

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**

**Bakalářská práce**

**Porovnání spokojenosti podnikatelů podle místa výkonu  
podnikání**

**Yalovenko Yaroslav**

**© 2024 ČZU v Praze**

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Yaroslav Yalovenko

Podnikání a administrativa

Název práce

**Porovnání spokojenosti podnikatelů podle místa výkonu podnikání**

Název anglicky

**Comparisons in entrepreneurs' satisfaction according to a place of business.**

---

### Cíle práce

Cílem práce je porovnání spokojenosti podnikatelů na vesnici a ve městě. Účelem je porovnat spokojenost s podnikáním v místech s různým počtem obyvatel a různou strukturou osídlení a porozumět, čím se liší byznys v závislosti na jeho umístění. Teoretická část práce se bude zabývat přehledem relevantní literatury a rešerší toho, jaké podnikání jsou aktuální na vesnici i ve městě. Praktická část bude následně zjišťovat čím se stejně zaměřené podniky liší s ohledem na různé hospodářské aspekty.

### Metodika

Pro sběr dat bude použita kvalitativní vědecká metoda, a to aplikováním rozhovorů. Hlavními tématy rozhovorů bude popis místa a typu podnikání, sociodemografické charakteristiky dotazovaných a jejich spokojenost s byznysem. Princip metody hloubkového rozhovoru spočívá v provedení otevřeného rozhovoru s dotazovaným. V průběhu interview budou postupně kladené otázky nejenom o pozitivních ale i negativních aspektech podnikání.

Dotazování bude probíhat na více místech České republiky. Cílem praktické části je získat dostatečné množství kvalitně zpracovaných odpovědí, aby bylo možné vytvořit vyhodnocení odpovědí, a tak najít odpověď na otázku, zda jsou podnikatelé spokojenější na vesnici nebo ve městě a proč?

**Doporučený rozsah práce**

30- 50 stran

**Klíčová slova**

Podnikání, hloubkový rozhovor, interview, město, venkov

---

**Doporučené zdroje informací**

DISMAN, Miroslav; UNIVERZITA KARLOVA. *Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele.*

Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing : strategie a trendy.* Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8.

MANKIW, N. Gregory. *Zásady ekonomie.* Praha: Grada, 1999. ISBN 80-7169-891-1.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2022/23 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Diana Surová, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra humanitních věd

---

Elektronicky schváleno dne 25. 11. 2022

**prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 29. 11. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 09. 02. 2024

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Porovnání spokojenosti podnikatelů podle místa výkonu podnikání" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne \_\_\_\_\_

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval paní Ing. Dianě Surové Ph.D., za odborné vedení práce, velkou ochotu a laskavost, kterou mi po celou dobu psaní bakalářské práce poskytovala. Dále bych chtěl poděkovat všem podnikatelům, které mi pomohli při sbírání dat, také bych poděkovat rodině a přátelům za podporu v celém průběhu studia a zpracování této práce.

# Porovnání spokojenosti podnikatelů podle místa výkonu podnikání

## Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá porovnáním spokojenosti podnikatelů podle místa výkonu podnikání. Teoretická část práce se zaměřuje na literární rešerši týkající se podnikání, spokojenosti a způsobů provádění rozhovory. Zkoumá faktory ovlivňující spokojenost podnikatelů a vztah mezi spokojeností a místem podnikání. Praktická část této práce zahrnuje provedení hloubkových rozhovorů, které sloužily jako primární zdroj dat. Skrze tato interview sbírám informace od podnikatelů, týkající se jejich podnikání a míry spokojenosti s ním. Analýzou získaných dat je porovnaná spokojenost podnikatelů ve městě a na venkově, identifikovány rozdíly a podobnosti v jejich hodnoceních a zjištěno, jaký vliv má prostředí podnikání na jejich vnímání úspěchu a spokojenosti. Tato práce přispívá k lepšímu porozumění faktorů ovlivňujících spokojenost podnikatelů a jejich vztahu k úspěchu podnikání v různých prostředích.

Klíčové slova: podnikání, hloubkový rozhovor, interview, město, venkov

# **Comparisons in entrepreneurs' satisfaction according to a place of business**

## **Abstract**

This bachelor's thesis deals with the comparison of the satisfaction of entrepreneurs according to their place of business. The theoretical part of the thesis focuses on the literature search related to entrepreneurship, satisfaction and interviewing methods. It examines the factors influencing entrepreneurs' satisfaction and the relationship between satisfaction and place of business. The practical part of this thesis involves conducting in-depth interviews which served as the primary source of data. Through these interviews, I collect information from entrepreneurs regarding their business and the level of satisfaction with it. The analysis of the data collected compares the satisfaction of urban and rural entrepreneurs, identifies differences and similarities in their ratings, and determines the impact of the business environment on their perceptions of success and satisfaction. This work contributes to a better understanding of the factors influencing entrepreneurs' satisfaction and their relationship to business success in different environments.

Keywords: entrepreneurship, in-depth interview, interview, city, countryside

## Obsah

Úvod:.....	9
2. Cíl práce a metodika.....	9
2.1. Cíl práce.....	9
2.2 Metodika.....	9
3. Teoretická část: .....	10
3.1. Co je podnikání? .....	10
3.2. Základní aspekty podnikání.....	15
3.3. Osobní charakteristiky podnikatelé.....	16
3.4. Důvody pro otevření vlastního podnikání .....	18
3.5. Výhody a nevýhody podnikání .....	19
3.6. Podobné formy podnikání ve městě a na venkově.....	21
3.7. Spokojenost a jak se projevuje v různých oblastech života.....	22
3.8. Jak se dá měřit úroveň spokojenosti.....	24
3.9. Úspěch a co znamená pro různé lidi .....	25
3.10. Typy rozhovorů.....	27
4. Praktická část práce.....	29
4.1 Socio-demografické údaje respondentu .....	29
4.2 Údaje o podnikání v konkrétní lokalitě .....	29
4.3 Spokojenost s podnikáním.....	29
4.4 Rady a doporučení pro začínající podnikatele a stát .....	29
5. Zhodnocení výsledků .....	30
5.1 Socio-demografické údaje .....	30
5.2 Údaje o podnikání v konkrétní lokalitě .....	32
5.3 Spokojenost s podnikáním.....	33
5.4 Rady a doporučení pro začínající podnikatele a stát .....	34
5.5 Celkové zhodnocení.....	35
6. Závěr.....	36
7. Seznam použitých zdrojů .....	36
Seznam tabulek .....	38
8. Přílohy .....	38



## **Úvod:**

Bakalářská práce na téma „Spokojenost podnikatelů podle místa výkonu podnikání“ je zaměřena na posouzení rozdílů mezi byznysem ve městě a na venkově na území České republiky. Podniky jsou vybrány z Prahy, Středočeského kraje a z kraje Vysočina. Příkladem jsou firmy z různých oborů činnosti např. kavárna, restaurace, maloobchod, kadeřnictví, hotel, autooprava.

Práce je rozdělena do tří částí. První část je teoretická, která se zabývá otázkou aktuálního podnikání a vysvětluje jeho základní pojmy, co je užitečné pro podnikatele. V této části své práce provádím literární rešerši o teorii podnikání a čím se liší byznys s různým počtem zákazníků. Druhá část práce je zaměřena na zkoumání skutečné informace o těch podnicích pomocí interview. V třetí části je popsáno, jaké jsem dostal výsledky a co z toho jde posoudit.

## **2. Cíl práce a metodika**

### **2.1. Cíl práce**

Cílem práce je porovnání spokojenosti podnikatelů na vesnici a ve městě. Účelem je porovnat spokojenost s podnikáním v místech s různým počtem obyvatel a různou strukturou osídlení a porozumět, čím se liší byznys v závislosti na jeho umístění.

V teoretické části práce se budu zabývat přehledem relevantní literatury a rešerší toho, jaké podnikání jsou aktuální na vesnici i ve městě.

V praktické části budu následně zjišťovat čím se stejně zaměřené podniky liší (kvalita, prostředí, vedení, umístění).

### **2.2 Metodika**

Pro sběr dat použiji kvalitativní metodu pomocí rozhovorů, která mi pomůže zjistit místo a typ podnikání, sociodemografické charakteristiky dotazovaných a jejich spokojenost s byznysem. Princip metody hloubkového rozhovoru spočívá v provedení otevřeného rozhovoru s dotazovaným. V průběhu interview budou postupně kladené otázky o pozitivních a negativních aspektech podnikání.

### 3. Teoretická část:

#### 3.1. Co je podnikání?

Tahle podkapitola začne s historií vzniku pojmů "podnikání" a "podnikatel". V 18. století francouzsko-irský ekonom Richard Cantillon (1680-1734) poprvé použil termín "entrepreneur" (podnikatel), který se začal rozvíjet. Tento termín pochází z francouzštiny a doslovně znamená "ten, kdo je mezi". Hlavní činností podnikatele bylo převzít odpovědnost za všechna rizika spojená s podnikatelským procesem. Postavu podnikatele a teorii tří výrobních faktorů do ekonomie zavedl Jean-Baptiste Say (1767-1832). Podnikání jako samostatná vědní disciplína se objevila jenom v osmdesátých letech 20. století. (Srpová a kolektiv, 2010)

Z platné legislativy vyplývá že podnikání je soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

V ČR rozlišujeme tyto právní formy podnikání:

- Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)
- Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)
- Akciová společnost (a.s.)
- Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
- Komanditní společnost (k.s.)

**OSVČ** je fyzická osoba, která ukončila povinnou školní docházku a provozuje samostatnou výdělečnou činnost. Tato forma podnikání umožňuje podnikatelům vykonávat různé činnosti, včetně provozování živnosti, podnikání v zemědělství, umělecké činnosti a dalších.

Podnikatelé OSVČ mají právo samostatně rozhodovat o své činnosti, plánovat své pracovní náplně a stanovovat si ceny za své služby nebo produkty. Jsou zodpovědní za své vlastní finance a odpovídají za závazky svého podnikání.

Existuje také možnost provozování živnosti ve formě "živnostenského podnikání", což je jedna z konkrétních forem OSVČ. Podnikatelé musí mít živnostenské oprávnění a dodržovat příslušné právní předpisy týkající se jejich konkrétní činnosti.

OSVČ je často volená forma podnikání pro jednotlivce, kteří chtějí podnikat samostatně a mít větší kontrolu nad svým podnikáním.

Samostatná výdělečná činnost se skutečně dělí na dva druhy:

- Hlavní činnost: Jedná se o situaci, kdy je samostatná výdělečná činnost Vaším jediným příjmem. To znamená, že se plně věnujete podnikání a nejste zaměstnání, studujete,

pobíráte invalidní nebo starobní důchod, nebo jste na rodičovské dovolené. Hlavní činnost je Vaší primární zdrojovou činností a příjmem.

- Vedlejší činnost: Vedlejší činnost se vyznačuje tím, že samostatná výdělečná činnost není Vaším jediným příjmem. Může se stát, že vedle podnikání vykonáváte ještě jinou formu zaměstnání, studujete, pobíráte invalidní nebo starobní důchod, nebo jste na rodičovské dovolené. Vedlejší činnost je tedy provozována souběžně s jinými zdroji příjmů.

Je důležité zohlednit tyto rozdíly při provozování samostatné výdělečné činnosti a zabezpečení svých povinností a práv v souladu s platnými předpisy a sociálním pojištěním.

OSVČ má povinnost oznámit příslušné správě sociálního zabezpečení následující události:

- Zahájení (znovuzahájení) samostatné výdělečné činnosti nebo spolupráce při výkonu samostatné výdělečné činnosti: pokud začínáte nebo znovu zahajujete samostatnou výdělečnou činnost, je třeba o tomto datu informovat příslušnou správu sociálního zabezpečení. K tomu lze využít tiskopis "Oznámení o (opětovném) zahájení samostatné výdělečné činnosti".
- Ukončení samostatné výdělečné činnosti: Pokud ukončujete svoji samostatnou výdělečnou činnost, je třeba o tom informovat příslušnou správu sociálního zabezpečení. K tomu lze využít tiskopis "Oznámení OSVČ o ukončení výkonu samostatné výdělečné činnosti".
- Zánik oprávnění vykonávat samostatnou výdělečnou činnost: Pokud dojde ke ztrátě oprávnění vykonávat samostatnou výdělečnou činnost (například z důvodu zrušení živnostenského oprávnění), je třeba o tom informovat příslušnou správu sociálního zabezpečení.
- Pozastavení výkonu samostatné výdělečné činnosti: Pokud byl pozastaven výkon samostatné výdělečné činnosti (například v případě nemoci), je třeba o tom informovat příslušnou správu sociálního zabezpečení.
- Zánik důvodu pro výkon vedlejší samostatné výdělečné činnosti: Pokud přestane existovat důvod pro výkon vedlejší samostatné výdělečné činnosti (například skončíte zaměstnání, ztratíte nárok na důchod nebo rodičovský příspěvek, přestanete studovat), je vhodné tuto změnu informovat příslušnou správu sociálního zabezpečení. (Česká správa sociálního zabezpečení)

**Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)** je jedním z nejčastějších právních forem pro drobné a střední podnikání v České republice. Založení s.r.o. probíhá zakládáním společníků, kteří musí být minimálně jeden a maximálně jich může být 50. Pro založení s.r.o. je třeba složit vklady do základního kapitálu a podepsat společenskou smlouvu, která se sepisuje formou

notářského zápisu. Pokud s.r.o. zakládá jediná osoba, podepisuje zakladatelskou listinu, která také vyžaduje notářský zápis. Samotná existence s.r.o. však vzniká až po zápisu do obchodního rejstříku, což trvá obvykle několik pracovních dní od podání návrhu na příslušný rejstříkový soud.

Po založení s.r.o. je důležité provést zápis do Evidence skutečných majitelů, což je elektronický informační systém evidující vlastníky právnických osob. Tento zápis může provést rejstříkový soud nebo notář. Kromě toho je také nutné zřídit datovou schránku.

Vklady do základního kapitálu s.r.o. mají minimální hodnotu 1 Kč, ale mohou být vyšší na základě rozhodnutí uvedeného ve společenské smlouvě. Výše jednotlivých vkladů určuje podíl na zisku a počet hlasů při valné hromadě. Vklady se obvykle skládají na určený účet pro základní kapitál, ale je také možné je složit v hotovosti do maximální částky 20 000 Kč, například u notáře. Po založení společnosti lze peníze na účtu převést na běžný podnikatelský účet.

Co se týče ručení za závazky společnosti, společníci ručí pouze do výše svých nesplacených vkladů, zatímco jednatel (nebo jednatelé) a samotná společnost ručí celým svým majetkem.

Společníci jsou majitelé společnosti, zatímco jednatel je statutárním orgánem, který společnost zastupuje navenek. Jednateli mohou být i sami společníci. Počet jednatelů může být více, a to v souladu se záznamem v obchodním rejstříku.

Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti a zahrnuje všechny společníky. Je svolávána jednatelem společnosti a rozhoduje například o změnách ve společenské smlouvě, základním kapitálu, volbě a odvolání jednatele nebo členů dozorčí rady.

Dozorčí rada je nepovinným orgánem u s.r.o. a má kontrolní funkci. Dohlíží na činnost jednatelů a hospodaření s majetkem společnosti. Členy dozorčí rady nemohou být jednatelé ani osoby jednající jménem společnosti. (Slovník, Komerční banka a.s.)

**Akciovou společností** je společnost, jejíž kapitál je rozvržen na určitý počet akcií (cenný papír) o určité jmenovité hodnotě.

Hlavní znaky akciové společnosti zahrnují následující:

- Ručení: Akciová společnost ručí za své závazky jako celek celým svým majetkem. V případě zániku společnosti akcionáři přicházejí o své akcie a tím i o majetek, který do společnosti vložili. I když akcie zůstávají vlastnictvím akcionářů, jejich hodnota může klesnout až na nulu.

