín Gindely (1829-1892), český historik a vychovatel korunního prince Rudolfa, vyjádřil dobový názor na ženské vzdělání: „*Necht' žena nabude určitých vědomostí, ovšem jen tolik, aby jí nebránily v poslání, jež jí přisoudila příroda, totiž přivádět na svět děti a starat se o útulný domov,*“ (Lenderová, 2016, str. 39).

České emancipační snahy byly umírněnější. Šlo především o lepší uplatnění a postavení žen. České ženské hnutí se vyznačovalo sdružováním do spolků a bylo unikátní také v tom, že muži často pomáhali se založením, provozem a rozvojem těchto spolků (např. vůbec první český ženský spolek založený roku 1865 s názvem Americký klub dam, který inicioval, podporoval a ve svém domě hostil Vojta Náprstek (Secká, 2012, str. 16). Na rozdíl od ostatních zemí, pokud ženy ze středních vrstev pracovaly, tak jen pro svou domácnost, rodinu a muže. Nechat si platit za svoje dovednosti bylo dlouho společensky nevhodné. Přece si však žena jednu ze svobod uchovala, směla být nadále inspirací všech druhů umění. To bylo tolerováno zejména v oblasti umění, jako je herectví, spisovatelství apod. Až evropské osvícenství vyslovilo otázku rovnosti lidí nahlas. Odtud byl jen nepatrný krůček k myšlence rovnosti muže a ženy, k počátku hnutí, jemuž se říká ženská emancipace. První zviditelnění žen přišlo v podobě filantropie. Kdy po boku svých mužů se angažovaly nejprve šlechtičny. Podílely se na zakládání vrchnostenských špitálů a chudobinců (Lenderová, 2016, str. 233-235).

Jak uvádí Slavičková (2016, str. 23) práce mimo rodinu s cílem dostat za práci odměnu je ve větší míře záležitostí novější doby. V minulosti žena pracovala pouze v domácnosti, v závislosti na své pozici v rodině. S industrializací a modernizací společnosti se výdělečná práce žen stává častější. Dále se výrazně rozšiřuje okruh činností, které žena za výdělek může dělat. Nová éra přichází po první světové válce a už ve válce samotné ženy nastupují na pracovní místa po mužích. Taktéž se rozšiřuje

možnost, aby ženy navštěvovaly speciální a vyšší školy, které je pro výkon intelektuálně náročnější profese připravovaly. Demografické, sociální a ekonomické důvody vedly k tomu, že v průběhu druhé poloviny 19. století volání žen po práci umožňující ekonomické zajištění jich samotných, případně jejich rodin, natolik zesílilo, že se stalo jedním z hlavních společenských fenoménů. Přicházelo pár desítek let poté, kdy se ve středních vrstvách stabilizoval ideál manželky, matky a hospodyně čili správkyně domácnosti. Zde jsou počátky fenoménu ženské výdělečné práce. Na negativní rysy tohoto jevu upozorňovala katolická církev. Nejčastější argumenty byly, že tím utrpí rodina, že žena nemůže být schopna pracovat na dvou frontách.

Před první světovou válkou k nejčastějším ženským výdělečným pozicím patřilo povolání sloužky, kojné, dělnice, porodní báby a učitelky.

Dle Křížkové (2011, str. 10) v období před 2. světovou válkou představovaly ženy pouze necelou třetinu pracujících. K masovému vstupu do placeného zaměstnání byly ženy podpořeny komunisty. Placené zaměstnání hraje v životě žen v České republice podstatnou roli, a to již od konce 50. let 20. století. Komunistický ideál plné zaměstnanosti byl prosazován od roku 1948. Komunismus však zcela vynechal otázku účasti mužů na práci neplacené. Také Jiřina Šiklová (Šiklová, 1997, in: Křížková, 2011, str. 10) mluví o „socialistické pseudo-emancipaci“.

Zatímco v roce 1948 tvořil podíl žen mezi zaměstnanými 37,4 %, v roce 1959 to bylo 42 %. Přestože v tomto období docházelo k budování ekonomiky založené na průmyslové výrobě a zejména těžkém průmyslu, ženy vstupovaly jak do sektoru průmyslu, tak také do sektoru zemědělství a služeb. Ženy zastávaly zejména nízko kvalifikované pozice a dostávaly velmi nízké mzdy. Bylo to způsobeno tím, že většina žen měla pouze základní vzdělání a také jim byly pozice nabízeny jakožto sekundární pracovní síle. Nedosahování na řídicí pozice bylo způsobené zřejmě tím, že tyto pozice byly podmíněné členstvím v komunistické straně, ze kterého byly ženy oproti mužům vyvázány. V roce 1962 byla pro všechny ustanovena zákonná povinnost pracovat, ženy s dětmi z tohoto zákona byly vyjmuty. Ženy v roce 1970 tvořily 45,5 % všech zaměstnaných. S příchodem politických změn v roce 1989, přišla i možnost samostatného podnikání, kterou nejen muži, ale i ženy využili. Společně s tím přišel i tlak na výkon a na skloubení profesního a soukromého života (Křížová, 2011, str. 10-18).

Ze všech dostupných zdrojů vyplývá, že ženy jsou od počátku 20. století více angažované v nejrůznějších oblastech. Více spolupracují s muži. A rozšiřuje se počet oborů, kde mohou ženy vykonávat výdělečnou činnost. Prosazením se ve společnosti se zabývaly zpočátku převážně ženské spolky. Feminismus tedy z historického pohledu spočívá v možnosti angažovat se ve veřejném dění, pracovat v různých odvětvích dle zájmů a schopností. Spolupracovat s muži, ne jim konkurovat. Dokladem toho byl T. G. Masaryk. Takto se projevoval a projevuje český feminismus, na rozdíl od anglosaského, kdy ženy používaly, a i dnes používají důraznější cesty. Tato snaha je vyvozena nejspíše z neochoty, jak ze strany mužské, ale i většiny ženské populace, cíle feminismu vzít za své. Tento fenomén, který prošel nejednou politickou změnou, přetrval až do začátku 21. století.

2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VSTUP DO PODNIKÁNÍ

V druhé kapitole zůstaneme u tématu ženy a podnikání, ale okrajově se oborově dotkneme také sociologie a ekonomie. Zaměříme se na vnitřní a vnější motivy, co nás ovlivňuje, nutí a proč vlastně vstupujeme do podnikání – samozřejmě se zaměřením primárně na ženy.

Faktorů ovlivňujících vstup do podnikání je celá řada, každá žena je ovlivněna faktory jinými, a přesto jsou některé z nich mnoha ženám společné. Jedním z posledních trendů dnešní doby je i technologický pokrok a podnikání ve virtuálním světě. Nové technologie daly vzniknout celé řadě nových profesí a umožnily vykonávat práci zcela novým způsobem, mimo dřívější pracoviště a za zlomek původních nákladů. Do budoucna nás zcela jistě ovlivní i robotizace. A co nesmí být opomíjeno, že každá generace je a bude ovlivněna původními, ale i novými faktory.

Ženy v České republice mohou stejně jako muži podnikat ve všech oborech. Podnikatelky se mohou často setkat s genderovými předsudky, které brání v naplnění rovných příležitostí a zdravému způsobu podnikání. Stereotypní názory na základě pohlaví, které mohou ovlivnit podnikatelské aktivity žen, jsou předmětem dlouze diskutovaného tématu genderové problematiky. Obecné známými předsudky mohou být například představy o přehnané emancipaci žen, které ztrácí svou ženskost, nebo naopak vize „ženy za plotnou“ (Poczatková, Brňovjáková, 2015, str. 12).

Do podnikání v České republice vstupuje více mužů, než žen. Důvodem je, že ženy musí překonávat víc překážek než muži. V posledních letech stabilně platí, že na podnikání v České republice se podílí 27 % žen podnikatelek. Přičemž drtivá většina z nich, tj. 87 % podniká v malých či mikro firmách s maximálně 9 zaměstnanci. Necelé půl procento vede podniky s více jak 250 zaměstnanci. Když už žena začne podnikat, bývá úspěšná, avšak problém je v tom, že řadě z nich chybí víra v sama sebe. 47 % žen, se na majitelky společností vypracovalo z běžných pracovních pozic. 26 % žen začalo podnikat z nutnosti, ať už kvůli mateřské dovolené nebo finanční tísní. 11 % žen zase začalo podnikat z nutnosti převzetí firmy po jejím dřívějším majiteli. 8 % žen pokračuje v rodinném podnikání a stejná část, tj. 8 % žen, cítí své podnikání jako životní poslání (Podnikatel.cz, 2013, in: Poczatková, Brňovjáková, 2015, str. 98).

Slavičková (2016, str. 144) uvádí, že muži jsou při rozhodování o samostatné výdělečné činnosti více ovlivněni faktory ekonomickými, pro ženy mají daleko větší

význam faktory sociální. Dalším faktorem, který dlouhodobě ovlivňuje muže je míra nezaměstnanosti v ekonomice. Na rozhodnutí žen podnikat míra nezaměstnanosti vliv nemá. Na ženy má větší vliv úroveň mezd v ekonomice, při vyšší úrovni mezd ochota podnikat klesá. Také výrazným faktorem je výše úrokových sazeb, pokud jsou vyšší, snižují ochotu podnikat, zejména u vdaných žen a ženatých mužů. Odkazuje se na studie, kde autoři předkládají závěr, že makroekonomické a mikroekonomické faktory ovlivňují tendenci podnikat, a to některých z nich rozdílně.

Z výzkumu Sociologického ústavu Akademie věd vyplývá, že k základním důvodům, proč ženy vstupují do podnikání jsou čtyři hlavní motivátory. Tím prvním je seberealizace, nezávislost a víra ve vlastní schopnosti. Což se týká zejména žen, které mají vysokou sebedůvěru a chtějí být aktivní a nezávislé. Druhý je náhoda či příležitost, které vznikají neplánovitě. Podnikání u takovýchto žen se liší od těch, co podnikání strategicky plánují. Třetím důvodem je, že se manželka stává pravou rukou manžela, opouští svůj obor, aby manželovi pomohla. Nebo, v tom nejhorším případě, je jedinou osobou, která může převzít po manželovi podnikání, v případě jeho úmrtí. Posledním motivem, je kombinace práce a rodiny, kdy může žena podnikatelka být svobodná při organizaci času svého i své rodiny (Poczatková a Brňovjáčková, 2015, str. 80-81).

Dále se většina zahraničních výzkumů motivace k podnikání rámcově shoduje na základních motivech vstupu do podnikání. Těmi jsou buď tzv. „pull“ faktory, jako je potřeba nezávislosti nebo potřeba seberealizace, nebo „push“ faktory, které zahrnují motivy v podobě elementů nutnosti, jako je nedostatečný příjem rodiny, nespokojenost v původním zaměstnání, apod. (Křížková, 2007, str. 88).

2.1 Pozitivní faktory

Jak už jsme výše uvedli, pozitivní faktory jsou ty, co nás táhnou do podnikání, dalo by se je také nazvat jako vnitřní motivy. Vnitřní jsou takové, které můžeme sami ovlivnit a jejich využitím eliminujeme ohrožení plynoucí z vnějších faktorů. Jsou to přání jedince, jako možnost seberealizace nebo vyšší výdělek, flexibilní pracovní doba, sladování osobního a profesního života, ale třeba i filantropie, nebo to mohou být impulsy z minulosti, které nás vedly k úspěchu. *„Ženy hledají příležitost, jak realizovat své sny. Zároveň chtějí sladit pracovní a osobní život (tedy mít možnost uspořádat si svůj čas), a přitom dělat práci, která je baví,“* (Slavičková, 2016, str 146).

