

Vysoká škola aplikované psychologie, s.r.o.
Akademická 409
411 55 Terezín



**PSYCHOLOGICKÉ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ
PODNIKÁNÍ ŽENY**

**PSYCHOLOGICAL FACTORS INFLUENCING
WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP**

Bakalářská práce

Lenka Rysová

VYSOKÁ ŠKOLA APLIKOVANÉ PSYCHOLOGIE TEREZÍN



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

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

akademický rok 2020/2021

Jméno a příjmení studenta:	Lenka Rysová
Studijní program:	Personální a interkulturní management
Název tématu práce v českém jazyce:	Psychologické faktory ovlivňující podnikání ženy
Klíčová slova v českém jazyce:	Motivace, psychologie, podnikání ženy, sebedůvěra, podpora, etika, sebepoznání, sebeřízení, nezávislost, seberealizace, jistota, sociální postavení
Název tématu v anglickém jazyce:	Psychological factors influencing women's entrepreneurship
Klíčová slova v anglickém jazyce:	Motivation, psychology, women's entrepreneurship, self-confidence, support, ethics, self-knowledge, self-management, independence, self-realization, security, social status

1.	Zdůvodnění tématu: <p>Toto téma jsem si vybrala, protože je mi osobně blízké, jelikož se podnikáním zabývám převážnou většinu svého života. V mé práci neustále hledám jak se vyvíjet a učit se zlepšovat své vlastnosti, které souvisejí s podnikáním. Tím, že člověk pozná sám sebe, své slabé a silné stránky, tím je pro něho snazší na sobě pracovat a zdokonalovat se, potažmo „být úspěšný“.</p> <p>V mé práci se budu zabývat psychologickými aspekty podnikání žen. Výzkum bude zaměřen konkrétně na podnikající realitní makléřky. Práce rovněž přibližuje práci realitního makléře z pohledu psychologie. Mnoho podnikajících žen hledá vyvážení mezi rodinou, podnikáním a svým volným časem. Ne každá žena je v nastolení této rovnováhy úspěšná. Aspekty, které je potřeba znát jsou důležité k tomu, aby nebyla ohrožena kvalita jejich života, potažmo celé rodiny.</p>
2.	Formulace problému, který bude v práci řešen: <p>Historický základ podnikání žen. Jaké pohnutky vedou ženy k tomu prosadit se v podnikání. Řešení negativních faktorů v podnikání. Vliv pozitivních faktorů v podnikání. Změna sociálního postavení. Druhy motivací žen k podnikání. Etika podnikání. Psychické aspekty podnikajících žen. Uplatnění vlastního potenciálu.</p>
3.	Cíl práce max. 5 řádků: <p>Cílem mé práce je zjistit, jaké silné osobnostní vlastnosti spojené s podnikáním převažují u žen, které pracují jako realitní makléřky.</p>
4.	Charakteristika použitých metod: <p>Zvolila jsem komparativní metodu, kvantitativní výzkum, anonymní dotazníkového šetření.</p>