- Vklad: Vznik akciové společnosti probíhá prostřednictvím zakoupení akcií. Minimální hodnota všech vydaných akcií při nabídce k veřejnému prodeji musí činit 20 milionů Kč, zatímco při zakoupení zakladateli postačí 2 miliony Kč.
- Řízení: Všichni akcionáři tvoří valnou hromadu, která rozhoduje o zásadních otázkách vývoje společnosti. Hlasovací právo na valné hromadě závisí na počtu vlastněných akcií. Akcionáři volí představenstvo a dozorčí radu, které řídí společnost.
- Rozdělení zisku: Podíl na zisku se rozděluje mezi akcionáře podle počtu vlastněných akcií. Akcionáři mají právo na dividendy, což je jejich podíl na zisku společnosti.
- Vlastnictví akcií: Každý má možnost získat podíl na majetku akciové společnosti prostřednictvím nákupu akcií a stát se tak akcionářem. Akcie se volně prodávají na burze nebo mezi investory.
- Minimální rezervní fond: Akciová společnost je povinna vytvořit minimální povinný rezervní fond ve výši 20 % ze základního kapitálu. Tento fond slouží jako finanční rezerva pro společnost.
- Tantiémy: Členové představenstva a dozorčí rady společnosti mohou obdržet tantiémy, což jsou odměny ze zisku po zdanění.

Při fungování akciové společnosti je důležité dodržovat zákaz konkurence v oboru, který platí pro členy představenstva a dozorčí rady společnosti.

Orgány akciové společnosti:

- Valná hromada: Je nejvyšším orgánem a schází se minimálně jednou ročně. Svolává ji představenstvo. Valná hromada rozhoduje o důležitých otázkách, jako je volba a odvolání členů představenstva a dozorčí rady, snížení nebo zvýšení základního kapitálu, schválení roční účetní závěrky, rozdělení zisku nebo úhrada ztráty.
- Představenstvo: Je statutárním orgánem a řídí společnost po celý rok. Jedná jménem společnosti a je voleno a odvoláváno valnou hromadou. Představenstvo má nejméně tři členy, kteří volí svého předsedu. Představenstvo je zodpovědné za obchodní vedení společnosti, včetně vedení účetnictví. Předkládá valné hromadě ke schválení účetní závěrku, návrh na rozdělení zisku nebo úhradu ztráty a zprávu o podnikatelské činnosti společnosti a stavu jejího majetku.
- Dozorčí rada: Je kontrolním orgánem společnosti a její zřízení je povinné. Je volena valnou hromadou. Dozorčí rada musí mít nejméně tři členy (počet členů musí být dělitelný třemi). Členové dozorčí rady nesmějí být zároveň členy představenstva, prokuristy nebo osobami oprávněnými jednat jménem společnosti. Dozorčí rada má pravomoc dohlížet na výkon působnosti představenstva, nahlížet do veškerých dokumentů týkajících se činnosti

společnosti, přezkoumat účetní závěrku, návrh na rozdělení zisku nebo úhradu ztráty a účastnit se valné hromady, kde informuje o výsledcích své kontrolní činnosti.(Procházková, Jelínková, 2018)

**Veřejná obchodní společnost** je forma osobní obchodní společnosti, která je nekomplikovanou variantou obchodního subjektu. V této společnosti všichni společníci ručí společně a nerozdílně svým majetkem za závazky společnosti. Pro založení veřejné obchodní společnosti je potřeba minimálně dvou společníků, kteří mohou být fyzické nebo právnické osoby.

Společníci veřejné obchodní společnosti nejsou povinni vkládat žádný základní kapitál, ačkoli jejich případné vklady mohou být stanoveny ve společenské smlouvě. Jednotliví společníci mají oprávnění jednat za společnost samostatně. Podmínky pro jednání jednotlivých společníků mohou být upraveny ve společenské smlouvě. Je však důležité si uvědomit, že omezení uvedená ve společenské smlouvě nemají účinky vůči třetím stranám. To znamená, že pokud třetí osoba jedná v dobré víře a věří, že společník, se kterým uzavírá smlouvu, má plnou pravomoc ji podepsat, třetí osoba má právo plně uplatnit svá práva vůči této smlouvě. V přeneseném významu můžeme říct, že veřejná obchodní společnost je jednoduchým způsobem podnikání, kde všichni společníci sdílejí odpovědnost za závazky společnosti a mají samostatnou pravomoc jednat za ni.

Zisk ve veřejné obchodní společnosti se mezi společníky dělí rovným dílem. To znamená, že každý společník má nárok na stejný podíl ze zisku společnosti. Konkrétní výše podílu na zisku se stanovuje na základě schválené účetní závěrky. Podíl na zisku, který je určen v účetní závěrce, musí být vyplacen do tří měsíců od schválení této závěrky, pokud společenská smlouva neupravuje jiný termín. Společenská smlouva může stanovit odlišné podmínky pro vyplácení podílu na zisku, pokud je to žádoucí pro společníky.

Pokud je zjištěna ztráta v účetní závěrce, společníci ji nesou rovným dílem. To znamená, že každý společník je odpovědný za část této ztráty ve stejném poměru jako ostatní společníci. Takové rozdělení zisku a ztráty mezi společníky ve veřejné obchodní společnosti zajišťuje rovnost a spravedlnost mezi všemi společníky při sdílení finančních výsledků společnosti.

**Komanditní společnost** je forma osobní obchodní společnosti s prvky společnosti s ručením omezeným. Společnost je založena společenskou smlouvou a vyžaduje minimálně dva společníky, z nichž jeden je komanditista a druhý je komplementář. Komanditisté mají za úkol splatit svůj vklad do společnosti a ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu. Naopak, komplementáři ručí neomezeně a nerozdílně svým majetkem.

V komanditní společnosti mají společníci různá práva a povinnosti. Komanditisté nemají právo zasahovat do řízení společnosti, jejich role je omezena na kontrolu hospodaření. Na druhé straně, komplementáři jsou odpovědní za vedení společnosti a jsou jejími statutárními orgány.

Rozdělení zisku v komanditní společnosti je stanoveno ve společenské smlouvě. Pokud se společníci nedohodnou, zisk se automaticky dělí v poměru jejich vkladů do společnosti. Při smrti komanditisty se společnost nijak neruší, ale při úmrtí komplementáře dochází ke zrušení společnosti.

Výhodou komanditní společnosti je absence povinnosti mít základní kapitál a komanditisté nejsou omezeni zákazem konkurence. Nicméně, nevýhodou je, že jednotliví společníci ručí celým svým majetkem nerozdílně za závazky společnosti a komanditisté nemají pravomoc rozhodovat o obchodním vedení společnosti. (Vochozka, Mulač a kolektiv, 2012)

### 3.2. Základní aspekty podnikání

Před začátkem podnikání je třeba zodpovědět řadu otázek. Patří sem otázka, proč by měl být podnik zahájen, jaký sortiment bude nabízen, kdo se stanou potenciálními zákazníky, jak bude prováděna propagace a prodej, odkud bude pocházet počáteční kapitál, jaká částka bude muset být vyčleněna na daňové povinnosti, jakým způsobem proběhne zápis do příslušného rejstříku a jaké další právní aspekty je nutné zvážit. A konečně, bude třeba identifikovat ty osoby, které budou zapojeny do projektu. Odpovědi na tyto otázky můžeme zahrnout do několika prvků, bez kterých není možné představit jakýkoliv podnik.

- **Záměr a vize:** Začátek podnikání je vždy spojen s jasným podnikatelským záměrem a vizi, která definuje cíle, směr a dlouhodobou perspektivu určitého podniku.
- **Produkt nebo služby:** Každý podnik je založen na nabídce produktů nebo služeb, které uspokojují potřeby zákazníků. Je důležité vyvíjet kvalitní a inovativní produkty nebo poskytovat služby, které mají hodnotu pro zákazníky.
- **Trh a zákazníci:** Znalost zákazníků, jejich potřeb, preferencí a chování je klíčová pro úspěch podnikání. A proto musíme vědět cílový trh pro jednotlivý podnik.
- **Marketing a prodej:** Úspěšné podnikání vyžaduje efektivní marketingové a prodejní strategie. To zahrnuje propagaci produktů nebo služeb, budování povědomí značky, komunikaci s potenciálními zákazníky a vytváření dlouhodobých vztahů se stávajícími zákazníky.
- **Účetnictví a finance:** Správa finančních prostředků je nezbytná pro udržitelnost podnikání. To zahrnuje sledování a řízení výdajů, příjmů, ziskovosti, správu cash flow, plánování investic a správu účetnictví.

- **Řízení a organizace:** Je důležité mít efektivní organizační strukturu a řízení. To zahrnuje přidělování rolí a odpovědností, koordinaci pracovníků, vytváření týmového prostředí a řízení procesů.
- **Právní aspekty:** Podnikání je provázáno s právními a regulačními požadavky. Podnikatelé musí dodržovat zákony a předpisy týkající se obchodu, zaměstnání, ochrany spotřebitele, ochrany dat atd.
- **Inovace a adaptabilita:** Podnikání se odehrává v dynamickém a proměnlivém prostředí. Schopnost inovovat a přizpůsobit se změnám je klíčová pro dlouhodobou konkurenceschopnost a růst podnikání. Pro úspěšné podnikání ředitel musí přemýšlet do budoucna a předpokládat, jak se může změnit trh a na základě toho provádět změny v byznysu.
- **Lidé a tým:** Lidé a tým hrají v podnikání klíčovou roli a představují jednu z nejcennějších aktiv a zdrojů podniku. Jejich dovedností, zkušeností a spolupráce mají významný vliv na úspěch, výkonnost a konkurenceschopnost podniku.

### 3.3. Osobní charakteristiky podnikatelé

Pro zahájení jakéhokoliv podnikání budoucí podnikatel má mít k dispozici základní kapitál. Většinou lidé využívají cizí zdroje na začátek svého podnikání, aby jim byly ty zdroje poskytnuté, mají přesvědčit investory nebo banky. Potenciální investor vnímá nejenom podnikatelský nápad, který byl mu prezentován, ale i osobní vlastnosti podnikatelé. Jak se podnikatel tváří ve stresovém prostředí, jestli může svěřit podnikatelovi své peníze a jaké mohou být přínosy. Investoři často hodnotí mladé podnikatele na základě určitých vlastností, které by mohly předpovědět jejich budoucí úspěch. Dave Haynes, z nejvýznamnějšího evropského startupového akcelérátoru Seedcamp, popisuje šest klíčových vlastností, které by měl mít zakladatel perspektivního startupu.

#### 1. Schopnost budovat dobré vztahy:

Jednou z klíčových charakteristik, kterou vyhledáváme, je nadprůměrná schopnost vytvářet pevné a vzájemně prospěšné vztahy. Nemusíte se stát nejoblíbenější osobou ve třídě, ale je důležité, abyste měli schopnost získat si sympatie lidí kolem sebe.

Během budování svého startupu budete navazovat vztahy s různými zainteresovanými stranami. Budete potřebovat podporu klíčových zákazníků, strategických partnerů a také motivované zaměstnance, kteří budou ochotni pracovat pro váš projekt. Investoři hledají zakladatele, se kterými je příjemné spolupracovat a kterým můžou důvěřovat.



Důležité jsou i silné vztahy mezi zakladateli společnosti. Založení startupu na vlastní pěst je náročné, a i když to není vždy nezbytné, mít společníka může přinést mnoho výhod. Partnerský vztah mezi zakladateli může být podobný manželství, které musí projít různými testy, a proto je důležité, abyste si vzájemně důvěřovali a dokázali úspěšně spolupracovat.

## 2. Pozitivní a optimistický přístup:

Kromě toho, že je příjemné být v blízkosti lidí s pozitivním postojem, jsou opravdoví optimisté také nápaditější. Jako optimista dokážete vidět příležitosti a odhodlaně se jich chopit. Naopak pesimisté často uvíznou v pochybnostech, které postihují každého z nás. Pozitivní pohled na věc ovlivňuje všechny aspekty, od způsobu, jakým píšete e-maily, po hledání zaměstnanců nebo vedení porad.

## 3. Schopnost efektivně využívat zpětnou vazbu:

Aby zakladatelé mohli z porad těžit co nejvíce, musí být otevření přijímat zpětnou vazbu. Je přirozené pocítit obranu, když investoři kritizují jejich poslední podnikatelský plán nebo zpochybňují strategii vstupu na trh, na které pracovali několik měsíců.

Poradci, mentoři a investoři nemusí vždy mít pravdu. Je důležité mít pevnou přesvědčivost ve vlastní myšlenky. Nicméně, pokud jste příliš zatvrzelí a odmítáte poslouchat jiné názory nebo se podívat na věci z jiné perspektivy, pak nedokážete získat důvěru ostatních. A nevyužijete maximum z poskytnuté zpětné vazby, kterou obdržíte.

## 4. Schopnost rychle se učit:

Startup je organizace, která operuje v prostředí výjimečné nejistoty. Jako zakladatel budete neustále experimentovat a neustále se učit. Navíc je nezbytné, abyste měli neustálou touhu po vzdělávání a schopnost rychle se učit. Hledáme zakladatele, kteří mají touhu po učení, schopnost rychle absorbovat nové koncepty a porozumět věcem, které dosud neznají.

## 5. Integrita

Integrita je subjektivní pojem a často není snadné ji jednoznačně rozpoznat. Nicméně jsme si všimli, že integrita úzce souvisí s dlouhodobým úspěchem. Hledáme zakladatele, kteří dokážou přemýšlet o důsledcích svých rozhodnutí a neustoupí před obtížnými situacemi, které prospějí všem zainteresovaným stranám, nikoli jenom sami sobě.

Přeměna myšlenky na startup a vytvoření úspěšného podniku není proces na rok nebo dva. S vysokou mírou integrity jste ochotni obětovat krátkodobé výhody a máte tendenci dosahovat vítězství v dlouhodobém horizontu.

## 6. Ctižádost:

Zkušení investoři z akcelérátoru se zaměřují na podporu startupů s velkou ambicí působit na globální úrovni a dosáhnout významného zhodnocení. Ctižádost je tedy jedním z nejzásadnějších faktorů, které vyhledávají. Samozřejmě není nic špatného na tom, pokud si někdo přeje vybudovat místní podnikání nebo se nechce příliš rozrůstat, avšak typičtí zakladatelé, které investoři chtějí podpořit, mají v úmyslu proměnit svět.

Aby se tak stalo, je nezbytné mít velkou vizi. Když tuto vizi spojíte s dovedností inspirovat ostatní, začnou se dít zázraky. Tato ambice vám pomůže ve všech aspektech podnikání, ať už jde o přesvědčování investorů, aby do vás investovali, nebo o schopnost získat do svého týmu klíčové hráče, kteří vám pomohou rychle rozvíjet vaši společnost. (Forbes Česko)

### 3.4. Důvody pro otevření vlastního podnikání

Otevření vlastního podnikání je důležitým a rozhodujícím krokem pro mnoho lidí. Existuje mnoho důvodů, proč se lidé rozhodují vydat se na podnikatelskou cestu.

- Nezávislost a svoboda. Jeden z hlavních důvodů, proč se mnoho lidí rozhoduje otevřít vlastní podnikání, je touha po nezávislosti a svobodě. Být vlastním šéfem znamená mít kontrolu nad svým vlastním osudem a rozhodovat o směru a strategii podnikání.
- Finanční příležitosti a růst. Otevření vlastního podniku nabízí příležitost pro finanční růst a úspěch. Mnoho podnikatelů má ambice vytvořit ziskový podnik a dosáhnout finanční stability a nezávislosti.
- Kreativita a inovace. Podnikání je pro mnoho lidí příležitostí k vyjádření jejich kreativity a inovace. Vlastní podnikání umožňuje rozvíjet nové nápady, vytvářet inovativní produkty a služby a přispívat k rozvoji a růstu v daném odvětví.
- Flexibilita a rovnováha mezi prací a soukromým životem. Mnoho lidí se rozhoduje otevřít vlastní podnikání kvůli větší flexibilitě a lepší rovnováze mezi pracovním a soukromým životem. Jako podnikatelé mají možnost určovat své pracovní hodiny a harmonogram, což jim umožňuje lépe skloubit pracovní a osobní závazky.
- Vliv na společnost. Otevření vlastního podnikání může mít pozitivní vliv na společnost. Mnozí podnikatelé se rozhodují řešit sociální, ekologické nebo ekonomické problémy prostřednictvím svého podnikání a přispívat tak k pozitivní změně ve společnosti.
- Výzva a osobní rozvoj. Podnikání je často spojeno s výzvami a překážkami, což může přinést osobní růst a rozvoj. Otevření vlastního podniku vyžaduje odvahu, vytrvalost a schopnost překonávat překážky, což posiluje podnikatelské dovednosti a schopnosti.