Vůbec zlomovým a jednoznačně pozitivním faktorem, co se podnikání žen týká, bylo zrovnoprávnění žen a mužů v přístupu ke vzdělání, ale i na samotný trh práce. S tím souvisí rozmach úřednických profesí, ale také terciárního sektoru a v posledních letech také výrazný rozvoj tzv. flexibilních forem práce (práce z domova, zkrácená doba, pružná pracovní doba, částečné úvazky, dohody o provedení práce nebo činnosti, sdílená pracovní místa). Pokud se budeme konkrétně věnovat právě ženské problematice, tak výše uvedené možnosti výrazně pomáhají např. ženám na mateřské nebo rodičovské dovolené vstupovat do podnikání.

Vstupem do podnikání také můžeme využít příležitost. V tu chvíli nás nic, žádné okolnosti do podnikání nenutí, a přesto do něj vstupujeme. Tato motivace odráží naše vnitřní rozpoložení, životní a rodinnou situaci, vzdělání, věk a zkušenosti. Značný vliv má také kultura, ve které žijeme, politická a ekonomická situace země. Máme skvělý nápad, vidíme něco, co na trhu chybí nebo jinou příležitost k podnikání, chceme si podnikání na vlastní jméno prostě jen zkusit. Chceme finanční nezávislost, více volného času, dělat to, co nás baví a co považujeme za smysluplné.

Dalšími pozitivními faktory, důležitými zejména z pohledu žen, jsou služba veřejnosti (tedy snaha o vytvoření pracovních příležitostí např. v neziskovém prostoru, vzdělávání, alternativní školství, ale také zvýšit prestiž obce nebo komunity, zprostředkovat nebo umožnit lidem z okolí práci). Dále může jít o naplnění osobních aspirací. Zatímco muži budou usilovat o mocenské postavení, u žen se může jednat o podnikání „navzdory“ (dokázat okolí, rodině, rodičům, že také dokáží uspět v podnikání), využití svého potenciálu a schopností v oborech, které jsou tradiční dominantou žen, nebo snahu o nezávislost.

V neposlední řadě lze jako pozitivní faktor pro vstup do podnikání uvést také rodinný vzorec. Tam, kde potomci vidí a vnímají své rodiče jako úspěšné v podnikání, funguje pozitivní vliv rodičů, a tedy také častěji dochází ke vstupu do podnikání.

Některé studie (např. Dunifon a Duncan, 1998, in: Anýžová, Večerník, 2019, str. 99) ukazují silnou vazbu mezi výší platu a motivací k úspěchu a vnímání vlastních schopností. V návaznosti na v naší společnosti stále přetrvávající sociologický problém v rozdílu platů mezi muži a ženami můžeme ukázat na jeden z aspektů vzniku neuroticismu případně jiných duševních poruch u žen. To nemůže ale paradoxně pozitivně ovlivnit rozhodnutí ženy o vstupu do podnikání.

Také si stále více žen si přivydělává na rodičovské dovolené, například výrobou a prodejem rukodělných výrobků. Po skončení rodičovské dovolené u této činnosti zůstávají a zpátky ke své profesi nebo do dřívějšího zaměstnání se už nevracejí.

2.2 Negativní faktory

Negativní faktory jsou ty, co nás do podnikání nutí; dají se chápat také jako vnější motivy. Jsou jimi například syndrom vyhoření, opuštění korporátu, ekonomické postavení žen, nebo rodičovská dovolená a nízký příjem z ní, také například nesoulad s autoritami, nebo mzdová diskriminace.

Slavičková (2016, str. 145) zjistila u svých respondentek, že první nápad na podnikání přichází většinou na mateřské, potažmo rodičovské dovolené. Představa návratu do předchozího zaměstnání s ohledem na čas, který chtějí ženy věnovat dětem a rodině, pro ně je většinou nepřijatelná. Nevýhody a rizika v podnikání vidí respondentky ve finanční nejistotě, v rolích, která jim přisuzuje okolí, jako je role matky, manželky a pečovatelky.

Dalším z faktorů, které mohou v důsledku dovést ženu ke vstupu do podnikání, je jev označovaný jako „skleněný strop“, kdy proces rozvoje a postupu směrem vzhůru v kariéře ženy je blokován, a to následujícími způsoby:

- Rozdíly mezi muži a ženami v jejich hodnotách a přístupech k práci, kdy se například říká, že ženy málo touží po povýšení.
- Mužským a ženským stylem vedení, kdy ženy např. chápou moc jako schopnost uplatnit svůj talent a kontrolovat vlastní život. Z toho vyplývá, že při práci s lidmi více spolupracují a kooperují a oproti mužům vystupují výrazně méně autoritativně, a nikoliv z titulu pozice v hierarchii.
- Vnímáním mužského a ženského přínosu, kdy stereotypy vytvořené o roli muže a ženy ve společnosti působí na to, kdo je vnímán jako přirozeně vhodný stát se manažerem a je mu dána přednost při výběru, protože v aspiracích ženy hraje důležitou roli péče o děti a domácnost.
- Vlivem organizačních systémů, kdy např. senior manažeři (muži) limitují počet manažerek, protože se obávají větší konkurence. Stanovují proto pravidla, která ženám znesnadňují postoupit do vyšších manažerských funkcí.

(Dvořáková a kol., 2012, str. 455-456).

Českým specifíkem je transformační proces v 90. letech minulého století, kdy docházelo k ekonomické přeměně, související se změnami ve společnosti (přechod od socialistického centrálního plánování ke kapitalismu a změnou vlastnictví společností ze státních podniků na obchodní společnosti – kupónová privatizace). V době transformace bylo propuštěno ze státních podniků také mnoho žen (což souviselo zejména s efektivností státních podniků a politikou plné zaměstnanosti), které nedokázaly nalézt uplatnění v nově transformovaných společnostech (ať už z jakéhokoli důvodu). Mnoho z nich zvolilo samostatnou výdělečnou činnost jako způsob seberealizace. V mnoha případech šlo o jedno z řešení, jak vůbec zabezpečit rodinu (to v případech, kdy se nezaměstnaným stal i muž). Můžeme mluvit o první vlně žen podnikatelek v nové české ekonomice. I v tomto případě jde o faktor pro vstup ženy do podnikání, i když jde, více než o psychologický aspekt, o sociologicko-ekonomický rozměr popisované problematiky.

Do hodnoty práce v životě žen se promítá i tradice plné zaměstnanosti po několika minulých generacích. Fakt, že z trhu práce odešel do domácnosti začátkem 90. let jen velmi malý podíl českých žen, poukazuje na to, že pracovní emancipace nebyla pouze výsledkem komunistické ideologie, ale na jednu stranu nutností druhého příjmu do domácnosti a na stranu druhou představuje práce pro ženu významnou životní hodnotu seberealizace a finanční nezávislosti. Naprostá většina českých žen tvrdí, že i kdyby to příjem jejich partnerů dovolil, nezůstaly by v domácnosti, ale asi třetina žen by si zkrátila úvazek (Křížková, 2007, str. 38-39).

Z výše uvedeného, ale i autorčiny vlastní zkušenosti vyplývá, že motivy vstupu do podnikání mohou být různé. A mohou se společně prolínat. To, co se může na začátku zdát jako negativní faktor vstupu do podnikání, může být nakonec pozitivní, ale i naopak. Má zkušenost byla taková, že první impuls byl seberealizace, následovalo tzv. „nalezení díry na trhu“ a po nějakém čase se k tomu přidalo finanční zabezpečení rodiny. Nakonec byla ráda za možnost skloubení soukromého a pracovního života.

3 ÚSPĚŠNÁ PODNIKATELKA

Ve třetí kapitole se budeme zabývat otázkou, co je to vlastně úspěch. Taktéž se na ženu (nejen) podnikatelku podíváme z pohledu psychologie. Cílem kapitoly je popsat psychologické aspekty, související s tématem práce, osobnost ženy, její charakteristické rysy a kompetence a jakým způsobem mohou (ne)korelovat s tématem žena a podnikání. A nakonec se zaměříme na sladění soukromého a pracovního života.

Nejprve je potřeba si říci, že vnímání pojmu „úspěch“ je velmi individuální a každý v něm může vidět něco jiného. Každý si může přát něco zcela odlišného. Naše přání a volby ovlivňují vnější i vnitřní faktory, každého jedince pak zcela individuálně. Lze-li tento pojem definovat, tak úspěch je stav, kdy jsme dosáhli toho, čeho jsme chtěli. Závisí i na smyslu života, který máme. Pro člověka jsou důležité příjemné pocity z toho plynoucí a ty jsou motorem našeho úsilí a podstatou učení.

Úspěch se nemusí odehrávat před zraky ostatních. Znakem vnitřního úspěchu je osobní zralost, vnitřní spokojenost a vnější užitečnost. Zvenku pozorovatelným znakem vnitřní spokojenost je přiměřenost a střídmost chování, tolerance k odlišnostem a často i neublížující humor. Její podobou uvnitř člověka je klid, vyrovnanost a vnitřní mír – někdy i v kombinaci se živým zájmem o okolní dění. Užitečnost pro okolí je primárně nezamýšleným, ale pravidelným důsledkem vnitřního úspěchu. Lidé, kteří dosáhli vnitřního míru, mívají poměrně často nutkání se o své zážitky podělit s ostatními a vstupují tak, obvykle s rozpaky, do světa lídrů (Plamínek, 2010, str. 138-184).

Klein a Kresse (2008, str. 47-57) uvádí, že nezáleží na tom, jak osobně definujeme úspěch, zda jako šťastnou rodinu, úspěch v zaměstnání, finanční závislost, zdraví apod.; v každém případě jde o dosažení určitých cílů. Úspěch je důsledkem našeho myšlení a jednání. Pokud tedy chceme změnit své výsledky, musíme změnit myšlení a chování. A ze všeho nejdříve si musíme určit nějaký cíl. Základní složkou je zdraví. Zdraví sice není všechno, ale bez zdraví je všechno nanic. Prvním pilířem k úspěchu je odborná kompetence, odborné znalosti. Druhý pilíř se týká uplatnění odborných znalostí, naší metodické kompetence. Třetí sloup se týká sociální kompetence, jak jsme schopni vstupovat do interakce se svým okolím. Jak rychle si umíme vytvářet vztahy se svým okolím, jak jsme schopni motivovat druhé atd. Pomyslnou střechu chrámu tvoří psychická kompetence. Jaký postoj máme sami k sobě, jak jsme schopni kontrolovat svoje myšlenky, jak umíme pracovat se svými emocemi. Důležité je pozitivní myšlení,

jak se člověk umí postavit zejména neúspěchu. Rozdíl odlišuje lidí úspěšné od méně úspěšných. Nezávisle na původu, nadání nebo štěstí ale existuje rozhodující faktor úspěchu, který máme ve vlastních rukou, a tím je schopnost pojmenovat jasné cíle a ty strategicky plánovat a cíleně sledovat.

V následující části se tedy zaměříme na charakteristické rysy, které by měla žena mít pro dosažení úspěchu v podnikání.