5.	<p>Struktura práce, pracovní rozčlenění kapitol (podkapitol): teoretická a praktická část</p> <p style="text-align: center;">Teoretická část</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. žena a podnikání 2. psychologie podnikatelky 3. naplnění vlastního potenciálu a jeho uplatnění 4. psychologické rysy realitních makléřek <p style="text-align: center;">Praktická část</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. výzkumné cíle 6. dotazníkové šetření 7. komparace se zahraniční literaturou 8. dotazníkové šetření 9. závěr 10. použitá literatura 11. seznam grafů
6.	<p>Odborná literatura – seznam vybrané literatury k jednotlivým kapitolám teoretické a praktické části (min. 20 titulů, 3 recenzované časopisy, 3 zahraniční zdroje, případně internetové odkazy):</p> <p>BAHENSKÁ, M., L. HECZKOVÁ a D. MUSILOVÁ. <i>Ženy na stráž</i>. Praha: Masarykův ústav a Archiv AV ČR, 2010, ISBN 978-80-86495-70-5.</p> <p>DYRTL, Zdenek a kolektiv. <i>Ženy a management</i>. Praha: Albatros, MEDIA a.s., 2014, ISBN 978-80-265-0150-3.</p> <p>CHRÁSKA, Miroslav. <i>Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu</i>. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5326-3.</p> <p>KARSTEN, Hartmut. <i>Ženy-muž</i>. Praha: Portál, 2006, ISBN 80-7367-145-X.</p> <p>KŘÍŽKOVÁ, Alena. <i>Životní strategie žen a mužů v řízení (a) podnikání</i>. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007, ISBN 978-80-7330-125-5.</p> <p>LUKEŠ, Martin, Ivan, NOVÝ a kol. <i>Psychologie podnikání</i>. Praha: Management Press, 2005, ISBN 80-7261-125-9.</p> <p>MATURKANIČ, Prokop, Patrik. <i>Etika</i>. Terezín, 2018, ISBN 978-80-87871-05-8.</p> <p>NAKONEČNÝ, Milan. <i>Motivace chování</i>. Praha: Triton, 2014, ISBN 978-80-7387-830-6.</p> <p>NAKONEČNÝ, Milan. <i>Obecná psychologie</i>. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2015. ISBN 978-80-7387-929-7.</p> <p>POCZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. <i>Podnikání a ženy</i>. Havířov: in-PRESS CZ s.r.o., 2015, ISBN 978-80-905178-4-4.</p> <p>SANDBERG, Sheryl. <i>Opřete se do toho: ženy, práce a vůle uspět</i>. Praha: Dokořán, 2013. ISBN 978-80-7363-535-0.</p> <p>SKALICKÁ, Eliška, Eva, VAŠKOVÁ, ČEJKOVÁ. <i>Úspěch měřím štěstím</i>. Praha: Mladá Fronta, 2012, ISBN 978-80-204-2623-9.</p> <p>SLAVÍČKOVÁ, Pavla (ed.). <i>Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti</i>. Olomouc: Nakladatelství lidové noviny, 2016, ISBN 978-80-7422-508-6.</p> <p>TURECKIOVÁ, Michaela. <i>Klíč k účinnému vedení lidí: odemkněte potenciál svých spolupracovníků</i>. Praha: Grada, 2007. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-0882-9.</p> <p>VÁGNEROVÁ, Marie. <i>Psychologie osobnosti</i>. Praha: Karolinum, 2010, ISBN 978-80-246-1832-6.</p> <p>VEBER, Jaromír a kol. <i>Management</i>. Praha: Management Press, 2017, ISBN 978-80-7261-274-1.</p> <p>VÝROST, Jozef, Ivan SLAMĚNÍK a Eva SOLLÁROVÁ, ed. <i>Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace</i>. Praha: Grada, 2019. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5775-9.</p> <p>WAGNEROVÁ, Alena. <i>Žena za socialismu</i>. Praha: Sociologické nakladatelství, 2017, ISBN 978-80-7419-252-4.</p>

Internetové zdroje:

BÖGENHOLD, Dieter a Andrea KLINGLMAIR. Female Solo Self-Employment: Features of Gendered Entrepreneurship. *International Review of Entrepreneurship* [online]. Rakousko: Senate Hall Academic Publishing, 2015, 2015 [cit. 2020-11-19]. Dostupné z: doi: Dieter Bögenhold & Andrea Klinglmair
CARNEGIE, Andrew. *Citáty slavných osobností*. Dostupné z: <https://citaty.net/citaty/6609-john-c-maxwell-dobre-vybudovany-tym-muze-dosahnout-takoveho-uspe/> (<https://citaty.net/citaty/6609-john-c-maxwell-dobre-vybudovany-tym-muze-dosahnout-takoveho-uspe/>)

ČTK. Nejlepší podmínky pro podnikání mají ženy v USA, ukázal průzkum. Česko skončilo na 43. místě. *Hospodářské noviny: Byznis ihned* [online]. 2019 [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-66681450-nejlepsi-podminky-pro-podnikani-maji-zeny-v-usa-vyplyva-ze-studie-mastercard-cesko-skoncilo-na-43-miste>

HELAS s.r.o. *Ocenění Českých podnikatelek 12. ročník*. 2019. Dostupné z: <https://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz/winners/default/vitezky> a <https://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz/winners/detail?id=56>