Tyto důvody jsou pouze některými z mnoha faktorů, které motivují lidi k otevření vlastního podnikání. Každý podnikatel může mít své vlastní individuální důvody a motivace, které je vedou k tomuto rozhodnutí. (Howard, Kuratko, Hodgetts, 2006)

### **3.5. Výhody a nevýhody podnikání**

Podnikání na volné noze nemá všeobecně platnou definici, ale lze ho charakterizovat jako nezávislé podnikání jednotlivce bez zaměstnanců, který využívá své osobní kapitály, jako jsou znalosti, dovednosti, vzdělání, osvědčení, silné stránky a kontakty. Tito profesionálové podnikají na vlastní jméno a zaměřují se především na jednu hlavní profesní oblast.

Mezi nejčastější profese v oblasti podnikání na volné noze patří překladatelé, textaři, grafici, webdesignéři, programátoři, konzultanti, lektoři, terapeuti, účetní, koučové a také řemeslníci. Forma podnikání na volné noze není striktně spojena s konkrétním podnikatelským způsobem. Většina nezávislých profesionálů sice podniká na živnostenský list, ale někteří zvolí také malou společnost s ručením omezeným, pracují na základě autorských nebo jiných smluv, nebo se řídí specifickými předpisy (např. právníci, lékaři, architekti).

Výhody: Jednoduchost, peníze, reputace a vyhlídky

Podnikání na volné noze je nejzákladnější a nejjednodušší forma podnikání. Je to jednoduchý přístup, kdy podnikáme pod svým vlastním jménem a využíváme převážně své osobní, nehmotné zdroje. Většině nezávislých profesionálů postačí k podnikání pouze počítač, mobilní telefon a domácí kancelář (někteří mohou mít také auto). Začít s podnikáním je stejně snadné jako přerušit nebo ukončit činnost. Díky nízkým požadavkům na kapitál není nutné se příliš stresovat kvůli nutnosti dosáhnout úspěchu za každou cenu.

Samozřejmě vás bude zajímat finanční aspekt. Dobrou zprávou je, že na volné noze můžete časem vydělávat mnohonásobně více než ve svém zaměstnání. To je také důvod, proč mnoho odborníků přechází na samostatnou živnost. Podnikatelské příjmy jsou přímo úměrné vaší tržní hodnotě a pokud jste opravdu dobří, peněz se nebudete muset obávat. Práce pro sebe znamená také, že můžete dlouhodobě profitovat z výsledků své práce, například prodejem licencí na vytvořená autorská díla, software, patenty, know-how a další.

Nicméně z principu nejistoty vyplývá, že příjmy nejsou tak stabilní a pravidelné jako ve zaměstnání. Zvláště v prvních letech rostou pomalu a podléhají sezónním výkyvům. Navíc existují

vysoké náklady spojené s podnikáním. I když můžeme vydělávat dostatečně, musíme se naučit správně hospodařit s penězi, rozumně je investovat a myslet na případné horší časy.

Pro zkušenější profesionály je klíčovou výhodou možnost vykonávat práci, která je pro ně smysluplná, baví je a naplňuje jejich život, například splněním profesního poslání. Uznávaný odborník, který si budoval dobrou pověst po celý život (ať už v podnikání nebo výjimečně ve svém zaměstnání), je po dosažení padesáti let prakticky na vrcholu své kariéry. Na rozdíl od běžného zaměstnance, který byl nedávno propuštěn a ztratil tak svou reputační příležitost, a nyní je na trhu práce nahraditelnou, anonymní osobou. Tato situace je smutná, ale bohužel častá.

Nevýhody: První dva roky, nezastupitelnost a nejistota

Hlavní nevýhodou podnikání, zejména na volné noze, je vysoké riziko a nejistota, které jsou nejméně v prvních dvou letech podnikání. Začátečníci často dělají chyby a podnikání jako takové je tak komplexní, že seznam možných chyb je prakticky nekonečný. Podle statistik se padesát až osmdesát procent začínajících podnikatelů nedokáže na trhu udržet a zkrátka skončí během několika let. V případě podnikání na volné noze, kde je osobní kapitál důležitější než finanční a majetkový, není konec podnikání obvykle tak drastický jako v situaci, kdy člověk investuje rodinné úspory a zadluží se.

Další nevýhodou je nezastupitelnost v případě zdravotních nebo jiných komplikací. Na rozdíl od zaměstnanců nemůžeme přenechat nedokončenou práci kolegovi. Obvykle se tato situace řeší prevencí, rezervami v časových termínech smluv, pojištěním a zdravým životním stylem, který snižuje riziko nemocí. Nicméně i při těchto opatřeních zůstává nezastupitelnost výzvou, zejména při delších dovolených.

Pro většinu lidí je nejistota, která pramení z povahy podnikání, vnímána jako problém. Lidé obecně špatně snášejí dlouhodobý stres, a proto mnozí dávají přednost zaměstnání s menším, ale pravidelným příjmem. Podnikání je řešením problémů a nejistotě se nelze zcela vyhnout. Můžeme však omezovat nejistotu tím, že budujeme finanční rezervy, vytváříme si dobré jméno a udržujeme stabilní vztahy se zákazníky nebo lépe řídíme projekty.

Další nevýhodou je často považována samota, zejména při dlouhodobé práci z domova. Naštěstí existují společné pracovní prostory (coworkingy), které umožňují spolupráci a sociální kontakt mezi lidmi na volné noze (aktuální seznam je k dispozici zde). Dokonce i v menších městech lze proti sociální a profesní izolaci hodně udělat, aktivně vyhledávat společnost kvalitních lidí a navazovat kvalitní profesní vztahy v okolí. Realita není tak jednoduchá, jak by se mohlo zdát.

Díky síle dobré pověsti a postupnému růstu osobního kapitálu má nezávislé podnikání na volné noze z dlouhodobé perspektivy často mnohem lepší vyhlídky než zdánlivě stabilní zaměstnání. Podnikání na volné noze s sebou sice nese řadu nezastupitelných nevýhod, ale stabilita pracovních pozic v tradičních zaměstnáních v posledních desetiletích výrazně poklesla, a to vede k tomu, že stále více lidí se rozhoduje převzít kontrolu nad svou kariérou a stát se samostatnými profesionály.

Podle amerického Freelancers Union již téměř 30 procent Američanů pracuje na volné noze a tento trend neustále roste. I u nás se postupně objevuje podobná situace. Je však důležité si uvědomit, že být nezávislým podnikatelem nezaručuje automaticky vyšší příjmy a slibnou budoucnost. V této skupině se nacházejí, jak levní sezónní pracovníci, tak i špičkoví odborníci s vysokými příjmy. Je na každém z nás, jak tvrdě budeme pracovat na rozvoji svých schopností a vytrvale budeme usilovat o úspěch, abychom se mezi ty úspěšné a výdělečně úspěšné profesionály řadili zcela oprávněně. (Vlach, 2013)

### **3.6. Podobné formy podnikání ve městě a na venkově**

Město je administrativní jednotka, která byla udělena statut města na základě právních předpisů dané země. Tento status je udělen obci, která splňuje určitá kritéria definovaná v legislativě. Město je označení pro obec, která má minimálně 3000 obyvatel a získává tento status na základě rozhodnutí předsedy Poslanecké sněmovny po vyjádření vlády. Vláda má stanovenou soubor kritérií ve svém usnesení, která se týkají dostupnosti a vybavenosti službami. Existuje však také možnost, že obec, která doloží, že v minulosti splňovala kritéria pro status města, může být opět uznána jako město. (Tonev, 2021)

Venkov obecně označuje prostor, který zahrnuje jak nezastavěnou krajinu, tak i venkovská sídla, jako jsou vesnice. Vymezení venkova je spojeno s menšími sociálně ekonomickými interakcemi a nižší hustotou vazeb mezi lidmi pohybujícími se ve venkovském prostoru. Venkov je kontinuální a souvislý prostor.

Pro vymezení venkova se často používá ukazatel hustoty zalidnění, který vyjadřuje počet obyvatel vztahovaný k jednotce plochy, obvykle na 1 km<sup>2</sup>. V rámci Evropské unie se často vymezení venkovského prostoru pojí s hustotou obyvatelstva do 100 obyvatel na 1 km<sup>2</sup>. Nicméně, klíčové je, jaké jednotky se používají pro výpočet hustoty zalidnění. Pokud se zaměříme na dostatečně malé územní jednotky, například katastrální území, může se stát, že vymezené území, malé katastry, budou mít hustotu zalidnění vyšší než požadovaných 100 obyvatel na 1 km<sup>2</sup>. Naopak při použití velkých jednotek, jako jsou okresy nebo kraje, může se stát, že celé okresy včetně okresních měst nebo krajů budou považovány za venkovské, i když obsahují hustěji zalidněné oblasti. (Perlín, 1999)

Největší rozdíl mezi městem a venkovem spočívá v hustotě obyvatelstva. Z toho plyne, že lidé jsou více ochotni založit své podnikání ve městě než na venkově. Města mohou poskytnout budoucím podnikatelům větší trh zákazníků, lepší infrastrukturu a přístup k potřebným zdrojům pro podnikání. Dále nelze opomenout možnost většího výběru kvalifikovaných zaměstnanců ve městech, rozvinutou logistiku a podporu inovativního podnikání. Celkově lze říci, že města nabízejí vyšší potenciál pro rozvoj podnikání díky ekonomickým, infrastrukturním a sociálním faktorům. (Holátová, Krninská, 2012)

I přes větší možnosti pro rozvoj podnikání ve městech existuje několik důvodů, proč lidé stále preferují podnikání na venkově. Jedním z hlavních faktorů je přirozená spojitost s venkovským prostředím a životním stylem. Mnozí podnikatelé si cení klidu, přírody a komunitního ducha, které venkovské prostředí nabízí. Venkovské oblasti často představují příležitost k vytvoření a rozvoji podnikání, které je zaměřeno na zemědělství, tradiční řemesla nebo cestovní ruch spojený s přírodními atrakcemi.

Dalším důležitým faktorem je nižší konkurence na venkově. Zatímco ve městech je trh nasycený mnoha podnikatelskými subjekty, na venkově je prostor pro nové podniky otevřenější. Tím se zvyšuje šance na úspěch a růst podnikání. Navíc, nižší náklady na pronájem a provoz nemovitostí na venkově mohou podnikatelům umožnit efektivněji spravovat své finanční prostředky a dosáhnout lepší ziskovosti. (Nunvářová, 2007)

V neposlední řadě, podnikání na venkově může přinášet výhody v oblasti společenského uznání a podpory. Venkovské komunity často mají vytvořené silné sítě a podnikání může být vnímáno jako důležitý pilíř pro ekonomický rozvoj a udržení místního charakteru.

Celkově lze tedy říci, že i přes větší možnosti pro rozvoj ve městech zůstává podnikání na venkově atraktivní pro ty, kteří upřednostňují specifické výhody venkovského prostředí, nižší konkurenci a podporu místní komunity. (Klufová, 2015)

V jakémkoliv prostředí, ať už ve městě nebo na venkově, existuje mnoho podobných typů podniků. Mezi ně patří restaurace, maloobchodní prodejny potravin, drogerie, ubytovací zařízení, módní obchody, stavební a opravárenské služby, finanční instituce a školy. Tyto podniky se snaží oslovit a uspokojit potřeby zákazníků v daném regionu bez ohledu na jeho umístění. Mají schopnost přizpůsobit své nabídky a služby specifickým potřebám a preferencím jednotlivých komunit.

### **3.7. Spokojenost a jak se projevuje v různých oblastech života**

Usilování o věci, které nás činí šťastnými, a snaha uspokojit potřeby, které vedou k naší spokojenosti, jsou základními motivy lidského chování. Tyto stavy nebo pocity mají některé

podobnosti, ale také odlišnosti. Podobnosti mezi štěstím a spokojeností spočívají hlavně v jejich subjektivní povaze. Co jednoho činí šťastným nebo spokojeným, nemusí platit pro druhého. To je způsobeno tím, jak my sami vnímáme situace a naše zvyky, vědomé i nevědomé. Některé z těchto zvyků mohou podporovat naši spokojenost a štěstí, zatímco jiné ji mohou brzdit.

Prísloví říká, že jsme tvůrci svého štěstí, což má určitou pravdu. Naše štěstí a spokojenost závisí na tom, jak jednáme, a můžeme ovlivnit i to, jak vnímáme různé okolnosti. Je však třeba si uvědomit, že většinou nepřemýšlíme o tom, že máme možnost rozhodnout se být šťastní či spokojení.

Navzdory podobnostem mají štěstí a spokojenost také významné rozdíly. Hlavním rozdílem je to, jak vznikají. Spokojenost spočívá v naplnění našich potřeb a tužeb, zatímco štěstí je krátkodobý pocit, který může být vyvolán různými okolnostmi. Pociť štěstí obvykle neexistuje bez určité míry spokojenosti. Být šťastným, když jsou naše potřeby neuspokojeny, je obtížné. Nicméně naplnění všech potřeb nemusí nutně zaručit skutečné štěstí. Přesvědčení o tom, co nás činí šťastnými, může hrát klíčovou roli. Pokud věříme, že štěstí závisí na naplnění potřeb, můžeme se snažit dosáhnout tohoto stavu, ale stále může chybět. Naopak, pokud věříme, že štěstí není závislé na plné spokojenosti s potřebami, můžeme dosáhnout štěstí i v situacích, kdy naše potřeby nejsou plně uspokojeny. Vliv hodnot a přesvědčení je klíčový. Přesvědčení, že štěstí závisí na naplnění potřeb, může vést k hledání spokojenosti v materiálním bohatství. Avšak psychologické okolnosti, které vyvolávají štěstí, jsou často odlišné od těch, které vedou k spokojenosti. Štěstí může být více spojeno s osobním přístupem a hodnotami než s materiálním blahobytem.

V závěru lze říci, že štěstí a spokojenost mají některé společné rysy, ale také významné rozdíly. Jsou subjektivními stavy, ale jejich vznik a závislost na naplnění potřeb se liší. Význam hodnot a přesvědčení hraje důležitou roli v tom, jak tyto stavy prožíváme. (Urban, 2022)

Martin Seligman, jeden z zakladatelů oboru pozitivní psychologie, definuje štěstí jako časté prožívání pozitivních emocí, včetně radosti, vzrušení a spokojenosti. Tato pozitivní prožívání by měla být doprovázena dlouhodobým pocitem smyslu a účelu, ačkoli nemusí být konstantní. Měla by převažovat nad negativními emocemi v životě. Štěstí má tendenci dělat lidi příjemnými společníky a má pozitivní vliv na jejich zdraví a pracovní výkon. Například britská studie, která sledovala osm let tři tisíce šedesátiletých lidí, zjistila, že ti, kteří subjektivně prožívali spokojenost v práci i v životě, se lépe starali o své zdraví, měli zdravější životní styl a výsledky jejich lékařských testů byly lepší. Naopak ti, kteří se cítili méně spokojeně, tendovali k zanedbávání sebe samých, což se negativně projevovalo i na jejich zdravotním stavu. Věda rozlišuje mezi dvěma typy

štěstí – hedonistickým, který se týká okamžitých příjemných prožitků, a eudaimonickým, což zahrnuje dlouhodobou spokojenost. Odborníci v oblasti pozitivní psychologie tvrdí, že schopnost dosáhnout dlouhodobého štěstí je dovedností, kterou lze rozvíjet. Jak toho dosáhnout?