3.1 Charakteristické rysy úspěšné podnikatelky

Pokud se věnujeme osobnosti podnikatele z psychologického hlediska, měli bychom umět rozlišovat mezi „normálními“ podnikateli a těmi skutečně úspěšnými. První přístup považuje za podnikatele každého, kdo vlastní a vede podnik. Zajímá-li nás, kdo je podnikatelem úspěšným, toto vymezení nestačí. Úspěšným podnikatelem se nestane každý, ale jen někdo. S tím souvisí zásadní otázka, zda se člověk podnikatelem musí narodit nebo se podnikatelem může stát. Odborníci se v zásadě shodují v tom, že není pravda, že se člověk buď narodí nebo nenarodí s podnikatelskými vlastnostmi a schopnostmi, které by nebylo možné měnit (srov. Hisrich 1995, Kourilsky, Carlson 1996, Frank et al., 2003), byť výjimky existují (Dvořáček a kol., 2001). Někteří lidé mají k podnikání pochopitelně lepší vrozené předpoklady než jiní. V psychologii již dlouho platí, že nejvíce geneticky podmíněné jsou fyziologické, tělesné a temperamentové charakteristiky. Přibližně vyrovnaně pak působí na vývoj schopností vrozené a získané faktory. U charakterových vlastností a rysů osobnosti, stejně jako u prakticky zaměřených dovedností, zase často převládá vliv výchovy a životních zkušeností. Uplatnění vloh pro podnikání, které nám byly dány do vínku, bylo tedy v průběhu našeho života buď podpořeno, nebo naopak zabrzděno naší výchovou, vzděláním a dalšími životními zkušenostmi. Důležité je si uvědomit, že řadu vlastností není možno přičíst pouze genetické výbavě, ale z velké části právě výchově v dětství (Lukeš, Nová a kol., 2005, 45-46).

Lukeš, Nový a kol. (2005, str. 51) také uvádí, že každé jednání člověka je výsledkem jeho motivace, schopností, znalostí a dovedností a v neposlední řadě jeho osobnostních rysů. Není tomu jinak ani v podnikání. Motivace je soubor činitelů představujících vnitřní hnací sílu. Schopnosti jsou předpoklady úspěšné vykonávání určité činnosti, znalosti jsou mentální předpoklady a u dovedností jde o praktické chování.

Co jsou vlastně rysy osobnosti? Jde o soustavu vlastností, které se projevují svou aktivitou a celostně charakterizují individualitu každého člověka. V průběhu života se vyznačují relativní stálostí a nelze spolehlivě určit ty hlavní. Rysy osobnosti jsou určovány nejen predispozičně, ale také výchovou a společenským prostředím. V psychologických koncepcích jde o tzv. typologie osobnosti. Známe tradiční typologie podle C. G. Junga, H. J. Eysencka, R. B. Cattela.

Co nás formuje čili co působí na naši osobnost uvádí Patrik Maturkanič ve své knize Etika. Dle mínění psychologů jsou to tři faktory, které mají vliv na osobnost každého člověka. Jedná se o genetiku, prostředí a výchovu: „*Genetika a její dispozice tvoří přibližně až 60 % toho, co ovlivňuje naše životní jednání a postoje. Druhým faktorem je prostředí, v němž pracujeme, vytváříme různé hodnoty, žijeme svůj osobní, rodinný, společenský život, odpočíváme, studujeme atd. Třetím elementem, a rozhodně ne poslední, který má významný podíl na tom, jakými lidmi se staneme, až dospějeme, je výchova,*“ (Maturkanič, 2018, str. 46).

Dle Srpové, Řehoře a kol. (2010, str. 34-35) předpoklady úspěšného podnikatele spočívají v tom, že podnikatel potřebuje ke své existenci dva základní předpoklady, a to je podnikavost a úspěch. Podnikavostí rozumíme vlastnost, která vyjadřuje předpoklady člověka k podnikání. Podnikavost může být člověku dána, ale může jí i získat. Podnikavost se nejčastěji dělí na dispozice a osobní vlastnosti. Dispozice označují výkonový potenciál, člení se na schopnosti, vědomosti a dovednosti. Osobnostní vlastnosti charakterizují osobnost podnikatele. Dělí se na specifické, jako je temperament a charakter a nspecifické, tedy typické osobní vlastnosti. Úspěch je očekávání dosažení předem naplánovaného cíle a je katalyzátorem podnikání.

Plamínek (2010, str. 15-65) uvádí, že systém, který dosahuje udržitelného úspěchu, můžeme označit slovem vitální. O udržitelnosti je zvykem mluvit především v souvislosti s životním prostředím, ale příklady obojího je možné velmi lehce dohledat i v oblasti podnikání. Vitalita systémů, se vyznačuje přirozeností, pokud do ní začneme zasahovat, nepřirozenost platíme vysokými energetickými nároky. Být vitální, tedy dosahovat úspěchů znovu a znovu bez vyčerpání vlastního potenciálu. Obsahuje čtyři disciplíny – užitečnost, efektivitu, stabilitu a dynamiku. Užitečnost znamená, že se musí najít výhodné místo v prostředí, tj. najít subjekt, potřebu či produkt. Tedy najít zákazníka, kterému bude vyhovovat vyráběný produkt. Efektivita je, že systém musí produkovat své užitky se srovnatelnou nebo raději nižší spotřebou vstupů (času, energie, materiálů, peněz).

Užitečnost a efektivita jsou podmínkou okamžitého úspěchu. Dlouhodobě to však nemusí stačit. Mohou se změnit podmínky a pak je důležité pro úspěch schopnost správně reagovat na změnu. Schopnost přizpůsobit se a adaptovat. Což je součástí stability. Stabilní firma je schopná učit se. Stabilita systémů je zajišťována zpětnými vazbami. Neméně důležitá je také dynamika. Jde o schopnost reagovat na neustálý vývoj inovací a změn v okolí, reagovat ještě dříve, než změna nastane. Podmínkami úspěchu, resp. jeho parametry, jsou rozum, cit a hodnoty. Jejich množství a kvalita nakonec u konkrétních lidí o úspěchu a neúspěchu rozhodují. Příčinou toho, že lidé chtějí či nechťejí, bývají emoce, za tím, že umějí nebo neumějí, stávají racionální důvody, a to že, lidé mohou či nemohou, často souvisí s hodnotami. Jiří Plamínek zdůrazňuje, že lidské zdroje ke způsobilosti (kompetenci) ve vztahu k určité úloze nestačí, a že ke skutečné kompetenci je třeba ještě „pocitivá lidská práce“. Zdroje a práce jsou pro nás zcela rovnocennými složkami skutečné kompetence – tedy způsobilosti vykonávat svěřené úkoly a úlohy a podmínkami opravdu skutečného a nepředstíraného úspěchu.

Mitchelmore a Rowleyová (2013) ve své studii uvádí, že na základě dotazníkového průzkumu mezi podnikatelkami v Anglii a Walesu byly identifikovány čtyři hlavní soubory kompetencí: osobní a vztahové, obchodní a manažerské, podnikatelské a mezilidské kompetence. Zatímco předchozí výzkum kompetencí podnikatelů identifikoval dva soubory kompetencí, a to k podnikání a managementu a podnikatelské kompetence, kompetencím v ostatních dvou oblastech byla věnována menší pozornost a nebyly identifikovány vůbec. Pravděpodobně jsou kompetence v těchto souborech oceňovány více podnikatelkami než jejich mužskými protějšky. Tato studie je tedy první, která nabízí komplexní analýzu kompetencí podnikatelek. Rámec kompetencí ženských podnikatelek vytvořený tímto výzkumem lze použít k podpoře podnikatelek při sebehodnocení jejich kompetencí. Již výše jsme zmínili čtyři hlavní soubory kompetencí, přiblížíme si je. První, koncepční a vztahové kompetence, tento faktor zahrnuje zajímavou kombinaci komunikačních dovedností a dovedností budování vztahů, mezi ně patří například interpersonální dovednosti, jako jsou komunikační dovednosti, networking, integrita, sebevědomí, motivace a touha uspět. Dalšími kompetencemi jsou obchodní a manažerské, zahrnuje kompetence související s typickou řadou obchodních úkolů, jako je rozpočtování a správa financí, systémů, plánování a obchodní operace. Třetí jsou podnikatelské kompetence, ty zahrnují řadu kompetencí obvykle s inovacemi, podstupování rizika, kreativity, vize a vytváření nápadů. Jako poslední jsou kompetence

v oblasti lidských zdrojů, což je rozvoj zaměstnanců, řízení výkonu lidských zdrojů, zaměstnanecké vztahy a náborové dovednosti.

S těmito soubory kompetencí budeme pracovat v praktické části.

3.2 Podnikání jako způsob sladění soukromého a pracovního života

Rodinný neboli soukromý život a práce jsou dvě nejdůležitější vzájemně provázané součásti života. Mužské a ženské strategie sladování těchto oblastí jsou typově rozdílné. V současnosti představuje nutnost kombinace soukromého a pracovního života každodenní realitu všech pracujících žen a mužů. Vlivem nárůstu zaměstnanosti u žen již v prvních letech života jejich dětí se v posledních letech dostává do popředí téma, které se také označuje jako work-life balance nebo work-family balance.

Způsoby sladování soukromého a pracovního života nutně souvisí s vnějšími podmínkami a vlivy danými pracovním trhem, a následně zpětně ovlivňují vnější prostředí. Podmínky kombinace práce a rodiny navíc procházejí podstatnými změnami (Křížková, 2007, str. 47).

V evropských zemích je práce v prvních letech života dítěte poměrně běžná, například v Dánsku vlivem pro matky příznivé sociální politiky pracuje 75,8 % žen, v Německu 51,5 %, ve velké Británii 59,3 %. V České republice podle statistik OECD pracuje 22,3 % matek dětí do dvou let. Ačkoliv je toto číslo v porovnání s jinými zeměmi malé, jedná se o nezanedbatelný počet žen, které kromě péče o děti musí zvládat také nároky kladené na ně v zaměstnání. Problematika sladování pracovního a rodinného života u matek je podmíněna konkrétním nastavením sociálního systému, který je v každé zemi odlišný (OECD Family Database, 2016, in: Masopustova, Daňsová, Lacinová a kolektiv, 2018, str. 88).

Matky v České republice mají možnost zůstat doma s dítětem mnohem déle než ženy v jiných zemích. V České republice je zákoníkem práce stanovena délka mateřské dovolené na 28 týdnů a délka rodičovské dovolené pak až do tří let věku dítěte. Přičemž rodičovský příspěvek lze čerpat až do 4 let věku dítěte. Důvodem, proč matky raději zůstávají s dětmi doma, je také to, že tento model je v České republice díky nastavení sociálního systému obvyklý a preferovaný. Tříletý model rodičovské dovolené začal i na základě historických skutečností převažovat v osmdesátých letech a tento trend stále trvá. Dřívější návrat do zaměstnání není u nás častý také z důvodů nedostatečného rozšíření práce na částečný úvazek. Což by právě pro matky menších dětí mohl být vhodný způsob,

jak rodinu a práci, alespoň z časového hlediska skloubit. Dalším vnějším faktorem je nízká dostupnost zařízení poskytujících péči o děti mladších tří let. Kromě toho je potřeba také brát v potaz kulturní a společenský kontext, kdy je společností preferováno, aby matka zůstala doma s dítětem (Masopustová, Daňsová, Lacinová a kolektiv, 2018, str. 90-91).

V případě, že žena potřebuje z jakýchkoliv důvodů začít pracovat, někdy právě volí dráhu podnikatelskou. Tak jak jsme již zmiňovali i v předcházející kapitole.