HOLASOVÁ, Dita. Kdo je to realitní makléř a co všechno musí takový makléř znát a umět? *Patreal realitní kancelář: 25 let zkušeností na realitním trhu* [online]. 2019 [cit. 2021-01-22]. Dostupné z: <https://www.patreal.cz>

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY, iHNed.cz, [cit. 2019-11-26]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-66681450-nejlepsi-podminky-pro-podnikani-maji-zeny-v-usa-vyplyva-ze-studie-mastercard-cesko-skoncilo-na-43-miste>

LOVE, Inessa, Eliana CARRANZA a Chandra DHAKAL. Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different? *World Bank Group Jobs: Umbrella Multidonor Trust Fund* [online]. USA Washington D.C.: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank., 2018, , 64 [cit. 2021-01-22]. Dostupné z: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/400121542883319809/pdf/Female-Entrepreneurs-How-and-Why-are-They-Different.pdf>

Mastercard Index: U.S., New Zealand, Canada and Israel Are the Top Countries for Women Entrepreneurs: Women entrepreneurs are opening businesses at a higher rate than before, but challenges persist. *Business Wire: A berkshire hathaway company* [online]. Reykjavik, 2019, 20.11. 2019, , 1 [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://www.businesswire.com/news/home/20191120005266/en/%C2%A0Mastercard-Index-U.S.-New-Zealand-Canada-and-Israel-Are-the-Top-Countries-for-Women-Entrepreneurs>
PURKNER, Vítězslav. *Manažerské dovednosti*. Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4329-4 (e-kniha). Dostupné z: <https://publi.cz/books/114/Prukner.html>

SYROVÝ, Lukáš a Jakub VOJTĚCH. Realitní zprostředkování v roce 2020: co přináší nová regulace. *Havel Partners: Connected through success* [online]. Havel Partners, 2019. Dostupné z: https://www.havelpartners.cz/wp-content/uploads/2020/04/BUILDING-WORLD_HavelPartners.pdf

Souhlas vedoucího práce

Jméno vedoucího: doc. ThDr. Patrik Maturkanič, PhD.

Podpis: *Maturkanič* dne: *11/2-2021*
Patrik

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

Podpis: *Maturkanič* dne: *11/2-2021*
Patrik



ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

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

V Terezíně dne 5.3. 2021



.....
Podpis autora práce

PODĚKOVÁNÍ

Úvodem své bakalářské práce bych chtěla poděkovat vedoucímu práce, Doc. ThDr. Patriku Maturkaniči, PhD., za jeho přátelský a profesionální přístup, za jeho cenné rady a odborné vedení. Komunikace s ním vždy probíhala příjemně a přátelsky, společné konzultace pro mě byly velice přínosné. Další velké poděkování patří všem kolegyním podnikatelkám z realitní branže, které se staly respondentkami. Cení si jejich ochoty sdílet své zkušenosti a názory, bez kterých by tato práce postrádala smysl.

V Terezíně dne 5.3. 2021



.....
Lenka Rysová

ABSTRAKT

Práce se zabývá aspekty motivace žen k vlastnímu podnikání. Autorka se pokusila vyhledat klíčové osobnostní rysy převládající u žen pracujících jako realitní makléřky. Práce je rozdělena na dvě části. V teoretické části autorka předkládá dostupné informace o historii ženského podnikání, nejčastější motivy, pozitivní důsledky podnikání a psychické aspekty žen, které podnikají. Cílem práce je zjistit jaké silné osobnostní vlastnosti spojují ženy jako realitní makléřky. V empirické části práce proběhne analýza a komparace získaných dat prostřednictvím dotazníkového šetření.

KLÍČOVÁ SLOVA

Etika, jistota, motivace, nezávislost, psychologie, podnikání, podpora, ženy, sebedůvěra, sebepoznání, sebeřízení, seberealizace, sociální postavení

ABSTRACT

The work deals with aspects of motivation of women to their own business. The author tried to find the key personality traits prevalent in women working as a real estate agent. The work is divided into two parts. In the theoretical part, the author presents available information about the history of women's entrepreneurship, the most common motives, the positive consequences of entrepreneurship and the psychological aspects of women who do business. The aim of the work is to find out which personality traits connect women working as real estate agents. In the empirical part of the work, the analysis and comparison of the obtained data will take place. Data were obtained through a questionnaire.