Okamžitý pocit štěstí obvykle přichází spontánně, například během aktivit, které nás naplňují a na které jsme plně soustředěni. Psycholog Radwan Balbough vysvětluje, že intenzita tohoto okamžitého štěstí začíná klesat, jakmile si toto štěstí uvědomíme. Avšak můžeme využít toho, že si tyto okamžiky pamatujeme a vědomě je znovu prožíváme. Jedním z nástrojů pro "zvyšování štěstí" je, když se vracíme ke svým pozitivním prožitkům a znovu si je připomínáme. Měli bychom se snažit znovu prožívat tyto chvíle s pocity, které jsme tehdy zažili, a reflektovat, co bylo v dané situaci zajímavé a co jsme cítili. Tímto způsobem vnitřně spojujeme své štěstí s reflexí, což závisí na našem způsobu myšlení o našich životních situacích a prožitcích. Štěstí se obvykle nezískává jen penězi. Nicméně vědci z Purdueovy univerzity v USA spočítali optimální množství peněz, které mohou přispět k životní spokojenosti. Pro dosažení této spokojenosti je v USA roční příjem ve výši 65 až 75 tisíc dolarů (zhruba 1 480 000–1 708 000 Kč) dostačující. Vyšší příjem nad tuto hranici sice přináší úspěch a prestiž, ale sám o sobě již nezaručuje vyšší štěstí. Tato částka se může lišit v závislosti na regionu světa. Peníze mohou zvyšovat životní spokojenost také tím, že šetří čas lidí. Například možnost najmout si pomoc na úklid nebo si objednat jídlo na doma může zvýšit kvalitu života. Nicméně, peníze a schopnost prožívat spokojenost samy o sobě obvykle nestačí k dosažení štěstí. K tomu jsou potřeba i smysluplná práce a kvalitní mezilidské vztahy. Štěstí a jeho udržování proto vyžaduje určitou práci a pozornost.

Dlouhodobý výzkum prováděný na Harvardské univerzitě od roku 1938 ukázal, že klíčovým faktorem pro spokojenost a fyzické zdraví ve stáří jsou kvalitní mezilidské vztahy. Dědičnost také může ovlivňovat štěstí, protože někteří lidé mají genetické predispozice k vyššímu hladině serotoninu, známého jako hormon štěstí. Skandinávci jsou například často považováni za šťastné lidi, protože mají genetické dispozice pro vyšší produkci serotoninu. (Musálková, 2019)

### **3.8. Jak se dá měřit úroveň spokojenosti**

Spokojenost je považována za "měkký" indikátor, což znamená, že se zabývá subjektivním vnímáním zákazníků nebo občanů o splnění jejich očekávání. Jedná se tedy o pocity a emoce. Na rozdíl od toho, "tvrdé" indikátory vyjadřují objektivní skutečnosti, pokud jsou správně vybrány. Kvalita života je příkladem "tvrdého" indikátoru, který zahrnuje míru nezaměstnanosti, průměrné platy, ekologickou stopu, dostupnost služeb, hustotu silniční sítě, dopravní obslužnost, počet parkovacích míst na obyvatele atd.



V praxi to znamená, že i v oblastech s nižší kvalitou života podle "tvrdých" indikátorů (vysoká nezaměstnanost, špatná dostupnost apod.) může být vyšší spokojenost s kvalitou života a naopak. Spokojenost je tedy velmi relativní. Existuje několik důvodů, které to mohou ovlivnit, například: Rozdílnými nároky, skromností nebo přirozenými preferencemi jednotlivců. Schopností "dokázat prodat i to málo". Některá města nebo organizace veřejného sektoru nemusí mít vynikající výsledky, ale dokáží skvěle komunikovat se svými občany nebo zákazníky. Tyto organizace si uvědomují, že lidé reagují na své představy o skutečnosti, nikoli na samotnou skutečnost, a tyto představy jsou silně ovlivňovány médii. Zlepšením nebo zhoršením situace od posledního hodnocení. Místa s dlouhodobě vysokou kvalitou života mohou mít horší výsledky měření spokojenosti než místa s horšími podmínkami, ale s výrazným nedávným zlepšením. Lidé totiž reagují na pozitivní změny, které mají stále živou paměť.

I přes tato omezení poskytuje hodnocení spokojenosti užitečnou zpětnou vazbu. Je zejména důležité při posuzování účelnosti nebo neúčelnosti určitých aktivit. Nejvyšší kontrolní úřad také potvrzuje tento přístup. V jedné ze svých tiskových zpráv se uvádí, že nedostatečné informace o realizaci projektu, nedostatečný počet kontrol a neprovádění šetření spokojenosti s poskytovanými službami vedou k nedostatečné zpětné vazbě a nedostatečnému sledování účelnosti projektů a alokace finančních prostředků. (Půček, 2005)

### **3.9. Úspěch a co znamená pro různé lidi**

Pokud by se zeptalo pět různých lidí, jakou mají představu o úspěchu, pravděpodobně by dostali pět různých odpovědí. To je proto, že každý má svou vlastní verzi úspěchu.

Podle slovníku je úspěch definován jako dosažení cíle, účelu nebo záměru. Je pravděpodobné, že jste úspěšní, když provedete soubor akcí, které vedou k dosažení cíle. Porozumění tomu, jak každý jedinec vnímá úspěch, vám může pomoci lépe se poznat, odemknout více příležitostí a dosáhnout všeho, co si ve životě přejete. Níže uvádím sedm různých oblastí úspěchu, které mohou pomoci dosáhnout většího naplnění života:

#### **Vnitřní úspěch**

Váš vnitřní úspěch zahrnuje váš emocionální úspěch – například to, jak se cítíte uvnitř, jako je váš duševní stav, sebevědomí a celkový pohled na život. Obecně znamená vnitřní úspěch mít pozitivnější pohled na život a opravdově věřit ve své schopnosti.

#### **Fyzický úspěch**

Jde o to, jak se celkově cítí vaše tělo – včetně zdraví, nemocí, fyzické kondice, úrovně energie a fyzického vzhledu. Pečovat o své fyzické já zajistí a zlepší každý další úspěch, který zažijete.

## Rodinný úspěch

Stavění silných rodinných vztahů a poskytování své rodině bezpečného prostředí je velmi obtížný proces, který vyžaduje čas a oddanost. Pokud však víte, jak chcete, aby vaše rodina vypadala a jak chcete, aby se cítila, a znáte kroky, které je nutné udělat, dosáhnete úspěchu.

## Kariéerní úspěch

Vědět, co chcete dělat ve svém životě – ať už se jedná o práci, podnikání nebo něco jiného – je velmi důležité pro váš celkový úspěch. Samozřejmě, peníze jsou součástí kariéerního úspěchu, ale jde spíše o pocit, že to, co děláte, přispívá k tomu, jak chcete být vnímáni. Vědět, co zde chcete a zajistit, že budete následovat plán k dosažení požadovaných výsledků, je zásadní.

## Materiální úspěch

Toto znamená vlastnictví věcí, jako jsou auta, dům, oblečení a šperky – cokoli, co považujete za materiální projev svého úspěchu. Může se jednat o minimalismus nebo touhu po sídle o rozloze 10 000 metrů čtverečních. Samozřejmě, není nic špatného na tom, co si přejete. Ale musíte vědět, co to je a zajistit, aby to odpovídalo vašim zásadám, morálce a hodnotám, než se pustíte do dosažení tohoto cíle.

## Úspěch ve vlivu

Když víte, jaký druh vlivu chcete mít na své okolí a na ty kolem vás, budete mnohem pravděpodobněji toho dosáhnout. Například jste si možná stanovili, že pro skutečné uspokojení ve svém životě chcete konkrétním způsobem posilovat a sloužit ostatním. Jakmile toho dosáhnete, dosáhnete požadovaného úspěchu v ovlivňování.

## Obchodní nebo ekonomický úspěch

Někteří lidé se cítí úspěšní, když dosáhnou určitého ekonomického úspěchu, definovaného tím, co považujete za měřítko. Pokud tedy považujete za úspěch mít 2,5 milionu dolarů investovaných do akcií, splacený dům o rozloze tři tisíce čtverečních stop a možnost vidět jakéhokoli lékaře na světě, pak to je způsob, jakým byste měli úspěch definovat.

Úspěch je osobní záležitostí a může zahrnovat jednu nebo více těchto kategorií. Čím více rozumíte těmto různým typům úspěchu, tím snadněji dosáhnete štěstí, protože získáte klíčové informace o sobě samém. Dosahování úspěchu neznamena, že se musíte shodovat s názory svých přátel nebo rodiny. Jde o to, co si užíváte, milujete a chcete dosáhnout. (Andersen, 2022)

### 3.10. Typy rozhovorů

Metoda rozhovoru je založena na přímé verbální komunikaci mezi výzkumným pracovníkem a respondentem nebo skupinou respondentů. Rozlišujeme individuální rozhovory, kdy pracovník komunikuje s jednou osobou, a skupinové rozhovory, kdy se účastní více respondentů, kteří mohou sdílet své zkušenosti a názory.

Podle struktury otázek se rozlišují standardizované, polostandardizované a nestandardizované rozhovory. Standardizovaný rozhovor využívá přesně určené otázky s předem připravenými alternativními odpověďmi, podobně jako dotazník v ústní formě. Polostandardizovaný rozhovor také nabízí alternativní odpovědi, ale výzkumník klade doplňující otázky. Nestandardizovaný rozhovor je pružnější a neklade žádná přesná schémata otázek.

Při přípravě rozhovoru je důležité jasně definovat problém, určit vzorek respondentů, vybrat vhodný typ rozhovoru, formulovat otázky a provést předvýzkum pro ověření a zpřesnění otázek. Rozhovor by měl začínat obecnými otázkami, které zavedou respondenta do tématu, postupně přecházet k specifickým otázkám a uprostřed se klást hlavní otázky související se zkoumaným tématem. Rozhovor je vhodné zakončit otázkami osobního charakteru, které vyžadují vzájemnou důvěru.

Cílem správného provedení rozhovoru je formulovat otázky tak, aby ověřovaly hypotézy výzkumu a nejenom získávaly faktické informace nebo názory respondentů. (Švarcová, 2005)

Hlubkový rozhovor je metoda, která nám umožňuje získat detailní pochopení motivací, chování a názorů respondentů. Obvykle se jedná o polostrukturovaný rozhovor, kde máme určitý scénář, ale ne všechny otázky jsou předem známy, což umožňuje tazateli reagovat na odpovědi respondentů. Scénář rozhovoru vychází z předem stanovených výzkumných otázek, které jsou vytvořeny před samotným vytvořením scénáře.

Výzkumné otázky pak slouží jako základ pro vyhodnocení výsledků rozhovorů. Ty nám poskytují jasný rámec pro to, co potřebujeme zjistit, a brání nám ve zbytečném a nepřipraveném povídání s respondenty, které by často vedlo k nedostatečně významným závěrům.

Při provádění hlubkového rozhovoru je důležité dodržovat několik zásad:

Rozhovor zaznamenává tak, aby respondent byl plně vnímán během celého procesu.

Vždy má být představen a vysvětlen účel rozhovoru. Respondentovi vždy má být dan prostor pro případné dotazy a získání jeho souhlasu k průběhu rozhovoru. Pokud je v plánu nahrávat rozhovor, respondent má být informován a s tím má souhlasit. Má být respektováno jejich přání, pokud si nepřejí, aby rozhovor byl sdílen s jinými osobami.

Respondent má být upozorněn, že se může ptát na některé otázky opakovaně nebo na zdánlivě "hloupé" otázky, abyste si byli jisti, že jste správně porozuměli. Tím se snižuje nervozita respondenta, který by mohl si myslet, že nesprávně odpověděl.

Při zapisování poznámek má být vybráno pouze ty informace, na které bude reagováno během rozhovoru, a v žádném případě nemá být zakázáno respondentovi mluvit.

Rozhovor začíná otázkami na rozehřátí, které obvykle zahrnují témata, o kterých člověk rád hovoří. Hlavním cílem je uvolnit napětí a vytvořit emocionální bezpečí u respondenta. Pokud je pocit, že se respondent necítí dobře, tazatel mohl by se ho klidně zeptat na cokoli dalšího, co by ho mohlo uklidnit.

Respondent měl by mluvit co nejvíce samostatně. Pokud se odchýlí k jiné otázce, nemá být v tom omezen. Po rozhovoru se zařadí jeho odpověď k odpovídající otázce.

Při rozhovoru je preferováno klast otevřené otázky, které začínají slovy jako "jak, kdy, komu, co, z jakého důvodu". Může se také požádat respondenta, aby poskytl další informace k danému tématu.

Průběžně se ujistí, že správně rozumí tomu, co respondent říká. Má být používáno sondážní otázky, které umožní hlouběji se doptat na jejich odpovědi. Tazatel nemá se bát zeptat, jestli se správně na zpět porozuměli.

Pokud respondent odbočí od hlavního tématu a začne hovořit o něčem jiném, například o své kočce, má být mu poděkováno za zajímavé téma a slíbeno, že se k němu vrátíte později. Alternativně se může zeptat, zda-li je možnost vrátit k původnímu tématu. Většinou to respondentům nevádí. Po položení všech otázek má být nechán respondentovi prostor, aby doplnil další informace, které by chtěl sdělit.

Nahrávání je lepší vypnout až poté, co respondent odejde. Často se lidé při odchodu ještě rozpovídají u dveří. (Salačová, 2018)

#### **4. Praktická část práce**

V praktické části práce bylo provedeno kvalitativní výzkum pomocí metody hloubkového rozhovoru s různými podnikateli. Vybral jsem 9 párů podnikatelů ve stejném odvětví, ale odlišných podle místa podnikání. Prováděl jsem s nimi telefonická interview a osobní rozhovor, během kterých byli ochotni poskytnout data o svém podnikání a odpovědět na mé otázky.

Otázky na které zodpověděli respondenti dá se rozdělit do čtyři skupiny. První skupina otázek pomáhá seznámit se s dotazovaným a získat socio-demografické údaje, druhá část představuje údaje ohledně názoru o podnikání v konkrétní lokalitě, třetí – spokojenost s podnikáním, čtvrtá – rady a doporučení pro začínající podnikatele a stát.

##### **4.1 Socio-demografické údaje respondentu**

1. Kolik je Vám let? Odkud jste?
2. V jakém oboru podnikáte? A jak dlouho?
3. Máte ve svém podnikání společníka?
4. Jaké důvody Vás vedly k podnikání?

##### **4.2 Údaje o podnikání v konkrétní lokalitě**

5. Měli jste zkušenost dělat jiný byznys ve Vaší lokalitě?
6. Jaký business z Vašeho pohledu je nejvíc a nejmíň ziskový ve Vašem okolí?
7. Myslíte si, že je rozdíl podnikat ve městě nebo na venkově? Pokud ano, jaké rozdíly vnímáte?

##### **4.3 Spokojenost s podnikáním**

8. Co se Vám nejvíc líbí v tom, co děláte?
9. S čím jste nejvíc nespokojený/á v své práci?
10. Jak jste spokojen se svými zákazníky?
11. Jaké zákazníci Vás nejvíc obtěžují?
12. Jak jste spokojeni s výší daní, kterou musíte platit?

##### **4.4 Rady a doporučení pro začínající podnikatele a stát**

13. Co byste doporučil/la dělat nebo naopak nedělat lidem, kteří nedávno založili své podnikání?
14. Jaké reformy z Vašeho pohledu by mohl udělat stát pro podporu nových a již existujících podniků?

## 5. Zhodnocení výsledků

V této podkapitole sdílím výsledky, ke kterým jsem přišel v průběhu bakalářské práce.

### 5.1 Socio-demografické údaje

#### 1. Kolik je Vám let? Odkud jste?

IČ	Pohlaví	Věk	Místo narození
1	M	42	Praha
2	M	35	Praha
3	M	56	Kolín
4	M	39	Kolín
5	M	28	Kolín
6	M	32	Irán
7	M	38	Mělník
8	M	42	Praha
9	M	36	Vietnam
10	M	42	Vietnam
11	Ž	31	Úvaly
12	Ž	27	Praha
13	Ž	42	Tasov
14	Ž	46	Pardubice
15	M	53	Most
16	M	29	Hradec Králové
17	M	48	Náměšť nad Oslavou
18	M	55	Jihlava

Tabulka 1: Údaje z první otázky Zdroj: Vlastní zpracování

S této tabulky je vidět, že rozhovorů zúčastnilo 14 mužů a 4 ženy. Ze všech respondentů jen 3 jsou cizinci a ostatní jsou Češi. Rozdělil jsem dotazovaných podle věku do 4 skupin, a to 25-34, 35-44, 45-54 a 55 a více let. Jak je vidět z tabulky č.2 nejvíc respondentů je z druhé věkové skupiny, což by mohlo znamenat, že lidé se zkušenostmi ve svém oboru a s láskou k podnikání mají větší šanci začít podnikat než lidé s menšími zkušenostmi. Také na základě této tabulky můžeme vidět, že starší lidé mají menší pravděpodobnost, že začnou podnikat, než mladší generace. To je ovlivněno řadou faktorů, jako je zdraví, energie, množství informací, které je člověk schopen zpracovat, odolnost vůči novým konkurentům a samozřejmě reakční doba na změny na trhu.