Kombinace práce a rodiny, nastavení jejich vzájemného vztahu a vzájemného ovlivňování se, což vyplývá z genderové struktury naší společnosti, je ve svém důsledku integrální součástí každé ženské pracovní dráhy. Možnost lépe organizovat čas a sladit rodinný život s podnikáním zcela neřeší problém tenze, kterou ženy ve vztahu mezi rodinou a prací pocítují. Podnikání i když dává velkou míru flexibility, je na druhou stranu v naprosté většině případů časově náročnější než pozice zaměstnankyně. Hlavně v začátcích vyžaduje podnikání daleko větší časovou náročnost. Ženy pak mívají pocit, že rodinu zanedbávají. Rozdíl je v tom, že žena jako podnikatelka ví, že je to její volba (Křížková, 2007, str.102).

Lukeš, Nový a kol. (2005, str. 80) zmiňují, že vlastnictví firmy může být hodně vyčerpávající. Je potřeba si uvědomit důležitost činností mimo podnikání, která přispívají k pocitu duševní rovnováhy. Po rozjezdu firmy se může každá podnikatelka dostat do určité izolace způsobené nároky podnikání. To klade zvýšené nároky na rodinou podporu a porozumění. Ženy často zjišťují, že zásoby energie získané při vykonávání mimo podnikatelských činností mohou vykompenzovat nebo zmírnit požadavky plynoucí z role v podnikání. Proto ženy věnující se různým aktivitám mohou mít k dispozici více energie pro řešení obtížných situací, a více emočních rezerv pro vypořádání se s problémy a se stresem. Nemělo by být překvapivé, že se podnikatelky často věnují filantropii a pomáhají ostatním. Přesto by si měly rozhodně nechat nějaký čas i pro sebe. Pro posilování vlastního fyzického a duševního zdraví a sebereflexi. Vedení vlastního podnikání může být vnímáno jako více v souladu s ženskou rolí péče o děti než zaměstnání. A to proto, že ženě dovoluje určitou časovou flexibilitu.

Systém podpory, komunikace a time managementu je důležitý. Podnikatelky často hovoří o velkém tlaku a pocitech viny, které pramení z konfliktů s rodinnými odpovědnostmi, ať již mají děti, nebo nikoliv. Podnikatelky si stěžují na tlak ze strany

rodiny, na izolaci a partnerské konflikty a považují je za nejvíce stresující faktory (Winn, 2004, in: Lukeš, Nový a kol. 2005, str. 80-81)

Přestože se řada matek stává úspěšnými podnikatelkami, výše uvedené problémy spojené s hledáním rovnováhy mezi podnikáním a rodinou nejsou přehnané. Ženy příliš často podceňují rozsah podnikání. Vstupují do podnikání s nerealistickým očekáváním bez ohledu na to, jak namáhavé a vyčerpávající vedení firmy může být. Péče o dítě spojená s vedením podnikání bez partnera nebo celé rodiny může vyústit ve výchovné problémy a rozvoj psychosomatických chorob dítěte na straně jedné, nebo v zánik či prodej firmy na straně druhé (Lukeš, Nový a kol. 2005, str. 81).

Sociologické výzkumy v oblastech podnikání a řízení uvádí, že akumulace kapitálu je vysoce závislá na skrytých domácích službách, které poskytují manželky a ženy. Práce, kterou vykonávají ženy, tím, že se starají o celou domácnost a zajišťují péči o děti, je kriticky důležitá pro celý chod podniku (Křížková, 2007, str. 98).

Dá se předpokládat, že tedy úspěšná kombinace soukromého a pracovního života je důležitá pro úspěšné podnikání.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

4.1 Cíl a výzkumné otázky

Cílem praktické části mé bakalářské práce je shrnout a analyzovat názory žen podnikatelek, které si odpověděly na otázky, zda existují vlastnosti, které ovlivňují úspěch v podnikání a jestli je pro úspěšné podnikání potřeba skloubit soukromý a pracovní život. Chtěli jsme ověřit, zda existuje jedna konkrétní vlastnost nebo kompetence, která vede k úspěšnému podnikání žen a zda je pro úspěšné podnikání ženy nutné sladit svůj soukromý a pracovní život. Nulové hypotézy jsme tedy stanovili takto: Neexistuje pouze jedna určitá vlastnost, která ovlivňuje úspěšné podnikání ženy a neexistuje vztah mezi úspěšným podnikáním a sladěním soukromého a pracovního života. Na výzkum vytvořeného pomocí dotazníkového šetření odpovědělo 77 respondentek – žen podnikatelek. Výzkum byl proveden v době od 14.2.2021 do 2.3.2021.

Soubor výzkumných otázek:

- Kolik je Vám let?
- Co Vás přivedlo k podnikání?
 - Výběrová otázka s definovanými motivy vstupu do podnikání odbornou literaturou (viz kapitola 2).
- Jak dlouho už podnikáte?
 - Odpověď v letech.
- Podle Vás, jaké kompetence vedou k úspěšnému podnikání ženy?
 - Výběrová otázka s definovanými sadami kompetencí dle výzkumu Mitchelmore a Rowleyová (2013).
- Které vlastnosti nebo kompetence jsou nejvýraznější u Vás?
 - Volné odpovědi.
 - Snahou bylo rozdělení vlastností a kompetencí dle výzkumu výše a zároveň ověření hypotézy, zda existuje konkrétní vlastnost nebo kompetence vedoucí k úspěšnému podnikání žen.
- Považujete se za úspěšnou podnikatelku?
 - Možnost odpovědí ano / ne.
- Dokážete podle Vás sladit soukromý a pracovní život?
 - Možnost odpovědí ano / ne.

- Po kolika letech podnikání se Vám povedlo skloubit soukromý a pracovní život?
 - Odpověď v letech.
 - V pokynech k vyplnění bylo, pokud respondentka na předchozí otázku odpověděla Ne, vyplnit hodnotu 0. Pokud se podařilo skloubit soukromý a pracovní život ihned nebo s tím neměla respondentka žádný problém, měla vyplnit hodnotu 1.
- Jak pro Vás je nebo bylo snadné skloubit soukromý a pracovní život?
 - Odpověď na škále 1–10.
- Jaké mělo Vaše podnikání dopad na Váš soukromý život?
 - Výběrová otázka z definovaných variant s možností zvolit „jiné“ a dopsat vlastní dopad.
 - Poslední 4 výše uvedené otázky směřovaly k ověření hypotézy, zda je pro úspěšné podnikání nutné sladit soukromý a pracovní život.
- Co pro Vás znamená úspěch obecně?
 - Volné odpovědi.
- Co pro Vás znamená úspěch konkrétně v podnikání?
 - Volné odpovědi.
 - Předchozí a tato otázka vedly k ověření hypotéz vedoucích k otázce na úspěch v podnikání. Ať už to byly kompetence anebo vlastnosti nebo sladění soukromého a pracovního života.
- Co je smyslem Vašeho podnikání?
 - Volné odpovědi.
- Jaký je obor, ve kterém podnikáte?
 - Volné odpovědi.
- Jak je pro Vás a Vaše podnikání důležitá podpora rodiny?
 - Škálová otázka s možnostmi 1–10.
 - Otázka sloužící k dalšímu ověření důležitosti sladění soukromého a pracovního života k úspěchu v podnikání.

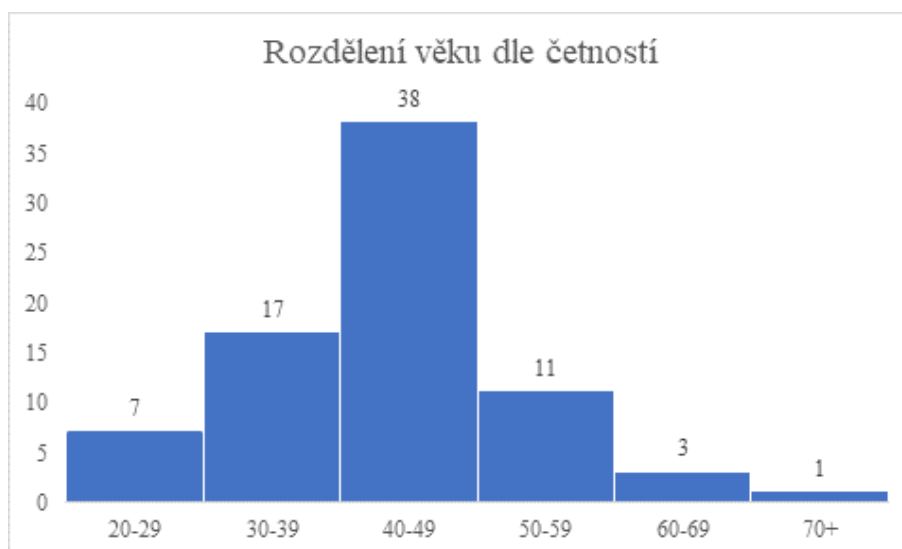
Dotazník byl vytvořen v elektronické podobě a elektronicky také distribuován.

V dalších kapitolách se budeme zabývat analýzou konkrétních odpovědí na výše položené výzkumné otázky.

Kolik je vám let?

Věková škála respondentek byla poměrně široká. Nejmladší respondentce bylo 20 let a nejstarší 70. Průměrný věk byl 42,6 let, modus, to znamená nejvíce zastoupenou skupinou v dotazníkovém šetření, byla skupina ve věku 43 let, 43 let je zároveň mediánem, tedy hodnotou, podle které lze statistický soubor rozdělit přesně na polovinu. Druhou nejpočetnější skupinou byly ženy ve věku 40 let. Podíváme-li se na věkové rozložení dle rozdělené jednotlivých četností v jejich detailu, pak nejvíce zastoupenou skupinou byly ženy ve věku 40 až 49 let, kterých bylo 38, což je 49,35 %, dále to byly ženy ve věku od 30 let do 39 tj. 22,08 %. Třetí skupinou byly ženy ve věku 50 až 59 let, kterých bylo 11, což je 14,29 %, dále 20 až 29 let, tj. 9,09 %, žen od 60 do 69 byly 3, tj. 3,90 % a poslední skupinou byla 70 až 79 let, tj. 1,30 %. Graficky znázorněno v Graf 1: Rozdělení věku dle četností:

Graf 1: Rozdělení věku dle četností



Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Z grafu výše je vidět v podstatě normální rozdělení rozložení věku s mírně vychýlenou šikmostí doleva.

Co vás přivedlo k podnikání?

Otázka „Co vás přivedlo k podnikání?“ byla koncipována jako výběrová, kde respondentky vybíraly z odbornou literaturou definovaných důvodů, které nejčastěji vedou ženy ke vstupu do podnikání. Nejčastějším důvodem, zmiňovaném v našem šetření, byla seberealizace a to ve 40,3 % (odpovědělo 31 žen), dále 16 žen odpovědělo,

že je přivedla k podnikání příležitost a to ve 20,8 %, na třetím místě se umístila možnost práce a rodiny u které odpovědělo 13 žen tj. 16,9 %. Další početnou skupinou jako důvod pro vstup do podnikání byla flexibilita v práci, která dostala převahu u 10 žen, což je 13 % z našeho vzorku respondentek. Další motivátory, jako stala jsem se pravou rukou manžela, nemožnost vrátit se do práce, skleněný strop – nemožnost kariérního postupu byly vybrány vždy dvěma ženami, což je procentuální podíl 2,6 % z 77 respondentek. Vzor v rodině vybrala jedna žena a krach původního zaměstnavatele žádná. Výsledky graficky znázorněny jsou vidět v Tabulka 1: Co Vás přivedlo k podnikání?:

Tabulka 1: Co Vás přivedlo k podnikání?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● seberealizace	31	40,3 %
● příležitost (nápad, díra na trhu)	16	20,8 %
● stala jsem se pravou rukou manžela	2	2,6 %
● možnost kombinace práce a rodiny	13	16,9 %
● flexibilita v práci (možnost upravit si čas podle svého)	10	13,0 %
● vzor v rodině	1	1,3 %
● nemožnost vrátit se do práce (například po RD)	2	2,6 %
● krach původního zaměstnavatele	0	0 %
● skleněný strop (nemožnost kariérního postupu)	2	2,6 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

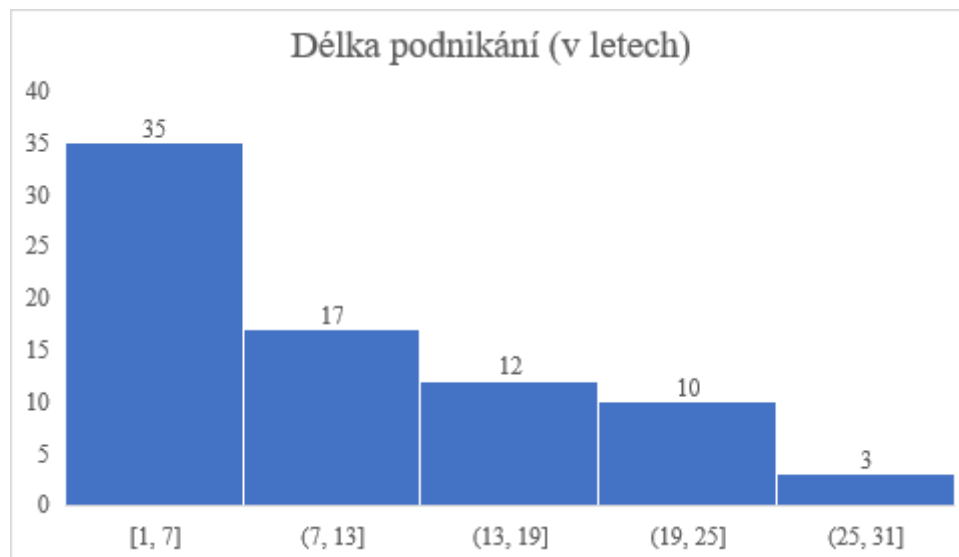
Jak dlouho už podnikáte?

V této otázce jsme se ptali na délku podnikání v letech. Průměrná délka podnikání z našeho šetření vychází 10,4 roku. Mediánem, tedy hodnotou přesně v polovině statistického souboru je 10 let. Naopak nejčastější odpovědi (modus) jsou pak 3 roky. Minimální (a současně i minimální možnou odpovědi i pro úplně začínající respondentky) byla odpověď 1 rok, nejdelší podnikání uvedla jedna respondentka v trvání 30 let.

V rozdělení jednotlivých četností, kdy jsme počet intervalů stanovili na 5 a tedy šířku intervalu na 6 let je vidět, že odpovídaly více respondentky s kratší dobou podnikání. Ostatně to je vidět i na výše uvedeném modusu, tedy nejčastěji uváděné odpovědi (3 roky). Tomu odpovídá i šikmost rozdělení četností, která je také vidět na níže uvedeném grafu č. 2, kde nejvíce odpovědí (35, tj. 45,45 %) je v intervalu 1-7 let. Jednotlivé intervaly po sobě následují v sestupné tendenci, tedy druhý nejpočetnější interval je 8-13 let (17, tj. 22,08 %), následuje 14-19 let (12, 15,58 %), 20-25 let (10,

12,99 %) a posledním, a nejméně početným intervalem je 26-31 let (3, 3,90 %). Graficky jsou výše uvedené výsledky dobře vidět v Graf 2: Délka podnikání v letech:

Graf 2: Délka podnikání v letech



Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Jaké kompetence podle vás vedou k úspěšnému podnikání ženy?

V této výzkumné otázce jsme se zaměřili na 4 soubory kompetencí, které vzešly z výzkumu Mitchelmore a Rowleyové (2013). První z nich byl soubor koncepčních a vztahových kompetencí, kam můžeme zařadit komunikační dovednosti, budování vztahů, networking, integritu, sebevědomí, motivace sebe sama nebo být proaktivní a touha uspět. Tento soubor kompetencí vybralo 48 žen, což jsou téměř dvě třetiny respondentek (přesně 62,3 %). Druhým nejvíce vybíraným souborem byly podnikatelské kompetence, kam zařazujeme generování nápadů, inovační dovednosti, vizionářství, předvídání příležitostí, kreativitu a ochotu riskovat. Tento soubor vybralo 37 respondentek, což činí 48,1 % dotazovaných žen. Obchodní a manažerské kompetence, jako je rozpočtování, obchodní a provozní dovednosti, rozvoj systémů řízení, formulování a implementace strategií, využívání příležitostí, plánování a správa financí vybralo jako svůj prioritní soubor kompetencí 20 žen podnikatelek, což je 26 %. Jako poslední vybíraný soubor kompetencí šlo o kompetence v oblasti lidských zdrojů, kam zařazujeme rozvoj zaměstnanců, řízení výkonu zaměstnanců, zaměstnanecké vztahy, vedoucí schopnosti, motivace ostatních, styly řízení manažerské dovednosti. Tyto kompetence vybralo 13 respondentek, tedy 16,9 %. Graficky jsou výsledky názorně vidět v Tabulka 2: Kompetence vedoucí k úspěšnému podnikání ženy:

Tabulka 2: Kompetence vedoucích k úspěšnému podnikání ženy

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● Koncepční a vztahové kompetence (komunikační dovednosti, budování vztahů, networking, integrita, sebevědomí, motivace sebe sama, proaktivní a touha uspět)	48	62,3 %
● Obchodní a manažerské kompetence (rozpočtování, obchodní a provozní dovednosti, rozvoj systémů řízení, formulování a implementace strategií, využívání příležitostí, plánování, správa financí)	20	26,0 %
● Podnikatelské kompetence (generování nápadů, inovační dovednosti, vizionářství, předvídaní příležitostí, inovativnost, kreativita, ochota riskovat, riskování)	37	48,1 %
● Kompetence v oblasti lidských zdrojů (rozvoj zaměstnanců, řízení výkonu zaměstnanců, dovednosti řízení lidských vztahů, zaměstnanecké vztahy, náborové dovednosti, vedoucí schopnosti, motivace ostatních, styly řízení, manažerské dovednosti)	13	16,9 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Které vlastnosti nebo kompetence jsou nevyraznější u vás?

U této otázky šlo o volné odpovědi. Na tuto otázku mohly respondenty odpovídat, a také toho hojně využívaly, více možnostmi, v souladu s tím, co pro ně samotné bylo v jejich vlastním podnikání (a z jejich pohledu) podstatné pro úspěch v podnikání. Naši snahou bylo porovnat odpovědi respondentek z této otázky s otázkou předchozí, kde jednotlivé soubory kompetencí vycházely z mezinárodního výzkumu. Nejvíce žen podnikatelek si myslí, že jejich nejvýraznější kompetence je v obecné rovině komunikace. Respondentky zmiňovaly jakoukoli formu komunikace v 38,96 % odpovědí. Druhou výraznou kompetencí je vztahová rovina – vztahy a budování vztahů. Odpovědi týkající se vztahů byly v 23,38 % případů. Jako další vlastnosti ženy uváděly kreativitu, a to v 19,48 % případech. Další důležitou vlastností byla vize nebo vizionářství (16,88 %). Manažerské schopnosti byly v 13 % odpovědí. Jako jednou z dalších důležitých schopností nebo vlastností můžeme uvést riskování nebo ochota riskovat, která se objevila v 11,69 % odpovědí.

Další odpovědi, vlastnosti, kompetence nebo schopnosti se ve svých jednotlivých odpovědích vešly už do 10 % procent výskytů. V odpovědích pak můžeme vyčíst například systematickosti, cílevědomost, houževnatost, empatii, flexibilitu, ale i umění pracovat s financemi, hravost, integritu anebo spásu světa.

Pokud analyzujeme výsledky slovních odpovědí v rámci této otázky z pohledu výzkumu Mitchelmore a Rowleyové (2013), musíme si odpovědi rozřadit do jimi stanovených skupin kompetencí. Z tohoto pohledu pak výsledky ukazuje následující Tabulka 3: Kompetenční matice:

Tabulka 3: Kompetenční matice

Kompetence	Počet odpovědí	% z celku
Koncepční a vztahové kompetence	84	48,84 %
Podnikatelské kompetence	43	25,00 %
Obchodní a manažerské kompetence	26	15,12 %
Kompetence lidských zdrojů	19	11,05 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

V kapitole 0 jsme viděli, že koncepční a vztahové kompetence vybraly respondentky na prvním místě, a to v 62 %. Analýzou slovních odpovědí potvrzujeme, že koncepční a vztahové kompetence jsou skutečně na prvním místě i v našem šetření. Analýzou potvrzujeme pořadí i dalších kompetenčních souborů. Tedy otázky v kapitolách 0 a 0 se pořadím a důležitostí kryjí. Odlišné součty a procenta v této analýze nehrají žádnou roli, protože vycházíme z jiného počtu responzí a variant. V otázce popisované v kapitole 0 mohly respondentky vybírat pouze z jedné odpovědi. Oproti tomu v otázce popisované v této kapitole mohly respondentky odpovídat volně, tedy i několik odpovědí a variant zároveň. Analýza těchto odpovědí pak probíhala tříděním a řazením do kategorií kompetenčních souborů dle výzkumu Mitchelmore a Rowleyové (2013).

Považujete se za úspěšnou podnikatelku?

Následující otázky výzkumu směřují k úspěchu v podnikání a jakým způsobem (a zda vůbec) je možné skloubit pracovní a soukromý život v případě žen podnikatelek. Otázka „Považujete se za úspěšnou podnikatelku?“ směřuje na subjektivní pocit, zda respondentky samy sebe považují za úspěšné podnikatelky. Ze 77 žen podnikatelek se za úspěšnou podnikatelku považuje 66 respondentek, to je 85,7 %. Pouze 11 z nich, tedy 14,3 % žen se za úspěšnou podnikatelku nepovažuje. Důvody proč se za úspěšnou podnikatelku nepovažují nebyly pro naši práci relevantní, a tedy jsme se jimi nezabývali.

Výsledky ukazuje následující Tabulka 4: Považujete se za úspěšnou podnikatelku?:

Tabulka 4: Považujete se za úspěšnou podnikatelku?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
• Ano	66	85,7 %
• Ne	11	14,3 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Dokážete podle vás skloubit pracovní a soukromý život?

Následující sadou otázek chceme ověřit, jak podnikání ovlivňuje pracovní a soukromý život a zda podnikání samotné lze se soukromým životem skloubit nebo ne. Obzvláště důležité je to právě u žen podnikatelek a jejich dalšími společenskými a rodinnými rolemi, které v životě zastávají. Dle našeho šetření vyplývá, že drtivá většina žen v našem průzkumu dokáže skloubit svůj pracovní a soukromý život. Konkrétně, podle vlastního vyjádření, 69 žen (tj. 89,6 %) je schopno sladit soukromý a pracovní život. Jen 8 z nich (10,4 %) se vyjádřilo, že ne. Přehledně opět v následující tabulce Tabulka 5: Dokážete skloubit pracovní a soukromý život?:

Tabulka 5: Dokážete skloubit pracovní a soukromý život?