Věková skupina	Muž	Žena
25-34	3	2
35-44	7	1
45-54	2	1
55+	2	0

Tabulka 2: Věkové skupiny respondentů Zdroj: Vlastní zpracování

## 2. V jakém oboru podnikáte? A jak dlouho?

IČ	Obor podnikání	Doba podnikání (let)
1	Gastronomie	6
2	Gastronomie	15
3	Hotelnictví	14
4	Hotelnictví	5
5	Kadeřnictví	6
6	Kadeřnictví	8
7	Údržba a oprava automobilů	4
8	Údržba a oprava automobilů	5
9	Maloobchod	9
10	Maloobchod	5
11	Gastronomie	3
12	Gastronomie	3
13	Gastronomie	5
14	Gastronomie	4
15	Pivovarnictví	7
16	Pivovarnictví	2
17	Řeznictví a uzenářství	17
18	Řeznictví	10

Tabulka 3: Údaje o oboru a zkušenosti v podnikání Zdroj: Vlastní zpracování

Z této tabulky je vidět že 6 dotazovaných z 18 podniká v oboru gastronomie. Dva jsou z oboru hotelnictví a dva zabývá pivovarnictvím. V průběhu rozhovorů jsem zjistil, že poslední 4 provozují buď restaurace spolu se svým byznysem nebo hospodu, takže 10 podnikatelů z 18 nabízí zákazníkům nejen zboží ale i služby. Respondenti číslo 5 až 8 zaměřeni na poskytování služeb svým zákazníkům, což naopak dotazované č. 9 a č. 10 a č. 17 a č. 18 prodávají zboží. Práce všech podnikatelů je v každém případě spojená s komunikací se zákazníky. Takže všichni podnikatelé mají věnovat nejen kvalitě svých zboží, ale také i služeb.

## 3. Máte ve svém podnikání společníka?

Na tuto otázku 8 respondentů odpověděli že mají ve své firmě společníka, 6 že nemají a provozují podnik sami, ostatních 4 dotazovaných vlastní rodinný podnik. Ze své vlastní zkušenosti mohu říct, že dělat byznys se společníkem je o kousek jednodušší, jak je vidět z odpovědí jen 6 podnikatelů provozují podnik sami. Zdůrazněním této skutečnosti je patrné, že sdílení zodpovědnosti a rozhodovacího břemene s partnerem může snížit tlak a zvýšit efektivitu v řízení podniku. Společná práce a podpora společníka tak mohou přispět k lepšímu zvládnutí výzev a dosažení společných cílů firmy.

#### 4. Jaké důvody Vás vedly k podnikání?

Důvody k zavádění podnikání u 17 z 18 respondentů jsou stejné a to je vášeň k tomu co dělají, touha poskytovat zákazníkům kvalitní zboží nebo služby a vytvoření prostoru pro příjemné provedení času. Jeden dotazovaný zodpověděl na tuto otázku takhle: „Přivedly nás k podnikání především touha po nezávislosti a možnost vytvořit si vlastní živobytí. Chtěli jsme být svými vlastními šefy a přispět k místní komunitě.“

#### 5.2 Údaje o podnikání v konkrétní lokalitě

V této podkapitole představím odpovědi na otázky týkající se údajů o podnikání v konkrétní lokalitě. Tady dozvíme jestli respondent už měl zkušenosti v jiném odvětví podnikání v dané lokalitě, který byznys je nejvíc nebo nejméně ziskovým a kde jsou příjemnější podmínky zakládat podnik ve městě nebo na venkově.

#### 5. Měli jste zkušenost dělat jiný byznys ve Vaší lokalitě?

Na pátou otázku jen 4 z 18 dotazovaných měli zkušenost dělat byznys ve stejné lokalitě ve které podnikají i teď. 14 respondentů neměli zkušenosti s provozem jiných podniků v dané lokalitě, ale 5 z nich už podnikali předtím nebo mají dlouholetou zkušenost ve svém oboru.

#### 6. Jaký business z Vašeho pohledu je nejvíc a nejméně ziskový ve Vašem okolí?

Všichni respondenti považují za nejvíc ziskový byznys ve svém okolí ten, který provozují oni. Dotazované z gastronomie odpověděli, že za nich je nejvíc ziskové odvětví je gastro a nejméně obchodování s drobným zbožím a „maloobchod s nezajímavými produkty bez konkrétní přidané hodnoty.“

#### 7. Myslíte si, že je rozdíl podnikat ve městě nebo na venkově? Pokud ano, jaké rozdíly vnímáte?

Všichni respondenti vnímají rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Hlavní rozdíl je v tom, že ve městě je větší konkurence než na venkově, vyšší náklady na provoz podniku, ale v současti i větší potenciální poptávka po zboží nebo službách. Na venkově podnikateli zaměřené na „větší důraz na osobní vztahy a místní komunitu“, „větší loajální zákaznickou základnu“ a na „budování osobních vztahů se zákazníky“. Toto povědomí o rozdílu mezi podnikáním ve městě a na venkově naznačuje, že každé prostředí má své vlastní výzvy a výhody. Podnikatelé na venkově se často zaměřují na udržení a rozvoj pevných vztahů se svými zákazníky, což může přinášet dlouhodobé výhody pro jejich podnikání. Tato osobní a komunitní přístup může být klíčem k úspěchu i v konkurenčním prostředí ve městě.



### 5.3 Spokojenost s podnikáním

Tato podkapitola představuje jak jsou podnikateli spokojeni se svým podnikáním, s svými zákazníky a s daní, které musejí platit.

8. Co se Vám nejvíc líbí v tom, co děláte?

Majitelé gastronomických podniků a hotelů odpověděli na tuto otázku tak, že nejvíc se jim líbí vytvářet příjemnou atmosféru pro své zákazníky, vidět jak zákazníci tráví čas v jejich podniku, vidět že zákazníci jsou nadšeni z příchodu v daný podnik. Vlastníci kadeřnictví řekli, že nejvíc mají rádi když vytváří nový, unikátní střih pro klienta, když vidí že zákazník je také spokojený s prací kadeřníka. Majitelé autoservisu mají největší spokojenost s toho, že umožnili zákazníkům kvalitní opravu auta. Vlastníci malých obchodů – „Nejvíce si cením toho, že mohu být součástí místní komunity a pomáhat lidem zajišťovat potřebné zboží.“

9. S čím jste nejvíc nespokojený/á v své práci?

Podnikatelé jsou nespokojené z několika důvodů, a to jsou: administrativní zátěž a byrokracie, nedostatek materiálů na práce a vysoké očekávání zákazníků.

10. Jak jste spokojen se svými zákazníky?

Všichni respondenti spokojené se svými zákazníky a váží si toho, že zákazníci jim poskytují zpětnou vazbu ohledně jejich podnikání, díky které podnikatelé mohou zlepšit kvalitu svých služeb nebo zboží.

11. Jaké zákazníci Vás nejvíc obtěžují?

Nejvíc obtěžují zákazníci, které „mají nerealistická očekávání nebo pokud se vyskytnou problémy, které nejsou přímo v naší moci řešit“, „mají specifické požadavky nebo přístup, který není v souladu s provozními normami restaurace“ a „očekávají nadstandardní služby za nízkou cenu“.

12. Jak jste spokojeni s výši daní, kterou musíte platit?

Jenom jeden podnikatel z dotazovaných odpověděl, že je spokojený s výši daní, kterou musí platit. Což ostatní moc k tomu nevyjádřili, ale všichni by chtěli umožnit snížení daně aspoň pro začínající podnikatele. Všichni rozumí, že platit daně prostě je potřebou pro podporu státního sektoru, veřejných služeb a zlepšení infrastruktury.

#### **5.4 Rady a doporučení pro začínající podnikatele a stát**

13. Co byste doporučil/la dělat nebo naopak nedělat lidem, kteří nedávno založili své podnikání?

Na základě odpovědí na tuto otázku bych zdůraznil 6 zásad pro začínající podnikatele:

- Pečlivě plánovat a provádět analýzu trhu
- Být připraveným na administrativní náročnost
- Být flexibilním, neustále se učit a zlepšovat kvalitu služeb nebo zboží
- Nezapomínat na marketing
- Včas reagovat na potřeby zákazníků a vážit se jejich zpětné vazby
- Být trpělivými a nevzdávat se při prvních překážkách

14. Jaké reformy z Vašeho pohledu by mohl udělat stát pro podporu nových a již existujících podniků?

Stát by mohl snížit administrativní zátěž a byrokracii, mohl by pomoci „poskytováním finančních pobídek pro malé podniky a zjednodušením procesu zakládání a vedení firmy“, by mohl investovat do vzdělávání podnikatelů a vytváření podmínek pro růst malých podniků.

## 5.5 Celkové zhodnocení

Po provedení hloubkových rozhovorů s podnikateli dá se přijít k několika výsledky. Z mého pohledu se jakýkoli podnik dá charakterizovat podle toho jak majitel zvládá administrativní procesy, kolik má zákazníků a objednávek a to jak se svým byznysem spokojen. Chtěl bych obrátit pozornost na to, že každý z podnikatelů řekl, že k otevření vlastního podnikání ho vedla vášeň k tomu co dělá, „být sobě šéfem“ a poskytování svým zákazníkům kvalitní služby/zboží.

Administrativní zátěže a byrokracie je stejná v celém státě a je to první s čím se setká každý při otevření podniku. Po zapsání do obchodního/živnostenského rejstříku následuje řada dalších administrativních procesu, které má vyřizovat podnikatel. Od smlouvy s dodavatelem až po placení daní. Může jít například o nákup zboží na sklad, pronájem prostor, propagaci podniku prostřednictvím marketingu, zákaznickou podporu, kontrolu kvality zboží a jeho doručení k zákazníkovi.

Každý člověk, včetně podnikatele, chce, aby se o něm mluvilo pozitivně a zároveň bezelstně. Co může charakterizovat podnik lépe než jeho zákazníci? Aby se o vašem podniku dobře mluvilo a aby ho doporučovali přátelům a známým, musíte svým zákazníkům věnovat velkou pozornost. Nezapomínat na potřeby svých zákazníků, protože jsou to právě oni, kdo vám za poskytnuté zboží nebo služby platí peníze. Mělo by být si zodpovězeno na otázku - "Jak mohu s pomocí svého výrobku/služby zlepšit život potenciálního zákazníka?". Kde je spokojený zákazník, tam je spokojený podnikatel.

Z pohovorů jsem zjistil, že dotazované jsou většinou spokojené se svým výběrem opustit zaměstnání a jít do podnikání, což doporučují i začínajícím podnikatelům. Podnikání nikdy nebylo snadnou cestou, je to jako běh na překážkové dráze, kde je každý den novou výzvou. I když ne každý sportovec dosáhne cíle, ti, kteří překonali sami sebe a překonali všechny neúspěchy, nikdy nezapomenou na sladkou chuť vítězství.

## **6. Závěr**

V rámci této bakalářské práce jsem se zaměřil na porovnání spokojenosti podnikatelů v závislosti na místě výkonu jejich podnikání. V teoretické části práce jsem pečlivě prozkoumal relevantní literaturu týkající se podnikání, spokojenosti, úspěchu a výzkumných metod. Tato rešerše mě poskytla základní pochopení faktorů ovlivňujících spokojenost podnikatelů a vztah mezi spokojeností a místem podnikání.

V praktické části své práce jsem se zaměřil na sběr dat prostřednictvím hloubkových rozhovorů s podnikateli. Tento přístup umožnil získat detailní informace o jejich podnikání, ale i o jejich osobních pocitech a názorech ohledně spokojenosti s podnikáním. Prostřednictvím analýzy těchto dat jsem následně provedl porovnání úrovně spokojenosti podnikatelů ve městě a na venkově.

Analýza práce ukázala, že existují zřetelné rozdíly v tom, jak podnikatelé vnímají svou spokojenost v závislosti na prostředí, ve kterém podnikají. Podnikatelé ve městě často čelí vyšší konkurenci a nákladům, avšak také mají větší potenciální poptávku po svých produktech či službách. Na druhou stranu, podnikatelé na venkově klade důraz na osobní vztahy se zákazníky a místní komunitou, což jim může poskytnout loajální zákaznickou základnu.

Věřím, že výsledky této práce mohou být cenným zdrojem poznatků pro další výzkum v oblasti podnikání a spokojenosti podnikatelů, a mohou poskytnout užitečné informace pro ty, kteří se zajímají o podnikání ve městě a na venkově. Tato práce může pomoci lépe porozumět rozdílům v podnikatelském prostředí a přispět k identifikaci strategií, které mohou podnikatelům pomoci dosáhnout vyšší úrovně spokojenosti a úspěchu.

Předkládána práce může i posloužit podnikatelům jako pomůcka s výběrem místa pro svůj podnik.

## **7. Seznam použitých zdrojů**

SPROVÁ J. a kol. 2010. Základy podnikání. Praha: Grada Publishing. 432 s. ISBN 978-80-271-9184-0

PÁVLAK M., NOVOTNÝ J., VACEK J. 2017. Základy podnikání. Plzeň: Katedra podnikové ekonomiky a managementu, Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, 2017. 241 s. ISBN 978-80-261-0669-2.

PŮČEK, M., a kol. 2005. Měření spokojenosti v organizacích veřejné správy – soubor příkladů. Praha: Tiskárna Ministerstva vnitra, p.o. 104 s. ISBN 80-239-6154-3.

HOWARD H. F., KURATKO D.F., HODGETTS R.M., 2006. Entrepreneurship : theory, process, practice. New York: Thomson. 624 s. ISBN 978-01-701-2880-3.