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
• Ano	69	89,6 %
• Ne	8	10,4 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Po kolika letech podnikání se vám povedlo skloubit soukromý a pracovní život?

Otázka analyzovaná v této kapitole navazovala na předchozí, kde jsme se ptali na to, zda dokáží ženy podnikatelky svou pracovní a soukromý život skloubit. V pokynech k vyplňování dotazníku bylo, že pokud na předchozí otázku odpověděli Ne, pak v této odpovědi dávaly respondentky odpověď 0. Pokud se jim povedlo skloubit pracovní a soukromý život ihned nebo s tím neměly vůbec žádný problém, měly odpovídat číslem 1.

Z odpovědí vyplývá, že drtivá většina žen dokázala svůj život pracovní skloubit se soukromým hned v začátku podnikání nebo maximálně do 5 let. Jednalo se o 88,73 % žen. Další odpovědi už jsou v kategorii 10 let (7,04 %). Zbytek už tvoří pouze několik odlišných odpovědí.

V průměru dokáže skloubit soukromý a pracovní život žena podnikatelka, podle našeho šetření, za 3,05 roku. Průměr nám ale vychyluje jedna odpověď v maximální hodnotě 28 let. Modus, tedy nejčastější odpověď, je 1 rok. To, podle zadání pro vyplňování této otázky, znamená, že ženy dokáží své podnikání skloubit se soukromým životem ihned, případně maximálně do jednoho roku.

Jak pro vás je nebo bylo snadné skloubit soukromý a pracovní život?

V této otázce bylo umožněno odpovídat na škále od 1 do 10, kde 1 znamenalo „Vůbec se mi nepovedlo“, 10 pak „Bylo to velmi snadné“. Výsledná známka 6,4 ukazuje, že se více žen přiklání k tomu, že skloubit soukromý a pracovní život je relativně snadné. Nicméně nemůžeme tvrdit, že by to bylo úplně bez problémů a překonávání překážek. Na to ukazuje i nezanedbatelné procento odpovědí, které jsou na škále v hodnotách 1–5. Grafický přehled jednotlivých odpovědí je v Tabulka 6: Jak je snadné skloubit soukromý a pracovní život?:

Tabulka 6: Jak je snadné skloubit soukromý a pracovní život?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Vůbec se mi nepovedlo ●	5 (6,5 %)	2 (2,6 %)	6 (7,8 %)	4 (5,2 %)	10 (13,0 %)	11 (14,3 %)	8 (10,4 %)	11 (14,3 %)	10 (13,0 %)	10 (13,0 %)	● Bylo to velmi snadné
Vůbec se mi nepovedlo	1	2	3	4	5	6,4	7	8	9	10	Bylo to velmi snadné

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Jaký mělo vaše podnikání dopad na váš soukromý život?

Nejčastěji vybranou odpovědí byla psychická pohoda, tuto možnost vybralo 34 žen (44,2 %). Zlepšení vztahů vybralo 16,9 %, to je 13 žen, žádný vybralo 12 žen (15,6 %). Rodinné problémy mělo 10 (13 %) žen. Další ženy vybraly, psychické problémy, výchovné problémy a finanční problémy, ale i vylepšení zdraví.

Tabulka 7: Jaký mělo vaše podnikání dopad na váš soukromý život

Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
● Žádný	12	15,6 %
● Rodinné problémy (např. rozvod, odluka, hádky...)	10	13,0 %
● Vylepšení zdraví	8	10,4 %
● Psychické problémy (např. syndrom vyhoření, úzkosti, deprese...)	8	10,4 %
● Výchovné problémy s dětmi	3	3,9 %
● Zlepšení vztahů v rodině (ať už s partnerem, dětmi nebo v širší rodině)	13	16,9 %
● Finanční problémy	4	5,2 %
● Psychická pohoda (např. získání sebevědomí, seberealizace...)	34	44,2 %
● Jiný dopad (prosím vepište, jaký)	17	22,1 %

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

Jak je vidět z tabulky, 17 žen vybralo odpověď „jiný dopad“, to znamená, že si nevybralo z našich možností. Většina odpovědí z této kategorie by se ale dala rozřadit do nabízených možností, nicméně respondentky využily možnost větší precizace odpovědi, resp. její rozepsání do dalšího detailu. Z odpovědí by se dala vybrat jedna další kategorie, která by se dala charakterizovat jako řízení času (plánování času a málo času, ať už na sebe nebo na rodinu).

Ze všech odpovědí je ale vidět tendence spíše k pozitivnímu hodnocení vlivu podnikání na soukromý život.

Co pro vás znamená úspěch?

V této otázce jsme se žen podnikatelek zeptali na úspěch v obecné rovině, co pro ně znamená, co je pro ně v životě nejdůležitější. Úspěch je totiž velmi subjektivní pojem a pro každého jedince může úspěch znamenat něco jiného. Proto bylo ambicí spíše zmapovat, co pro ženy podnikatelky úspěch vůbec znamená, jak by úspěch sami definovaly, co tím okamžikem, kdy si žena podnikatelka řekne, že je úspěšná.

Pro většinu respondentek úspěch znamená spokojenost nebo spokojený život, a to v 31,17 %. Ve 29,87 % ženy odpověděly, že úspěch znamená seberealizaci. Na třetím místě se umístily finance – 16,88 %. V 11,69 % odpovědí úspěch pro ženy znamenal dosažení vytyčeného cíle. V dalších odpovědích se opakovaly vztahy, svoboda, ale také skloubení času, štěstí a originalita.

A co pro Vás znamená úspěch konkrétně v podnikání?

Tady jsme se v otázce už zaměřili na úspěch v podnikání. Ve 42,86 % odpovědích byli uvedeny finance (zisk, finanční nezávislost, finanční jistota, mít na účtenky, uživení se). Jako další jsou pro ženy důležití klienti a jejich rozvoj, 25,97 %. Třetí důležité je vybudovat dobrou firmu 15,58 %. Úspěch v podnikání pro ženy také znamená svobodu a nezávislost, v odpovědích se nám objevila ve 14,29 %. Ve 12,98 % odpovědí bylo důležité „dělat to, co mám ráda“.

Jen v několika málo případech se objevila odpověď, že úspěch v podnikání se rovná úspěchu osobně. Z toho je patrné jasné rozdělení vnímání úspěchu obecně a úspěšného podnikání.

Co je smysl vašeho podnikání?

Smyslem podnikání většiny žen podnikatelek z našeho šetření je prospěšnost, snaha něco zlepšit, nabídnout službu nebo produkt, který klientovi pomůže zlepšit život. Prospěšnost byla uvedena v odpovědích ve 49,35 %. Na druhém místě se umístila seberealizace, a to v 19,4 %. Třetí nejčastější odpovědí byli finance, v 16,88 %. Shodné procento odpovědí, to je 11,69 % měla svoboda, seberealizace a seberozvoj. Smyslem podnikání pro ženy je i spokojený zákazník, udržení značky a skloubení soukromého a pracovního života.

Ve všech třech posledních otázkách, popisovaných v kapitolách 0, 0 a 0 nápadně vyniká jedna odpověď, a tou je seberealizace. Můžeme tak konstatovat, že seberealizace je jednou z linek, která spojuje podnikání žen. To vlastně podporují i odpovědi na otázku „Co Vás přivedlo k podnikání?“ analyzovanou v kapitole 0, kde seberealizace byla tou nejčastější odpovědí.

Jaký je obor, ve kterém podnikáte?

Nejvíce žen respondentek podniká v oboru mimoškolní vzdělávání, 20 – 25,97 %. Druhým zastoupeným oborem byla poradenská a konzultační činnost, 9 – 11,69 %. Ve službách podniká 7 – 9,09 % žen. 6 žen podniká ve světě financí, to je 7,79 % respondentek. Dále byl zastoupen obchod a reklama 5 ženami. Textilní výroba, obchod a kosmetické služby byly zastoupeny 4 ženami. Umění, gastro a účetnictví 3 ženami. Dále nákup a prodej a reality 2 ženami. Ale mezi respondentkami se také našly ženy, které podnikají v ubytovacích službách, ve zdravotnictví, zemědělství, cestovním ruchu a psaní.

Můžeme tedy konstatovat, že rozvrstvení respondentek bylo mezi rozmanité obory podnikání, což přispívá k větší objektivitě zjištěných závěrů.

Jak je pro vás a vaše podnikání důležitá podpora rodiny?

Touto otázkou jsme zjišťovali, zda je pro ženy důležitá podpora rodiny, pokud se pustí do podnikání. Podpora rodiny je pro ženy podnikatelky velmi důležitá, což dokazuje výsledná známka 8,1. Respondentky vybíraly na škále od 1 do 10. Kdy číslo 1 znamenalo vůbec není důležitá a naopak číslo 10 znamenalo je naprosto nezbytná. Nejvíce žen vybralo na škále vůbec nejvyšší hodnocení 10, tedy že podpora rodiny je pro ně naprosto nezbytná (30, tedy 39 %). Číslo 9 vybralo 13 (16,9 %) žen. Číslo 8 vybralo taktéž 13

(16,9 %) žen. Číslo 7 vybralo 6 (7,8 %), 6 1 (1,3 %) a číslo 5 vybralo 7 (9,1 %) žen. Číslo 1 až 4 vybralo 3 a méně žen.

Tabulka 8: Je pro Vás a Vaše podnikání důležitá podpora rodiny?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Vůbec <input checked="" type="radio"/>	2 (2,6 %)	0	3 (3,9 %)	2 (2,6 %)	7 (9,1 %)	1 (1,3 %)	6 (7,8 %)	13 (16,9 %)	13 (16,9 %)	30 (39,0 %)	<input checked="" type="radio"/> Naprosto nezbytná

Zdroj: Dotazníkové šetření 2021, vlastní zpracování.

5 DISKUZE

V úvodu jsme si kladli otázky „Jaké vlastnosti ovlivňují úspěch v podnikání?“, „Jak se dá či nedá skloubit soukromý život s podnikáním?“ a „Jak to ovlivňuje úspěšnost podnikatelky?“. V tomto kontextu byl také zpracován a proveden výzkum, který jsme analyzovali v předchozích kapitolách. Z dotazníkového šetření na téma psychologické faktory ovlivňující úspěšné podnikání ženy provedeného konkrétně u žen podnikatelek jsme zjistili několik skutečností.

Nejprve jsme se zaměřili na vztah mezi konkrétními vlastnostmi nebo kompetencemi a úspěšností v podnikání. Jinými slovy, zda existuje nějaká vlastnost nebo kompetence, která zaručuje úspěch v podnikání. V kontextu celé práce jde samozřejmě o úzké zacílení na téma žen v podnikání. Analýzou odpovědí na konkrétní otázky na toto téma, kterou jsme dělali v kapitolách 0 a 0 jsme si potvrdili, že takový jednoznačný vztah neexistuje. Byla tak potvrzena nulová hypotéza, tedy že neexistuje pouze jedna určitá vlastnost nebo kompetence, která ovlivňuje úspěšné podnikání, respektive která by úspěšnost v podnikání zaručovala.

Ženy podnikatelky jednak vybíraly ze čtyř souborů kompetencí mezinárodního výzkumu Mitchelmore a Rowleyové (2013), a následně měly volnou odpověď popsat, které kompetence nebo vlastnosti jsou z jejich pohledu důležité a dovedly je k úspěšnému podnikání. Tyto volné odpovědi jsme poté zařadili do příslušných skupin tak, aby odpovídaly rozdělení výše uvedenému výzkumu. Jednalo se o soubor koncepčních a vztahových kompetencí, obchodní a manažerské kompetence, podnikatelské kompetence a kompetence v oblasti lidských zdrojů. I když z obou otázek vyplývá, že u žen podnikatelek převládají koncepční a vztahové kompetence a na druhém místě podnikatelské kompetence, bylo pro nás neméně důležité, s ohledem na hypotézu, že pouze 11 žen ve volné odpovědi na otázku „Které kompetence nebo vlastnosti jsou u vás nejvýraznější?“ napsalo pouze jednu vlastnost, a 66 žen podnikatelek, což činí 85,71 %, vyjmenovalo hned několik vlastností a dovedností.

Mitchelmore a Rowleyová (2013) také uvádějí, že s největší pravděpodobností se žen v podnikání týkají soubory kompetencí osobních a vztahových a dále soubor mezilidských kompetencí (viz kapitola 0). Jak jsme ukázali v našem výzkumu a jeho analýze, konkrétně v kapitole 0, můžeme toto tvrzení potvrdit.

Pro porovnání, potvrzení nebo vyvrácení a přijetí obecnějších závěrů by bylo pro další bádání zajímavé, a zcela jistě i přínosné, zjistit, jaké skupiny kompetencí nebo vlastností převládají u mužů. Tím bychom si mohli recipročně ověřit, zda existují soubory vlastností nebo kompetencí, vedoucí k úspěšnému podnikání, specifické pro ženy a muže. Anebo, zda se budou soubory vlastností a kompetencí vzájemně překrývat. Tedy jinými slovy, zda k úspěšnému podnikání vedou stejné soubory vlastností a kompetencí jak u žen, tak také u mužů anebo je úspěch v podnikání také podmíněn genderovým specifickým.

Neméně zajímavé by bylo zjistit, jaké kompetence u žen, ale i mužů převládají z pohledu podřízených, nadřízených a lidí z nejbližšího okolí. Pokud by se ukázalo, že vztahové kompetence jsou hlavní doménou žen, autorku práce by ještě zajímalo, zda tento druh kompetencí má souvislost i s oborem nebo obory, ve kterých ženy podnikají. Autorčina zkušenost ukazuje, že vztahové kompetence jsou hlavně doménou podnikatelských oborů, které jsou hlavní doménou žen, jako je vzdělávání, volnočasové aktivity, textilní a výtvarná výroba, apod. Výsledek výzkumu v tomto smyslu také potvrzuje autorčinu zkušenost ze svého podnikatelského okolí (a zacíleno konkrétně na ženy), a to, že s kompetencemi obchodně – manažerskými a kompetencemi v oblasti lidských zdrojů lidé příliš velké zkušenosti nemají nebo jsou upozaděny.

Dalším faktorem, který do této diskuze může vstupovat, zda ženy a muži preferují jiné typy podnikání, resp. zda některé genderově specifické vlastnosti nebo kompetence vedou k úspěchu v podnikání v rozdílných oborech.

Další otázkou našeho dotazníkového šetření bylo, „Zda je potřeba pro úspěšné podnikání sladit soukromý a pracovní život?“. Lze se domnívat, že tomu tak je v každém podnikání, bez ohledu na pohlaví. Nicméně vzhledem k odlišné sociální roli žen ve společnosti bylo zajímavé se na tuto otázku zeptat podrobněji. Nulová hypotéza byla, že neexistuje vztah mezi úspěšným podnikáním a sladěním soukromého a pracovního života. Vzhledem k tomu, že 85,7 % žen odpovědělo, že se považují za úspěšné podnikatelky, a zároveň 89,6 % žen odpovědělo, že dokáží skloubit soukromý a pracovní život, dá se z toho vyvodit, že pro úspěšné podnikání je s velkou pravděpodobností potřeba umět skloubit soukromý a pracovní život. Viz podrobněji analýza v kapitolách 0 a 0.

Výše uvedené závěry potvrzuje také otázka na podporu rodiny, kterou jsme analyzovali v kapitole 0. V odpovědích se ukázalo, že podpora rodiny je pro ženy velmi důležitá, kdy výsledná známka byla 8,1. Navíc 39 % žen vybralo na škále číslo 10, což znamenalo, že je pro ně podpora rodiny naprosto nezbytná. Z výše uvedeného tak lze dovozovat, že vztah mezi úspěšností v podnikání a skloubení rodinného a pracovního života a podporou rodiny skutečně existuje. A zdá se, že právě u žen podnikatelek je rodinné zázemí pro podnikání skutečně rozhodující. Nulovou hypotézu, tedy že neexistuje vztah mezi úspěšným podnikáním a sladěním soukromého a pracovního života, tak můžeme zamítnout.

Zajímavým výsledkem také bylo, že 46,7 % žen odpovědělo, že se jim povedlo skloubit soukromý a pracovní život hned, a dalších 29,87 % žen do 5 let, přitom ale na otázku, jak to pro ně bylo snadné, hodně žen odpověděla, že to až tak snadné nebylo, protože výsledná známka ze škály 1 až 10 byla 6,4. Navíc, na otázku „Jaký mělo Vaše podnikání dopad na Vás soukromý život?“ byla většina odpovědí vedena v pozitivním duchu (viz kapitola 0 – psychická pohoda jako nejvíce volená varianta odpovědí).

Z celého výzkumu nelze vyvozovat obecnější závěr, že je tedy u žen podnikatelek, vedle rozjezdu svého podnikání, důležitá právě rodina. Nelze ani dovést závěr, zda ovlivňuje pohoda, kterou ženy podnikatelky nabyly svých podnikáním pozitivně soukromý život anebo právě podpora rodiny vede k pohodě v podnikání. Nicméně lze dovést a dokumentovat vzájemnou souvislost a propojenost mezi těmito oblastmi. Obzvláště, pokud přijmeme fakt, že každé podnikání na svém začátku s sebou nese těžkosti anebo se přinejmenším jedná o zásadní zlom v životě daného jedince.

Je tedy nutné pro úspěšné podnikání sladit soukromý a pracovní život? Z výsledků dotazníkového šetření a jejich analýzy sice nemůžeme přijmout jednoznačné stanovisko. Nicméně se nám ukazuje, že s velkou pravděpodobností tomu tak je.

Opět by bylo zajímavé tuto otázku porovnat s výsledky stejného výzkumu mezi podnikateli muži. Zda by pro ně podpora rodiny byla stejně důležitá, jako u žen nebo ne.

Vzhledem k tomu, že úspěch byl stěžejním tématem našeho výzkumu i celé práce, zeptali jsme se také žen, co pro ně úspěch znamená. A to jak v obecné rovině, tak v podnikání. Vzhledem k tomu, že šlo o volné odpovědi, objevila se v odpovědích celá škála možností. Šlo o velmi široké téma, protože úspěch pro každého znamená velmi subjektivní věc. Na druhou stranu lze z analýzy výzkumu vyvodit, že ženy obecně

považují za úspěch spokojený život, což odpovědělo 30,17 % žen (viz kapitola 0). Odpovědi byly nicméně poměrně obecné (např. „spokojenost“, „spokojený život“). Stálo by tedy za to zkoumat do větší hloubky, co do spokojenosti, nebo spokojeného života, ženy zařazují. Zda všechno, aby bylo v rovnováze, např. úspěch v práci, pohodový rodinný život, dobré vztahy, dostatek financí nebo preferují něco jiného a pro každou ženu je prioritou jiné. Stejně jako úspěch, může být i spokojenost velmi široký a subjektivní pojem.

I tak takto volená otázka měla svůj význam jako úvod do celé problematiky úspěchu. V této fázi jsme zjistili, co úspěch vlastně pro ženy znamená. V dalších fázích by bylo možné zjišťovat další rozpad – viz v diskuzi výše. Zde už bychom mohli také uvažovat o rozhovorech na toto téma, než využití dotazníkového šetření. A to z důvodu větší zacílenosti v odpovědích a tématu dalšího výzkumu.

Vedle úspěchu obecně jsme se také zeptali na úspěch v podnikání. Viz kapitola 0. V úspěchu konkrétně v podnikání jsme identifikovali tři oblasti odpovědí, a to finance, klienti a jejich rozvoj a vybudovat dobrou firmu. Je vidět, že existuje rozdíl ve vnímání úspěchu obecně a úspěchu v podnikání. Lze říci, že úspěch v podnikání byl v odpovědích definován daleko konkrétněji a specificky, oproti definici úspěchu obecně. Ve smyslu odpovědí, *zatímco v podnikání je úspěch, pokud mám na zaplacení složenek, v obecné rovině se cítím úspěšně, když mám spokojený život*. Definovat úspěch na obecné rovině bylo tedy více filozofickou otázkou, než čistě praktickou. Což byl ale očekávatelný výsledek.

ZÁVĚR

Ženy v západní kultuře získaly za posledních 150 let zákony a rovnoprávnost, kterou postupně získáváme i v myslích mužů (ale nakonec i samotných žen). Dostaly jsme možnost vzdělání, seberealizace, účastnit se veřejného života, přístupu na pracovní trh. Také jsme tím ale získaly placenou i neplacenou práci navíc, díky níž máme méně času. Méně času na rodinu, děti, ale i sebe. Zároveň nám ale moderní trendy na trhu práce a v zaměstnanosti umožňují lépe si práci, a tedy i čas na rodinu organizovat a využívat jej. Tématem posledních let je sladění času v práci a trávení volného času. Není to jen situací na trhu práce, ale je to i mezigenerační problematika. Mladší generace (např. Generace Z) už nechce trávit tolik času v práci, jako např. v českém prostředí tzv. Husákovy děti (ve světě Generace X). Zároveň na trh práce přicházejí změny označované jako 4. průmyslová revoluce (Průmysl 4.0) – jde zejména o digitalizaci a robotizaci. V této souvislosti se očekává výrazná změna v (ne)potřebě pracovní síly, tvorbě nových pracovních rolí, zániku stávajících, změně potřeby ve vzdělávacích kvalifikacích – tedy obrovský sociologický a sociální dopad na celou společnost (nejen západní). Ve světle těchto událostí může být právě podnikání (a podnikání žen zvláště) odpovědí na očekávané změny.

Cílem teoretické části mé práce byla rešerše dostupné literatury. Postupným studiem pramenů a mnoha konzultacích i v různých knihovnách se ukázalo, že odborné literatury na téma žen a podnikání je velký nedostatek. Přímo monografií na dané téma je opravdu jen velmi málo. Pokud už se dané téma někde objevuje, pak jen jako, v lepším případě, kapitoly nebo studie v rámci jiných témat a monografií. Stejně tak je téma poměrně roztržité – do gender problematiky, historie emancipace, statistických výzkumů podnikání, psychologie osobnosti a rozdílnosti mužů a žen. I přesto, podle mého názoru, se mi podařilo cíl práce splnit a jednotlivé části a oblasti se mi podařilo dostat do uceleného a logického celku.