ZHÁNĚL J., HELLENBRANDT V., SEBERA M., 2014. Metodologie výzkumné práce. Brno: Masarykova univerzita. 61 s. ISBN 978-80-210-6857-5

PROCHÁZKOVÁ P.T., JELÍNKOVÁ E., 2018. Podniková ekonomika – Klíčové oblasti. Praha: Grada Publishing. 256 s. ISBN: 978–80–271–0689–9

HUČKA M., 2021. Základy podnikání a podnikatelský proces. Praha: Grada Publishing. 200 s. ISBN: 978-80-271-3041-2

HOLÁTOVÁ, D., a KRNINSKÁ, R. Lidské zdroje v rozvoji venkova. Praha: Alfa Nakladatelství, 2012. Ekonomie studium. ISBN 978-80-87197-57-8

KLUFOVÁ, R. Demografický vývoj a typologie českého venkova v kontextu prostorových souvislostí. Praha: Wolters Kluwer, 2015. ISBN 978-80-7478-733-1

NUNVÁŘOVÁ, S. Rozvoj venkova. Brno: Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita, 2007. 211 s. Vydání první. ISBN 978-80-210-4314-5

PERLÍN R., HUPKOVÁ M. Venkovy a venkované: doprovodná publikace k výstavě Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2011. ISBN 978-8087147-27-6

Online zdroje:

Česká správa sociálního zabezpečení [online]. Dostupný z: <https://www.cssz.cz/osvc-snadne-a-prehledne>

Slovník Komerční banky [online]. Dostupný z: [https://www.kb.cz/cs/podpora/slovník/vyrazy-zacinajici-na-s/jak-funguje-s-r-o#:~:text=Spole%C4%8Dnost%20s%20ru%C4%8Den%C3%ADm%20omezen%C3%BDm%20\(s.%20r.%20o.%20st%C5%99edn%C3%ADho%20podnik%C3%A1n%C3%AD%20v%20%C4%8CR](https://www.kb.cz/cs/podpora/slovník/vyrazy-zacinajici-na-s/jak-funguje-s-r-o#:~:text=Spole%C4%8Dnost%20s%20ru%C4%8Den%C3%ADm%20omezen%C3%BDm%20(s.%20r.%20o.%20st%C5%99edn%C3%ADho%20podnik%C3%A1n%C3%AD%20v%20%C4%8CR)

Forbes Česko. Chcete podnikat? 6 vlastností, které by měl mít každý nadějný startupista [online]. [cit. 2015-06-22]. Dostupný z: <https://forbes.cz/chcete-podnikat-6-vlastnosti-ktere-by-mel-mit-podle-seedcampu-kazdy-startupista/>

VLACH, R., Je podnikání na volné noze pro vás? Poznejte jeho klady a zápory [online]. [cit. 2013-10-08]. Dostupný z: [https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/klady-a-zapory-podnikani-na-volne-noze.A131003\\_124408\\_podnikani\\_sov](https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/klady-a-zapory-podnikani-na-volne-noze.A131003_124408_podnikani_sov)

TONEV, P. *Co je město? Vývoj měst v historické a současné perspektivě. Platné od 1. září 2021* [online]. Dostupný z: [https://is.muni.cz/do/econ/sm/management\\_rozvoje/media/prezentace/02\\_co\\_je\\_mesto.pdf?lang=en](https://is.muni.cz/do/econ/sm/management_rozvoje/media/prezentace/02_co_je_mesto.pdf?lang=en)

PERLÍN, R., Venkov, typologie venkovského prostoru. [online]. [cit. 1999-01-01]. Dostupný z: [https://www.researchgate.net/profile/Radim-Perlin/publication/228386326\\_Venkov\\_typologie\\_venkovskeho\\_prostoru/links/0c96052a5889498e30000000/Venkov-typologie-venkovskeho-prostoru.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Radim-Perlin/publication/228386326_Venkov_typologie_venkovskeho_prostoru/links/0c96052a5889498e30000000/Venkov-typologie-venkovskeho-prostoru.pdf)

CASTRO-PADRO, M., AZEVEDO, J.C., FERNÁNDEZ, P., Ecosystem Services, Sustainable Rural Development and Protected Areas [online]. [cit. 2019-09-26]. Dostupný z: <https://www.mdpi.com/2073-445X/10/10/1008>

URBAN, J., Jak si nešlapat po štěstí a spokojenosti, radí psycholog [online]. [cit. 2019-09-26]. Dostupný z: [https://www.idnes.cz/finance/financni-radce/stesti-spokojenost-cile-psycholog-jan-urban.A220106\\_121727\\_viteze\\_sov](https://www.idnes.cz/finance/financni-radce/stesti-spokojenost-cile-psycholog-jan-urban.A220106_121727_viteze_sov)

MUSÁLKOVÁ, Z., Co všechno ovlivňuje naši spokojenost a pocity štěstí [online]. [cit. 2019-07-11]. Dostupný z: <https://www.novinky.cz/clanek/zena-vztahy-a-sex-co-vsechno-ovlivnuje-nasi-spokojenost-a-pocity-stesti-40289543>

ANDERSEN, B., 7 Common Forms of Success [online]. [cit. 2022-06-11]. Dostupný z: <https://www.linkedin.com/pulse/7-common-forms-success-brad-andersen>

SALAČOVÁ, D., Hlavní zásady vedení hloubkových rozhovorů [online]. [cit. 2018-04-16]. Dostupný z: <https://medium.com/pabeni/hlavn%C3%AD-z%C3%A1sady-veden%C3%AD-hloubkov%C3%BDch-rozhovor%C5%AF-294abebf190b>

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Údaje z první otázky .....	30
Tabulka 2 Věkové skupiny respondentů .....	30
Tabulka 3 Údaje o oboru a zkušenosti v podnikání .....	31

## 8. Přílohy

### Dotazovaný č. 1

1. Jsem z Prahy a je mi 42 let.
2. Vlastním podnik s názvem Restaurace Pivovarská krčma v Chýni vedle Prahy, zaměřujeme se na gastronomii a pivovarnictví. Podnikám v této oblasti od otevření restaurace v roce 2018.
3. Ano, mám společníka, který se podílí na řízení podniku a strategických rozhodnutích. Spolupracujeme od začátku a vzájemně se doplňujeme.
4. Rozhodl jsem se podnikat ze dvou hlavních důvodů. Prvním bylo mé vášnivé zájmy o gastronomii a lásku k dobrému pivu. Druhým důvodem byla touha vytvořit příjemné místo pro setkávání lidí a poskytnout kvalitní gastronomický zážitek.
5. Před otevřením Pivovarské krčmy jsem provozoval jiný podnik ve stejné lokalitě. Získal jsem tak cenné zkušenosti ohledně místních preferencí a chování zákazníků, což mi pomohlo při plánování nového podniku.
6. Z mého pohledu je v našem okolí nejvíce ziskovým podnikem gastronomie a pohostinství. Naopak, nejméně ziskovým by byly pravděpodobně podniky v oblasti těžkého průmyslu.
7. Ano, existuje rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Ve městě máte často větší konkurenci, ale také přístup k širšímu okruhu potenciálních zákazníků. Na venkově může být menší konkurence, ale také méně lidí, kteří by mohli využívat vaše služby.
8. Nejvíce si cením možnosti tvořit a nabízet lidem zážitky spojené s gastronomií a pivem. Vidět spokojené zákazníky a tvořit příjemné prostředí mě naplňuje energií a radostí.

9. Nespokojený jsem s administrativní zátěží spojenou s provozováním podniku. Neustálé změny v regulacích a byrokracie mohou být výzvou a někdy odvádějí pozornost od samotného provozování restaurace.
10. Snažíme se udržovat vysoký standard obsluhy a kvality jídel, a věřím, že v tomto směru jsme si získali spokojenost většiny našich zákazníků.
11. Většina zákazníků je skvělá, ale někteří mohou být obtížní, pokud mají nerealistická očekávání nebo pokud se vyskytnou problémy, které nejsou přímo v naší moci řešit.
12. Výše daní je vždy citlivým tématem. Snažíme se spolupracovat s úřady a využívat možnosti daňových úlev a benefitů pro podnikatele.
13. Novým podnikatelům bych doporučil pečlivě plánovat a provádět analýzu trhu před zahájením podnikání. Dále je důležité budovat silné vztahy se zákazníky a neustále sledovat trendy a změny ve svém odvětví.
14. Reformy by měly směřovat k snížení byrokracie a administrativní zátěže pro malé podniky. Podpora vzdělávání a mentorství pro začínající podnikatele by také přinesla prospěch celému podnikatelskému prostředí.

## **Dotazovaný č.2**

1. Je mi 35 let a jsem z Prahy
2. Podnikám v oboru gastronomie a provozu restaurace. Restauraci Půda vlastním a provozuji ji od roku 2009.
3. V mé restauraci nemám žádného společníka, jsem jediným majitelem.
4. K podnikání mě motivovala láska k gastronomii a touha vytvořit místo, kde lidé mohou zažít kvalitní stravovací zážitek. Rovněž mě baví podnikat a vést tým.
5. Před otevřením restaurace Půda jsem neměl přímou zkušenost s podnikáním ve stejném oboru, ale měl jsem pracovní zkušenosti v oblasti gastronomie.
6. Nejziskovějším oborem v mé lokalitě je podle mého názoru gastronomie, zatímco nejméně ziskovým může být například maloobchod.
7. Určitě vnímám rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Ve městě je větší konkurence a různorodost zákazníků, na venkově může být větší důraz na lokální komunitu a méně konkurence.
8. Nejvíce si cením možnosti tvořit a ovlivňovat atmosféru a kvalitu služeb v mé restauraci. Mám rád, že mohu přinášet radost lidem prostřednictvím jídla a pohostinnosti.

9. Nespokojený jsem s administrativní zátěží a byrokratickými procesy spojenými s podnikáním, což často vyžaduje hodně času a úsilí.
10. Jsem velmi spokojen s většinou svých zákazníků. Snažím se vytvořit příjemné prostředí a nabídnout kvalitní jídlo. Zpětná vazba od spokojených zákazníků mě těší a motivuje.
11. Občas mohou být nároční zákazníci, kteří mají specifické požadavky nebo přístup, který není v souladu s provozními normami restaurace.
12. Daně jsou vždy výzvou pro každého podnikatele. Snažím se využívat dostupné daňové výhody a plnit své daňové povinnosti v souladu s právními předpisy.
13. Novým podnikatelům bych doporučil být připraveni na administrativní náročnost a měli by se zaměřit na silné vedení týmu a kvalitní služby. Nedoporučil bych zanedbávat marketing a propagační aktivity.
14. Stát by mohl podnikatelům pomoci snížením byrokracie, poskytováním finanční podpory a daňovými úlevami pro nové podniky. Rovněž by mohl usilovat o zlepšení podnikatelského prostředí a vzdělávacích programů pro podnikatele.

### **Dotazovaný č. 3**

1. Je mi 56 let a jsem z Kolína
2. Naše historie sahá do roku 2010, kdy jsme otevřeli naše brány pro hosty.
3. V našem podnikání nemáme aktuálně společníka, jsme rodinným podnikem, který vede a spravuje jedna rodina.
4. Rozhodnutí podnikat pramení z naší lásky k pohostinnosti a touze poskytovat hostům relaxační a sportovní zážitky. Viděli jsme potenciál naší krásné lokality a chtěli jsme vytvořit prostor pro lidi, kteří chtějí uniknout do přírody a zároveň si užít sportovní aktivity.
5. Před založením Sporthotel Relax jsme měli zkušenosti s menší restaurací ve stejném regionu. Tato zkušenost nám poskytla vhled do místního trhu a pomohla nám při rozvoji našeho aktuálního podnikání.
6. Z našeho pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě ubytování a sportovní aktivity. Méně ziskovým by může být například auto průmyslový sektor.
7. Ano, rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově vnímáme. Ve městě může být větší konkurence a rychlejší tempo života, zatímco na venkově se může jednat o klidnější prostředí s menší konkurencí.



8. To nejvíce, co mě baví, je vidět spokojené hosty, kteří si užívají svůj pobyt. Taky mě těší, když můžeme podpořit místní komunitu tím, že zaměstnáváme místní obyvatele a spolupracujeme s místními dodavateli.
9. S nespokojeností se potýkám v oblasti administrativy a byrokracie. Některé procesy mohou být zdlouhavé a komplikované, což může ovlivnit efektivitu podnikání.
10. S našimi zákazníky jsme obecně velmi spokojeni. Snažíme se jim poskytovat výjimečný servis a vytvářet příjemné prostředí. Zpětná vazba od hostů nám většinou potvrzuje, že jsme na správné cestě.
11. Zákazníky, kteří jsou nároční a obtěžují nás, jsou obvykle ti, kteří očekávají nadstandardní služby za nízkou cenu. Snažíme se vždy najít kompromis a řešení, ale někdy to může být náročné.
12. Výše daní je pro nás přijatelná, ale vítali bychom snížení byrokratických bariér a jednodušší daňový systém pro malé podniky.
13. Lidem, kteří založili své podnikání nedávno, bych doporučil/a pečlivě plánovat a studovat trh. Důležité je mít jasnou vizi a být připraven na různé výzvy.
14. Stát by mohl podporovat podnikání snížením byrokratické zátěže, poskytováním finančních pobídek pro malé podniky a zjednodušením procesu zakládání a vedení firmy. Tím by se podpořila inovace a ekonomický rozvoj.

#### **Dotazovaný č. 4**

1. Jsem z Kolína a je mi 39 let.
2. Podnikám v oboru ubytování a pohostinství. Pension Pod Věží v Kolíně nabízí příjemné ubytování a stravování. Podnikám již 5 let.
3. Ne, v mé firmě nemám žádného společníka. Jsem jediným vlastníkem a vedoucím podniku.
4. K podnikání mě motivovala touha vytvořit příjemné a útulné místo pro hosty, kteří navštěvují Kolín. Chtěl jsem nabídnout kvalitní služby a vytvořit prostředí, kde se lidé budou cítit jako doma.
5. Předtím jsem neměl zkušenost s podnikáním ve stejném odvětví, ale pracoval jsem v oblasti pohostinství a turismu.
6. Nejvíce ziskovým oborem ve mém okolí je podle mého názoru turistika a ubytování. Naopak méně ziskové by mohly být některé maloobchodní aktivity.

7. Ano, rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově je zřetelný. Ve městě je větší konkurence a rychlejší tempo, zatímco na venkově může být více klidu a možná menší konkurence.
8. Nejvíce si cením možnosti tvořit příjemné prostředí pro hosty a vidět, jak si užívají svůj pobyt.
9. Jsem nespokojen s administrativní zátěží a byrokracií spojenou s podnikáním. Občas to může být časově náročné.
10. Celkově jsem spokojen se svými zákazníky. Snažím se poskytovat kvalitní služby a reagovat na jejich potřeby.
11. Zákazníci, kteří nekomunikují jasně a jsou nároční bez reálného důvodu, mohou být občas výzvou.
12. Výše daní je vždy citlivým tématem, ale snažím se brát to jako součást podnikání a přispívat zpět do komunity.
13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpělivými, flexibilními a neustále se učit. Důležité je také naslouchat zákazníkům a reagovat na jejich potřeby.
14. Reformy, které by mohl stát udělat pro podporu podnikání, by mohly zahrnovat snížení byrokracie, daňových zvýhodnění pro malé podniky a poskytování školení a poradenství pro nové podnikatele.

#### **Dotazovaný č. 5**

1. Je mi 28 let a jsem z Kolína.
2. Podnikám v oboru kadeřnictví. Barber Station Kolín je na trhu od roku 2018.
3. Ne, v podnikání nemám žádného společníka. Jsem jediným majitelem.
4. Hlavním důvodem mého podnikání byla vášeň pro kadeřnictví a touha vytvořit moderní a přátelské prostředí pro naše zákazníky.
5. Před založením Barber Station Kolín jsem neměl přímo zkušenost s podnikáním ve své lokalitě. Chtěl jsem stát sám sobě šéfem, dělat to, co mě baví a přinášet lidem radost.
6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě kadeřnictví a kosmetické služby. Méně ziskové by mohly být obory spojené s sezonní povahou nebo silnou konkurencí.
7. Ano, vnímám rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Ve městě je větší konkurence, ale zároveň i více potenciálních zákazníků. Na venkově může být menší konkurence, ale také méně lidí, kteří by mohli využívat naše služby.

8. Nejvíce si v mé práci cením kreativity a možnosti tvořit. Mám rád, že mohu přispívat k sebevzhledu a sebejistotě našich zákazníků.
9. S některými administrativními povinnostmi nejsem vždy spokojen. Občas to může být zdoluhavé a rušivé.
10. Se svými zákazníky jsem velmi spokojen. Snažíme se vytvářet příjemné prostředí a poskytovat kvalitní služby.
11. Nejvíce mě obtěžují zákazníci, kteří jsou nespokojení kvůli malým věcem a nejsou ochotni komunikovat o svých přáních otevřeně.
12. Výše daní může být někdy náročná, ale beru to jako součást podnikání a povinnost vůči státu.
13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil/a být trpěliví a dobře plánovat. Dále je důležité naslouchat zpětné vazbě zákazníků a neustále se zdokonalovat.
14. Stát by mohl podporovat podnikání snížením byrokracie, poskytováním finančních pobídek a vzdělávacími programy pro podnikatele. Rovněž by mohl zlepšit infrastrukturu pro malé podniky a usnadnit přístup k financím.

#### **Dotazovaný č. 6**

1. Je mi 32 let a jsem z Iránu.
2. Podnikám v oboru kadeřnictví. FARIAN BARBERSHOP je otevřen od roku 2016.
3. V mém podnikání nemám společníka, jsem jediným majitelem.
4. Do podnikání mě přivedla vášně pro kreativní práci s vlasy a touha vytvářet prostředí, kde se zákazníci cítí skvěle.
5. Před FARIAN BARBERSHOP jsem neměl zkušenost s jiným byznysem ve této lokalitě.
6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým oborem ve mém okolí oblast digitálního marketingu a online služeb. Naopak, méně ziskovým se může jevit tradiční maloobchod, kde čelíme výzvám konkurence velkých obchodních řetězců.
7. Určitě existuje rozdíl v podnikání ve městě a na venkově. Ve městě je vyšší konkurence a náklady, ale také širší trh. Na venkově může být menší konkurence, ale i menší poptávka.
8. Nejvíce si cením kreativního procesu vytváření účesů a spokojenosti zákazníků, kteří odchází s úsměvem.