Cílem praktické části mé bakalářské práce bylo objasnit u vybraného vzorku respondentek – žen podnikatelek, vlastnosti nebo kompetence ovlivňující úspěch v podnikání. Dále, zda se dá či nedá skloubit soukromý a pracovní život a jak to ovlivňuje úspěšnost podnikatelky. Snahou bylo ověřit, zda existuje jedna konkrétní vlastnost nebo kompetence, která vede k úspěšnému podnikání žen a zda je pro úspěšné podnikání ženy

nutné sladit svůj soukromý a pracovní život. Dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že neexistuje pouze jedna konkrétní vlastnost, která by vedla ženy k úspěšnému podnikání. Z výzkumu vyplynulo, že se jedná o celý soubor vlastností nebo kompetencí, které pomáhají ženám uspět. Analýza výzkumu také ukázala, že neexistuje vztah mezi úspěšným podnikáním a skloubením soukromého a pracovního života. Vzhledem k zjištěným skutečnostem lze říci, že cíle bakalářské práce byly splněny a odpověděla jsem na stanovené hypotézy.

Předem nezamýšlenou, nikoli však v důsledku nepodstatnou, součástí mé práce byl také koučovací rozměr položených otázek v mém dotazníkovém šetření. Některé z žen podnikatelek, mi dávaly zpětnou vazbu, že se u otázek musely zamyslet, že si uvědomily některé skutečnosti spojené s jejich osobou a podnikáním. Například zmiňovaly, jak pro ně bylo důležité a přínosné, že se musely zamyslet, nad tím, co je dovedlo k úspěšnému podnikání, co pro ně znamená úspěch a co je vlastně smyslem jejich podnikání. I díky možnosti zadání do dotazníků kontaktní adresy, bylo zřejmé, že o výstupy z dotazníkového šetření je z řad žen podnikatelek velký zájem.

Díky uvedeným zjištěním se domnívám, že další výzkumy ženských podnikatelských kompetencí by byly cenným základem pro lepší porozumění podnikání žen, jejich záměrům, motivům a cílům. Které by mohly řídit růst ženských podnikatelských aktivit a zároveň jim pomáhat jak ještě lépe zvládat začátky svých podnikání, odstraňovat bariéry (vzhledem k odlišnosti v sociálních rolích žen) a pomoci jim sladit obtížné podnikatelské začátky s jejich soukromým životem a snížením rizika ztráty podpory rodiny.

LITERATURA

ANÝŽOVÁ, Petra a Jiří VEČERNÍK, ed. *Vzdělání, dovednosti a mobilita: zaměstnání a trh práce v České republice a evropských zemích*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4294-9.

DVOŘÁKOVÁ, Zuzana. *Řízení lidských zdrojů*. V Praze: C.H. Beck, 2012. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-347-9.

HUMLOVÁ, Vlasta, POCZATKOVÁ, Blanka a FIALOVÁ, Vendula. *Podnikání a podnik*. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2005. ISBN 80-86764-19-2.

JOHN, Alexandra, 2015. *Sama sobě šéfm*. Jihlava: Baroque Partners s. r. o. ISBN 978-80-87923-07-8.

KARSTEN, Hartmut. *Ženy – muži: Genderové role, jejich původ a vývoj*. Praha: Portál, 2006. Spektrum (Portál). ISBN 80-7367-145-x.

KLEIN, Hans-Michael a Albrecht KRESSE. *Psychologie – základ úspěchu v práci*. Praha: Grada, 2008. Manažer. ISBN 978-80-247-2444-7.

KŘÍŽKOVÁ, Alena. *Pracovní dráhy žen v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. Gender sondy. ISBN 978-80-7419-054-4.

KŘÍŽKOVÁ, Alena. *Životní strategie žen a mužů v řízení (a) podnikání*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007. Sociologické disertace. ISBN 978-80-7330-125-5.

LUKEŠ, Martin a Ivan NOVÝ. *Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností*. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-125-9.

LENDEROVÁ, Milena. *K hříchu i k modlitbě: žena devatenáctého století*. Vydání druhé. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3540-8.

MASOPUSTOVÁ, Zuzana, Petra DAŇSOVÁ a Lenka LACINOVÁ. *Jak to mají mámy: psychologický výzkum mateřství*. Brno: Masarykova univerzita, 2018. ISBN 978-80-210-9169-6.

MATURKANIČ, Patrik. *Základy etiky: vybrané otázky z praktické filosofie: vysokoškolská učebnice*. Terezín: Vysoká škola aplikované psychologie, 2018. ISBN 978-80-87871-05-8.

OČENÁŠKOVÁ, Veronika. *Ženy v akademických povoláních: osobní a profesní spokojenost*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4793-3.

PLAMÍNEK, Jiří. *Tajemství úspěchu*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3658-7.

POCZATKOVÁ, Blanka a BRŇOVJÁKOVÁ, Martina. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015. ISBN 978-80-905178-4-4.

SECKÁ, Milena. *Americký klub dam: krůček k ženské vzdělanosti*. Praha: Národní muzeum, c2012. ISBN 978-80-7036-366-9.

SLAVÍČKOVÁ, Pavla, ed. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016. ISBN 978-80-7422-508-6.

SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

VLACH, Robert. *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2017. Pod povrchem. ISBN 978-80-7555-015-6.

VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.

Online zdroje:

ČESKO. § 2 odst. 1 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Zákony pro lidi.cz* [online]. © AION CS 2010-2021 [cit. 2. 2. 2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455#p2-1>

MITCHELMORE, S. and ROWLEY, J. (2013). *Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth*. Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 20 No. 1, pp. 125-142. <https://doi.org/10.1108/14626001311298448>

Nový Občanský zákoník (úplné znění) - Podnikatel.cz. Podnikatel.cz - největší server pro podnikatele v ČR [online]. Copyright © 2007 [cit. 14.03.2021]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/zakony/novy-obcansky-zakonik/uplne/>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Co Vás přivedlo k podnikání?	29
Tabulka 2: Kompetence vedoucí k úspěšnému podnikání ženy	31
Tabulka 3: Kompetenční matice	32
Tabulka 4: Považujete se za úspěšnou podnikatelku?	32
Tabulka 5: Dokážete skloubit pracovní a soukromý život?	33
Tabulka 6: Jak je snadné skloubit soukromý a pracovní život?	34
Tabulka 7: Jaký mělo vaše podnikání dopad na váš soukromý život.....	34
Tabulka 8: Je pro Vás a Vaše podnikání důležitá podpora rodiny?.....	37

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Rozdělení věku dle četností.....	28
Graf 2: Délka podnikání v letech.....	30

PŘÍLOHA – DOTAZNÍK

Průzkum faktorů ovlivňujících úspěšné podnikání

Milé kolegyně podnikatelky, v rámci své bakalářské práce na Vysoké škole aplikované psychologie se zabývám faktory ovlivňující úspěšné podnikání žen.

Věnujte prosím pár minut svého času na vyplnění tohoto průzkumu. Průzkum je anonymní a jeho výsledky budou použity pouze pro účely mé bakalářské práce.

1. Kolik je Vám let?

2. Co Vás přivedlo k podnikání?

Nápověda k otázce: *Vyberte prosím jednu možnost ze seznamu. Pokud Vás k podnikání přivedlo více důvodů, vyberte ten nejdůležitější.*

- seberealizace
- příležitost (nápad, díra na trhu)
- stala jsem se pravou rukou manžela
- možnost kombinace práce a rodiny
- flexibilita v práci (možnost upravit si čas podle svého)
- vzor v rodině
- nemožnost vrátit se do práce (například po RD)
- krach původního zaměstnavatele
- skleněný strop (nemožnost kariérního postupu)

3. Jak dlouho už podnikáte?

Nápověda k otázce: *Prosím, vyplňte v letech.*

4. Podle Vás, jaké kompetence vedou k úspěšnému podnikání ženy?

Nápověda k otázce: Vyberte alespoň jednu kompetenční matici, je možné vybrat i více možností. Vyberte prosím takovou kompetenční matici, která skutečně, podle Vás, je nezbytná k úspěšnému podnikání ženy. Uvedené kompetenční matice jsou výsledkem mezinárodního průzkumu, proto je zde uvádíme v tomto znění.

- Koncepční a vztahové kompetence (komunikační dovednosti, budování vztahů, networking, integrita, sebevědomí, motivace sebe sama, proaktivní a touha uspět)
- Obchodní a manažerské kompetence (rozpočtování, obchodní a provozní dovednosti, rozvoj systémů řízení, formulování a implementace strategií, využívání příležitostí, plánování, správa financí)
- Podnikatelské kompetence (generování nápadů, inovační dovednosti, vizionářství, předvídaní příležitostí, inovativnost, kreativita, ochota riskovat, riskování)
- Kompetence v oblasti lidských zdrojů (rozvoj zaměstnanců, řízení výkonu zaměstnanců, dovednosti řízení lidských vztahů, zaměstnanecké vztahy, náborové dovednosti, vedoucí schopnosti, motivace ostatních, styly řízení, manažerské dovednosti)

5. A teď konkrétně k Vám, které vlastnosti nebo kompetence jsou nejvýraznější u Vás?

Nápověda k otázce: Vepište vlastnosti nebo kompetence, které Vy sama u sebe vidíte jako nejvýraznější - bez ohledu na předchozí otázku.

6. Považujete se za úspěšnou podnikatelku?

Nápověda k otázce: Za úspěch v tomto kontextu považujeme stav, kdy jste dosáhla toho, čeho jste dosáhnout chtěla .

- Ano
- Ne

7. Dokážete podle Vás sladit soukromý a pracovní život?

Nápověda k otázce: Odpovídejte prosím podle Vašeho pocitu, neřešte žádná objektivní kritéria.

- Ano
- Ne

8. Po kolika letech podnikání se Vám povedlo skloubit soukromý a pracovní život?

Nápověda k otázce: Pokud jste odpověděla na předchozí otázku Ne, vepište prosím číslo 0. Pokud se Vám to povedlo ihned nebo jste s tím neměla vůbec žádný problém, zadejte 1.

9. Jak pro Vás je nebo bylo snadné skloubit soukromý a pracovní život?

Nápověda k otázce: Pokud jste na otázku č. 7 odpověděla Ne, vyplňte 1.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Vůbec se mi nepovedlo Bylo to velmi snadné

10. Jaký mělo Vaše podnikání dopad na Váš soukromý život?

- Žádný
- Rodinné problémy (např. rozvod, odluka, hádky...)
- Vylepšení zdraví
- Psychické problémy (např. syndrom vyhoření, úzkosti, deprese...)
- Výchovné problémy s dětmi
- Zlepšení vztahů v rodině (ať už s partnerem, dětmi nebo v širší rodině)
- Finanční problémy
- Psychická pohoda (např. získání sebevědomí, seberealizace...)
- Jiný dopad (prosím vepište, jaký)

11. Co pro Vás znamená úspěch obecně?

Nápověda k otázce: *Popište, jak co si sama představujete pod pojmem "úspěch" - v obecné rovině.*

12. A co pro Vás znamená úspěch konkrétně v podnikání?

Nápověda k otázce: *Teď se podíváme na úspěch v podnikání, opět prosím popište, jak co si představujete pod pojmem "úspěch v podnikání".*

13. Co je smyslem Vašeho podnikání?

Nápověda k otázce: *Krátce popište, proč vlastně podnikáte? Jaký je cíl Vašeho podnikání?*

14. Jaký je obor, ve kterém podnikáte?

15. Jak je pro Vás a Vaše podnikání důležitá podpora rodiny?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Vůbec	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Naprostu nezbytná

16. Zajímá Vás výsledek mého výzkumu? Můžete mi nechat na Vás e-mail.

Nápověda k otázce: *Tato otázka není povinná, výsledky výzkumu budou pouze v agregované podobě a nebudou v žádném případě odkazovat na konkrétní osobu ani situaci. Výsledky budou na Váš e-mail odeslány v průběhu dubna 2021.*