9. S nespokojeným zůstávám, pokud není možné splnit očekávání zákazníka kvůli omezeným možnostem.
10. Se svými zákazníky jsem obecně velmi spokojen. Snažím se vytvořit příjemné prostředí a kvalitní služby.
11. Občas mohou být obtěžující zákazníci, kteří nejsou spokojeni i přes veškerou snahu a profesionální přístup.
12. Výše daní je výzvou, ale chápu, že jsou nezbytné pro fungování společnosti.
13. Novým podnikatelům bych doporučil/a důkladnou přípravu a porozumění trhu. Nedoporučil/a bych podceňovat marketing a dobré vztahy se zákazníky.
14. Stát by mohl podnikatelům pomoci snížením administrativní zátěže a poskytnutím finanční podpory pro rozvoj a inovace. Taktéž by mohl investovat do vzdělávání podnikatelů a vytváření podmínek pro růst malých podniků.

#### **Dotazovaný č. 7**

1. Je mi 38 let a jsem z Mělníku.
2. Naše společnost, APSP s.r.o., podniká v oboru údržby a oprav automobilů. Působíme v tomto odvětví od 2020 roku.
3. Ano, mám společníka ve svém podnikání. Spolupracujeme na strategických rozhodnutích a řízení společnosti.
4. Hlavním důvodem našeho podnikání byla vášeň pro automobily a touha poskytovat kvalitní služby v oblasti údržby a oprav. Viděli jsme v tomto odvětví potenciál a příležitost pro růst.
5. Před založením naší společnosti jsme se věnovali jiným byznysům v naší lokalitě. Měli jsme zkušenosti s maloobchodem a službami, ale vášeň pro automobily nás přivedla k rozhodnutí začít podnikat v oboru údržby a oprav aut.
6. Z pohledu ziskovosti ve našem okolí je nejvíce prosperujícím podnikáním provoz autoservisu specializovaného na moderní, výkonná vozidla. Naopak, oblast oprav starších automobilů s nízkým objemem prací může být méně zisková kvůli omezené poptávce.
7. Ano, rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově vnímáme. Ve městě je konkurence obvykle větší, ale zároveň je i větší počet potenciálních zákazníků. Na venkově může být méně konkurence, ale také méně lidí, kteří potřebují naše služby.

8. Nejvíce si ceníme možnosti pracovat s automobily a pomáhat našim zákazníkům udržovat svá vozidla v optimálním stavu. Také nás těší spokojenost našich klientů.
9. S největším nespokojením vnímáme někdy obtížné řešení problémů s nedostatkem dostupných náhradních dílů a náročností některých oprav.
10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se poskytovat kvalitní služby a budovat dlouhodobé vztahy s našimi klienty.
11. Nejvíce nás obtěžují zákazníci, kteří nejsou ochotni dodržet dohodnuté termíny nebo kteří nekomunikují jasně ohledně svých požadavků.
12. Vzhledem k tomu, že jsme si vědomi významu veřejných financí, s výší daní jsme relativně spokojeni. Samozřejmě bychom uvítali snížení daňové zátěže pro podniky.
13. Lidem, kteří založili své podnikání nedávno, bych doporučil klást důraz na kvalitu služeb, budování dobré pověsti a efektivní marketing. Naopak nedoporučil bych podceňování konkurence a zanedbávání finanční stability.
14. Podle mého názoru by stát měl provádět reformy zaměřené na snížení administrativní zátěže pro podnikatele, zjednodušení procesu získávání povolení a licencí a poskytování finančních pobídek pro podnikání ve strategických odvětvích, jako je automobilový průmysl. Taktéž by měl stát poskytovat více podpory pro vzdělávání a rozvoj dovedností, aby podniky mohly lépe konkurovat na trhu a inovovat.

### **Dotazovaný č. 8**

1. Je mi 42 let a jsem z Prahy
2. Naše firma Pneuservis Auto-Libeň se zabývá poskytováním služeb v oblasti pneuservisu a opravy pneumatik. Podnikáme od 2019 roku.
3. Jsem jediným majitelem podniku, nemám žádného společníka.
4. K podnikání mě motivovala kombinace mého zájmu o automobily a příležitosti v této oblasti. Chtěl jsem vytvořit servis, který bude vynikat kvalitními službami a osobním přístupem k zákazníkům.
5. Před založením Pneuservisu Auto-Libeň jsem neměl přímou zkušenost s podnikáním v této lokalitě. Nicméně, studoval jsem místní trh a identifikoval potřeby, které jsme se snažili efektivně naplnit.

6. Z mého pohledu je v našem okolí nejvíce ziskovým byznysem v oblasti služeb spojených s automobily, zatímco nejméně ziskovým by mohl být maloobchod s nezajímavými produkty bez konkrétní přidané hodnoty.

7. Ano, podnikání ve městě a na venkově může mít své specifika. Ve městě je větší konkurence a rychlejší tempo, zatímco na venkově může být větší důraz na osobní vztahy a místní komunitu.

8. Nejvíce si cením možnosti pracovat s lidmi a pomáhat jim s péčí o svá vozidla. Získání důvěry zákazníků a jejich spokojenost jsou pro mě velkou odměnou.

9. Snažím se vždy hledat způsoby, jak zlepšit efektivitu a optimalizovat procesy. Někdy mě může frustrovat administrativa a byrokracie spojená s provozem podniku.

10. Jsme hrdí na vysokou úroveň spokojenosti našich zákazníků. Pravidelně sbíráme zpětnou vazbu a snažíme se na ni reagovat, abychom neustále zlepšovali naše služby.

11. Občas se setkáváme s obtížnými zákazníky, kteří mají vysoká očekávání a mohou být nároční na řešení i malých problémů. Snažíme se vždy jednat s profesionalitou a najít optimální řešení.

12. Platíme daně jako každý jiný podnik, ačkoliv bych uvítal nižší daňové zatížení pro malé podniky, což by nám umožnilo investovat více do rozvoje a zaměstnanosti.

13. Novým podnikatelům bych doporučil pečlivě studovat trh, poskytovat kvalitní služby a nezapomínat na marketing. Důležité je také budovat dobré vztahy se zákazníky. Naopak nedoporučil bych podceňovat administrativní stránku podnikání.

14. Stát by mohl podniky podporovat snížením administrativní zátěže, poskytováním finančních pobídek pro malé podniky a investicemi do infrastruktury, která by mohla přilákat více zákazníků do regionu.

### **Dotazovaný č. 9**

1. Je mi 36 let a jsem z Vietnamu.

2. Provozujeme obchod s potravinami a s domácími potřebami v Praze na Andělu. Našemu obchodu už je necelých 10 let.

3. Jsme rodinný byznys. Věnuji tomu všichni členy rodiny.

4. Hlavním důvodem pro začátek podnikání byla touha poskytovat kvalitní potraviny a služby našim zákazníkům. Chtěli jsme být součástí komunity a přispívat k místnímu ekonomickému rozvoji.

5. Před tímto obchodem jsme neměli konkrétní zkušenosti s podnikáním ve své lokalitě. Nicméně jsme měli zkušenosti s podobným odvětvím v naší rodné zemi.
6. Z našeho pohledu je maloobchod s potravinami poměrně stabilním a ziskovým odvětvím. Místní restaurace a kavárny také zdají se být populární. Naopak bychom mohli říci, že některé specializované obchody mohou mít menší ziskovost.
7. Ano, určitě je rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Ve městě je větší konkurence, ale zároveň i větší množství potenciálních zákazníků. Na venkově může být menší konkurence, ale i menší poptávka.
8. Nejvíce nás těší možnost být součástí komunity a budovat vztahy se zákazníky. Rovněž nás těší vidět, jak naše práce přispívá k pohodě a potřebám našich zákazníků.
9. Nespokojeni jsme s byrokracií a administrativními povinnostmi spojenými s provozováním podniku. Někdy je to náročné a časově náročné.
10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se poskytovat výborný servis a kvalitní produkty, a naše úsilí nám vrací jejich spokojenost.
11. Občas nás obtěžují zákazníci, kteří jsou nespokojeni i přes naše maximální úsilí. Vždy se ale snažíme najít řešení a vyjít vstříc jejich potřebám.
12. Daně jsou vždy výzvou, ale jsou součástí podnikání. Snažíme se plnit své daňové povinnosti spravedlivě a včas.
13. Lidem, kteří začínají s podnikáním, bych doporučil být pečliví při plánování a sledování finanční situace. Důkladná příprava a flexibilita jsou klíčové.
14. Ze svého pohledu bych viděl jako prospěšné, kdyby stát zlepšil dostupnost školení a poradenství pro podnikatele, zejména ty nově vstupující do podnikatelského světa. Finanční podpora ve formě dotací nebo nízkých úrokových půjček by také mohla motivovat a usnadnit rozvoj nových a stávajících podniků.

#### **Dotazovaný č. 10**

1. Je mi 42 let a jsem z Vietnamu.
2. Jsem majitelem maloobchodu v Rakovníku, kde se věnujeme prodeji potravin a drobného spotřebního zboží. Podnikáme zde již pět let.
3. Ano, máme společníka, který je také členem mé rodiny a spolu s námi sdílí odpovědnost za provoz obchodu.

4. Přivedly nás k podnikání především touha po nezávislosti a možnost vytvořit si vlastní živobytí. Chtěli jsme být svými vlastními šéfy a přispět k místní komunitě.
5. Před otevřením maloobchodu jsme neměli přímo zkušenost s jiným byznysem v této lokalitě. Nicméně jsme pečlivě studovali místní trh a potřeby obyvatel.
6. Nejvíce ziskovým byznysem ve našem okolí je pravděpodobně potravinářství a služby spojené s domácnostmi. Naopak, nejméně ziskové jsou občasně maloobchody s nezbytným zbožím.
7. Ano, rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově existuje. Ve městě je obvykle větší konkurence a vyšší náklady na pronájem a provoz. Na venkově může být menší zájem zákazníků, ale nižší náklady.
8. Nejvíce si cením toho, že mohu být součástí místní komunity a pomáhat lidem zajišťovat potřebné zboží. Také si užívám osobní kontakt se zákazníky.
9. Občas se setkáváme s administrativními obtížemi a byrokracií, což může být frustrující. Také nás občas trápí nestabilní dodávky některých produktů.
10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se poskytovat vynikající služby a kvalitní zboží, což nám zákazníci oceňují.
11. Někdy jsou obtěžující zákazníci, kteří jsou nespokojení i přesto, že se snažíme vyjít vstříc jejich potřebám. Někdy jsou to i ti, kteří nerespektují pravidla obchodu.
12. Výše daní nás občas trápí, ale chápeme, že jsou nezbytné pro fungování veřejných služeb a podporu ekonomiky.
13. Lidem, kteří založili své podnikání nedávno, bych doporučil být pečliví ve sledování trhu a potřeb zákazníků. Dále je důležité budovat dobré vztahy s komunitou a být připraven na nejistoty podnikání.
14. Stát by mohl provést k podpoře nových a existujících podniků, myslím si, že by mohl zjednodušit daňové a administrativní procesy. Mohl by poskytovat více finančních podpor malým podnikům, zejména těm, které začínají.

### **Dotazovaný č. 11**

1. Je mi 31 let a jsem z Úval.
2. Podnikám v oboru gastronomie a provozuji kavárnu Café Delikates v Úvalech. Podnikám již tři roky.



3. Ne, v mé kavárně nemám společníka. Jsem jedinou majitelkou a odpovídám za všechny aspekty provozu.
4. K podnikání mě vedla láska k dobré kávě a touha vytvořit prostředí, kde se lidé mohou setkávat, relaxovat a těšit se z kvalitního jídla a nápojů. Chtěla jsem přinést do mého okolí místo s příjemnou atmosférou.
5. Před otevřením kavárny jsem měla příležitost pracovat v různých oborech v naší lokalitě, včetně obchodů s potravinami a drogerií. Tyto zkušenosti mi poskytly cenný vhled do místního podnikatelského prostředí a potřeb zákazníků.
6. Z mého pohledu je v našem okolí nejvíce ziskovým byznysem oblast gastronomie a příjemných kaváren. Lidé se rádi schází v příjemném prostředí, kde mohou vychutnat kvalitní jídlo a pití. Naopak, vidím, že maloobchody s nezbytným zbožím mohou mít menší ziskovost, zejména vzhledem k měnícím se nákupním preferencím a trendům ve spotřebitelském chování.
7. Ve městě je větší konkurence a větší potenciál pro různé druhy zákazníků. Na venkově může být spíše důraz na lokální komunitu a osobní vztahy se zákazníky.
8. Nejvíce si cením možnosti kreativity při vytváření menu a atmosféry kavárny. Též mě těší, když vidím lidi, kteří si užívají svůj čas u nás.
9. Někdy je výzvou udržet kvalitu služeb při zvyšující se poptávce. Zajištění konzistence a vysoké úrovně obsluhy je někdy náročné.
10. Jsem velmi spokojená se svými zákazníky. Snažím se vytvářet přátelské prostředí a reagovat na jejich potřeby. Pozitivní zpětná vazba od nich mě motivuje.
11. Občas jsou obtěžující zákazníci, kteří jsou nespokojeni i přes naše maximální úsilí. Někteří také mohou být nároční nebo neohrabaní.
12. Výše daní mě občas trápí, ale chápu, že jsou nezbytné pro fungování veřejných služeb. Cítím se povinna přispívat k místní komunitě.
13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučila pečlivě poslouchat zákazníky a neustále se učit. Důležité je být flexibilní a reagovat na změny na trhu.
14. Stát by mohl podporovat podnikání poskytováním finančních pobídek pro malé podniky, zejména v oblasti gastronomie. Také by mohl usnadnit administrativní postupy a poskytovat školení v oblasti podnikání a managementu.

## **Dotazovaný č. 12**

1. Je mi 27 let a jsem z Prahy.
2. Podnikám v oblasti gastronomie a provozuji kavárny s názvem Helen's Coffee v Praze. Jsme na trhu působící již tři roky.
3. Ano, mám společníka, který je též nadšeným milovníkem kávy a sdílí se mnou odpovědnost za chod kavárny.
4. K podnikání mě vedla především láska k dobré kávě a touha vytvořit místo, kde se lidé mohou setkávat, relaxovat a užívat si chvíle s výborným nápojem.
5. Před otevřením naší kavárny jsme si vytvořili pečlivý plán, přestože jsme neměli předchozí zkušenosti s podnikáním v naší konkrétní lokalitě. Analyzovali jsme poptávku a potřeby místní komunity a snažili se přizpůsobit naše nabídky tak, aby co nejlépe odpovídaly očekáváním zákazníků.
6. Z mého hlediska si v našem okolí nejvíce cením dynamiky gastronomie, zejména kaváren a restaurací. Jsou pro nás inspirací a výzvou k neustálé inovaci. Naopak, obchody s nezbytným zbožím mohou být více výzvou, ale snažíme se nalézt jedinečné produkty, které osloví naši klientelu.
7. Rozdíly mezi podnikáním ve městě a na venkově jsou fascinující. Ve městě nám umožňuje konkurovat různorodému zákaznickému spektru, ale vyžaduje od nás neustálou inovaci. Na venkově vytváříme silné vazby s loajální klientelou, ale musíme být citlivější k sezónním výkyvům v poptávce.
8. To nejvíce, co mě těší, je vytvářet příjemné prostředí pro lidi, kde mohou relaxovat a sdílet společné chvíle. Také miluji vytváření nových kávových receptur.
9. Někdy mě může frustrující administrativní zátěž spojená s provozem podniku a nejistota týkající se sezónních výkyvů v návštěvnosti.
10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se poskytovat výborný servis a kvalitní produkty, což nám zákazníci oceňují.
11. Občas obtěžují zákazníci, kteří nejsou spokojeni, i když se snažíme vyjít vstříc jejich potřebám. Někdy jsou to i lidé, kteří neváží příjemné atmosféry naší kavárny.
12. Daně jsou vždy citlivým tématem, ale snažíme se chápat, že jsou nezbytné pro fungování společnosti a infrastruktury.

13. Lidem, kteří založili nedávno své podnikání, bych doporučil být flexibilní, naslouchat zákazníkům a neustále se vzdělávat o novinkách ve svém odvětví. Dále je důležité budovat silné vztahy s komunitou.

14. Stát by mohl výrazně přispět podnikatelskému prostředí snížením administrativních bariér, poskytováním daňových pobídek a podporou školení a rozvoje dovedností pro podnikatele. Investice do marketingu a digitalizace by zase mohly posílit konkurenceschopnost malých podniků, což by bylo prospěšné pro celou ekonomiku.

### **Dotazovaný č. 13**

1. Je mi 42 let a jsem z Tasova

2. Cukrárna Jiřina v Tasově se zabývá provozem cukrářského podniku, kde nabízíme široký sortiment domácích dezertů a dortů. Podnikáme zde již pět let.

3. Ano, mám společníka, který se podílí na řízení podniku a sdílí s námi odpovědnost za provoz cukrárny.

4. K podnikání mě přivedla láska k pečení a touha sdílet radost z dobrého jídla s ostatními. Chtěli jsme vytvořit místo, kde si lidé mohou vychutnat kvalitní dezerty v příjemném prostředí.

5. Před otevřením cukrárny jsme neměli konkrétní zkušenosti s jiným byznysem ve své lokalitě. Avšak jsme pečlivě studovali trh a potřeby našich potenciálních zákazníků.

6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem ve našem okolí právě gastronomie, zejména restaurace a cukrárny. Naopak, méně ziskové mohou být menší obchody s potravinami či služby, které nejsou tak atraktivní pro zákazníky.

7. Rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově určitě existuje. Ve městě je obvykle větší konkurence a vyšší náklady na provoz, zatímco na venkově můžete mít větší loajální zákaznickou základnu a nižší náklady na pronájem a provoz.

8. Nejvíce si užívám tvorbu nových receptů a vidět spokojené zákazníky, kteří si u nás užívají sladké pochoutky.

9. Občas mě může trápit sezónní výkyvy v návštěvnosti, což může mít vliv na stabilitu příjmů.

10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se jim vždy poskytnout vynikající servis a kvalitní produkty.

11. Občas mohou být obtěžující zákazníci, kteří mají nerealistická očekávání nebo se chovají nevhodně k našemu personálu.

12. Daně jsou vždy citlivé téma, ale chápeme, že jsou nezbytné pro fungování společnosti a infrastruktury. Snažíme se s nimi vyrovnat co nejlépe.

13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpěliví a flexibilní, a nevzdávat se při prvních překážkách. Důležité je také naslouchat zákazníkům a stále se učit.

14. Stát by mohl podnikatelům pomoci snížením administrativní zátěže, poskytováním daňových pobídek a finanční podporou pro školení a rozvoj dovedností pro podnikatele. Investice do infrastruktury a marketingové podpory by také mohly pomoci podnikům lépe konkurovat.

#### **Dotazovaný č. 14**

1. Je mi 46 let a jsem z Pardubic.

2. Podnikám v oblasti gastronomie a provozu kavárny s názvem Café Panos v Praze. Jsme na trhu aktivní již po dobu čtyř let.

3. Ano, mám společníka, který je rovněž vášnivým milovníkem kávy a podnikání v gastronomii a spolu s ním sdílím odpovědnost za chod kavárny.

4. K podnikání mě vedla touha vytvořit útulné místo pro setkávání lidí, kde mohou relaxovat a užívat si kvalitní kávy a dezertů. Také jsem chtěl přinést něco nového do gastronomické scény v Praze.

5. Před otevřením Café Panos jsme neměli přímou zkušenost s jiným byznysem v Praze. Nicméně jsme provedli důkladný průzkum trhu a studovali chování zákazníků.

6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě gastronomie, zejména kavárny a restaurace. Naopak, méně ziskové jsou maloobchody s obecným zbožím.

7. Ano, určitě existuje rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově. Ve městě je větší konkurence a různorodost zákazníků, což vyžaduje dynamiku a inovace. Na venkově může být více prostoru pro budování osobních vztahů se zákazníky, ale také menší tržní potenciál.

8. Nejvíce si cením atmosféry, kterou jsme vytvořili v Café Panos, a radosti z toho, že mohu poskytovat kvalitní služby a produkty našim zákazníkům.

9. Občas mě může frustrovat administrativní zátěž spojená s provozem kavárny a výzvy spojené s udržením konzistence v kvalitě nabízených produktů.

10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se vytvářet příjemné prostředí a poskytovat vynikající obsluhu, což nám zákazníci oceňují.

11. Někdy nás obtěžují zákazníci, kteří jsou nespokojení i přes naši snahu vyjít jim vstříc. Občas se setkáváme i s náročnými klienty, kteří neváží naší práce.

12. Daně jsou vždy citlivým tématem, ale chápeme, že jsou nezbytné pro fungování společnosti a poskytování veřejných služeb.

13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpěliví a nevzdávat se při prvních překážkách. Důležité je naslouchat zpětné vazbě zákazníků a neustále se zdokonalovat.

14. Podle mého názoru by stát mohl pro podporu nových i již existujících podniků více investovat do komunitních programů a iniciativ. To zahrnuje například granty na rozvoj malých podniků v různých oblastech, podporu veřejných akcí a festivalů, které přitahují zákazníky do místních podniků, a také vytváření společenských a obchodních center, kde se podnikatelé mohou sdružovat, vyměňovat si zkušenosti a spolupracovat na nových projektech. Takové iniciativy by mohly posílit podnikatelskou kulturu a podporovat růst místního hospodářství.

### **Dotazovaný č. 15**

1. Je mi 53 let a jsem z Mostu.

2. Podnikám v oboru pivovarnictví a provozu minipivovaru s názvem Minipivovar Most. Působíme na trhu skoro 8 let.

3. Ano, mám společníka, se kterým sdílím vášeň pro výrobu piva a odpovědnost za provoz minipivovaru.

4. K podnikání mě vedla touha vytvořit vlastní značku piva a přispět k rozvoji pivovarské kultury v našem regionu. Také jsem chtěl nabídnout zákazníkům kvalitní a originální pivo.

5. Před otevřením Minipivovaru Most jsme neměli přímou zkušenost s jiným byznysem ve své konkrétní lokalitě. Nicméně jsme prováděli důkladný průzkum trhu a studovali chování zákazníků.

6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě gastronomie, zejména restaurace a kavárny. Naopak, méně ziskové jsou maloobchody s nezbytným zbožím.

7. Ano, rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově jsou značné. Ve městě je větší konkurence a širší spektrum zákazníků, což vyžaduje inovaci a marketingové úsilí. Na venkově může být menší konkurence, ale také menší tržní potenciál a méně zájem zákazníků o nové produkty.

8. Nejvíce si cením tvorby vlastních receptur piva a vidění spokojených zákazníků, kteří si u nás užívají kvalitního produktu.
9. Občas mě může frustrovat administrativní zátěž spojená s provozem pivovaru a výzvy spojené s udržením konzistence v kvalitě našeho piva.
10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky. Snažíme se poskytovat vynikající obsluhu a kvalitní produkty, což nám zákazníci oceňují.
11. Někdy nás mohou obtěžovat zákazníci, kteří jsou nespokojení i přes naši snahu vyjít jim vstříc. Občas se setkáváme s náročnými klienty, kteří neváží naší práce.
12. Daně jsou vždy citlivým tématem, ale chápeme, že jsou nezbytné pro fungování společnosti a poskytování veřejných služeb.
13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpěliví a nevzdávat se při prvních překážkách. Důležité je naslouchat zpětné vazbě zákazníků a neustále se zdokonalovat.
14. Stát by mohl pro podporu nových i již existujících podniků více investovat do infrastruktury, například podporou rozvoje pivovarských a gastronomických turistických tras. Také by mohl poskytovat více finančních pobídek a daňových úlev pro malé podniky a start-upy, aby podpořil jejich růst a rozvoj.

### **Dotazovaný č. 16**

1. Je mi 29 let a jsem z Hradce Králové.
2. Jsem majitelem Pivovarského domu Benedict, kde se specializujeme na výrobu a prodej kvalitního řemeslného piva. Tento podnik provozujeme zhruba 2 roky
3. Ano, mám společníka, který sdílí moji vášeň pro pivovarnictví a podnikání v oblasti gastronomie. Společně sdílíme odpovědnost za provoz pivovaru.
4. K podnikání mě vedla láska k dobrému pivu a touha vytvořit místo, kde se lidé mohou setkávat, relaxovat a užívat si unikátních pivních zážitků.
5. Před otevřením Pivovarského domu Benedict jsme neměli přímou zkušenost s jiným byznysem ve své konkrétní lokalitě. Nicméně jsme provedli důkladný průzkum trhu a studovali chování zákazníků.
6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě gastronomie, zejména restaurace s kvalitní nabídkou jídel a pití. Naopak, méně ziskové jsou obvykle drobné obchody s potravinami nebo služby.

7. Rozdíly mezi podnikáním ve městě a na venkově jsou zjevné. Ve městě je větší konkurence a poptávka, což vyžaduje vyšší úroveň inovace a marketingových aktivit. Na venkově se může více klást důraz na lokální produkci a osobní vztahy se zákazníky.

8. Nejvíce si cením možnosti experimentovat s různými recepturami a vytvářet nové druhy piva, které potěší naše zákazníky. Také mě těší vidět spokojené tváře lidí, kteří si u nás užívají kvalitního jídla a pití.

9. Někdy mě může frustrovat administrativní zátěž spojená s provozem pivovaru a distribucí našich výrobků. Také se občas potýkáme s problémy v dodavatelském řetězci.

10. Jsme velmi spokojeni se svými zákazníky, kteří si u nás vychutnávají skvělé pivo a příjemnou atmosféru. Snažíme se poskytovat vynikající servis a pečlivě naslouchat jejich potřebám.

11. Někdy nás mohou obtěžovat zákazníci, kteří jsou nespokojení i přes naši snahu vyjít jim vstříc. Občas se setkáváme s lidmi, kteří neodhadnou své vlastní preference a poté jsou nespokojení s výběrem.

12. Daně jsou nezbytné pro fungování společnosti a rozvoj infrastruktury, ale někdy může být daňové zatížení pro podnikání pocíťováno jako příliš vysoké.

13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpěliví a vytrvalí. Důležité je pečlivě naslouchat zpětné vazbě zákazníků a neustále se snažit zdokonalovat své produkty a služby.

14. Z mého pohledu by stát mohl udělat více pro podporu nových i již existujících podniků tím, že by zlepšil přístup k financování. Poskytování levnějších a snadněji dostupných úvěrů pro podnikání by mohlo pomoci podnikatelům realizovat své podnikatelské plány a rozšířit své podnikání.

### **Dotazovaný č. 17**

1. Je mi 48 let a jsem z Náměště nad Oslavou.

2. Podnikám v oboru řeznictví a uzenářství a provozuji Řeznictví a Uzenářství z Náměště nad Oslavou od roku 2007.

3. V mé firmě nemám žádného společníka, jedná se o rodinný podnik, který vlastníme a provozujeme pouze my.

4. Důvodem, proč jsem se rozhodl podnikat v oboru řeznictví a uzenářství, byla moje vášeň pro kvalitní a čerstvé maso a chuť přinášet lidem radost prostřednictvím výborných pokrmů.

5. Před otevřením tohoto řeznictví jsem neměl zkušenosti s podnikáním v oboru ve své konkrétní lokalitě. Nicméně, měl jsem dlouholeté zkušenosti s prací v řeznictví a uzenářství.
6. Z mého pohledu je nejziskovějším byznysem v našem okolí právě gastronomie, konkrétně restaurace a pekařství. Naopak, méně ziskové jsou drobné obchody s obecným zbožím.
7. Rozdíl mezi podnikáním ve městě a na venkově určitě existuje. Na venkově můžete mít možnost oslovit více lokálních zákazníků a budovat silnější vztahy se svou komunitou. Ve městě je větší konkurence a vyšší náklady na pronájem a provoz.
8. Nejvíce mě těší možnost pracovat s kvalitním masem a produkty, a tím nabízet našim zákazníkům výrobky, které jsou čerstvé a chutné.
9. Občas mě může frustrovat administrativa spojená s provozem obchodu a dodržování předpisů a hygienických standardů.
10. Se svými zákazníky jsem obecně spokojený. Snažíme se jim poskytnout výborný servis a kvalitní produkty, a většina z nich je s našimi službami spokojená.
11. Někdy mohou být obtěžující zákazníci, kteří jsou nespokojení i přes naši snahu vyjít jim vstříc, nebo kteří nejsou ochotni akceptovat určité omezení, jako jsou například otevírací hodiny.
12. Pokud jde o výši daní, snažíme se být realističtí a chápeme, že jsou nezbytné pro financování veřejných služeb a infrastruktury.
13. Nově založeným podnikatelům bych doporučil být trpěliví a pečlivě plánovat každý krok. Důležité je také naslouchat zpětné vazbě zákazníků a neustále se snažit zlepšovat své služby.
14. Z mého pohledu by stát mohl pro podporu nových i již existujících podniků více investovat do vzdělávání a rozvoje dovedností. Poskytování grantů a stipendií pro podnikatele na kurzy a školení v oblasti podnikání, marketingu, finančního plánování a inovací by mohlo podnikatelům poskytnout potřebné znalosti a nástroje pro úspěch ve svých oblastech.

### **Dotazovaný č. 18**

1. Je mi 55 let a jsem z Jihlavy
2. Podnikám v oboru řeznictví a provozu obchodu s masem pod názvem "Řeznictví na Erbence" v Jihlavě. Jsme na trhu působící již deset let.
3. Ano, ve svém podnikání mám společníka, který sdílí mou vášeň pro kvalitní maso a služby spojené s řeznictvím.



4. Důvody, které mě vedly k podnikání, byly především touha nabídnout lidem kvalitní a čerstvé maso, stejně jako péči a osobní přístup, který je často nedostatkový ve velkých řetězcích.
5. Před otevřením Řeznictví na Erbence jsme neměli zkušenost s jiným byznysem ve stejné lokalitě. Avšak dlouhodobě jsme pozorovali potenciál a poptávku po kvalitním masu v našem okolí.
6. Z mého pohledu je nejvíce ziskovým byznysem v našem okolí právě gastronomie, zejména restaurace a kavárny, které vyhledávají kvalitní suroviny. Naopak, méně ziskové jsou obvykle maloobchodní prodejny s levným a masově vyráběným masem.
7. Rozdíly mezi podnikáním ve městě a na venkově jsou značné. Ve městě je větší konkurence a potenciální zákaznická základna, zatímco na venkově se můžeme spoléhat na loajální klientelu a osobní vztahy.
8. Nejvíce si cením možnosti pracovat s kvalitními surovinami a přinášet lidem radost z chutných pokrmů, které mohou připravit z našeho masa.
9. Nespokojený jsem občas s administrativní zátěží a přísnými hygienickými a bezpečnostními předpisy, které nám kladou nároky na dodržování standardů.
10. Se svými zákazníky jsme velmi spokojeni. Snažíme se poskytovat výbornou obsluhu a kvalitní produkty, což nám zákazníci oceňují.
11. Občas nás obtěžují zákazníci, kteří nejsou spokojeni s kvalitou nebo cenou našeho masa, i když se snažíme nabízet pouze to nejlepší.
12. Daně jsou nezbytné pro fungování společnosti, ale někdy můžeme pociťovat jejich zatížení jako příliš vysoké, zejména v obdobích hospodářské nejistoty.
13. Lidem, kteří nedávno založili své podnikání, bych doporučil být trpěliví a pečlivě poslouchat zpětnou vazbu zákazníků. Důležité je stavět na kvalitě a vytvářet si dobré jméno.
14. Stát by mohl podnikatelům pomoci snížením administrativní zátěže, poskytováním finanční podpory a daňovými pobídkami pro malé podniky. Také by mohl investovat do infrastruktury a rozvoje malých měst a obcí, což by podpořilo místní podnikání a ekonomiku.