KEY WORDS

Ethics, Independence, Motivation, Psychology, Security, Self-confidence, Self-knowledge, Self-management, Self-realization, Support, Social status, Women's entrepreneurship

OBSAH

ÚVOD.....	1
1 ŽENA A PODNIKÁNÍ.....	3
1.1 Historické období ženské emancipace.....	4
1.2 Vydělečná činnost žen.....	5
1.3 Podstata podnikání žen a jeho význam ve světě.....	6
1.4 Ženy podnikatelky v ČR.....	8
2 PSYCHOLOGIE PODNIKATELKY.....	12
2.1 Psychologická odlišnost mezi mužem a ženou.....	12
2.2 Motivace.....	14
2.3 Motivační aspekty a potřeby.....	15
3 NAPLNĚNÍ VLASTNÍHO POTENCIÁLU A JEHO UPLATNĚNÍ.....	20
3.1 Úspěch.....	21
3.2 Push a Pull faktory.....	23
3.2.1 Push Faktory.....	23
3.2.2 Pull faktory.....	24
4 PSYCHOLOGICKÉ RYSY REALITNÍCH MAKLÉŘEK.....	26
4.1 Osoba realitního makléře.....	26
4.2 Vlastní výzkum.....	28
4.2.1 Výzkumné cíle.....	28
4.2.1 Metody zkoumání.....	29
4.2.2 Dotazníkové šetření.....	29
4.2.3 Výzkumný vzorek.....	30
4.3 Výsledky dotazníkového šetření.....	30
5 KOMPARACE SE ZAHRANIČNÍMI STUDIEMI.....	56
5.1 Female Solo Self-Employment – Features of Gendered Entrepreneurship.....	56
5.2 Female Entrepreneurs: How and why are they different.....	57
5.3 Diskuze.....	59
ZÁVĚR.....	61
POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE.....	63
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ A PŘÍLOH.....	66
Obrázky.....	66
Seznam tabulek.....	66
Grafy.....	67
Příloha.....	67

ÚVOD

V této bakalářské práci se zabývám ženami v roli podnikatelek a psychologickými faktory, které ovlivňují jejich podnikání. Téma jsem si vybrala, protože je mi osobně blízké. Podnikání se věnuji více jak dvacet let. Tato práce navazuje na mou ročníkovou práci z druhého ročníku, která má stejné téma: „Psychologické faktory ovlivňující podnikání ženy“. Při psaní jsem využila své dlouholeté zkušenosti z vlastní praxe a vzhled do problematiky podnikání.

Dnešní doba přináší ženám možnost se svobodně rozhodnout, zda budou chtít studovat, cestovat, volit mezi mateřstvím či kariérou. Ženy stejně jako muži, mohou podnikat ve všech oborech, i když se ještě pořád setkávají s genderovými předsudky, které jim podnikání komplikují a také s prokazatelnou diskriminací. Nejběžnějšími předsudky jsou teze, že se má žena starat o rodinu a teplo domova a pokud je žena příliš emancipovaná, postrádá „ženskost“, působí tvrdě a nepřístupně.

Podnikatelky mají ve světě obchodu, kde převládá mužská konkurence, nelehkou pozici. Pokud se chce žena prosadit a fungovat jako matka, manželka a podnikatelka zároveň, musí být vybavená určitou psychickou odolností. Značně jí může podnikání usnadnit podpora blízkých a rodiny. Pozitivně na ní může působit i zkušenost s tím, když má dobrý vzor ve své podnikající matce, kamarádce, nebo úspěšné kolegyni.

Zvládání podnikání a rodinného života je o kompromisu, nastavení pravidel a schopnosti ženy najít rovnováhu mezi rodinou a kariérou. Schopné podnikatelky umějí balancovat mezi řadou věcí najednou. Pokud se jim to daří, má to posléze velmi dobrý vliv na jejich podnikání, osobní růst a zároveň i úspěch.

Cílem teoretické části bakalářské práce je předložit fakta problematiky podnikajících žen a zmapovat faktory, které hrají v podnikání žen významnou roli. Zásadním zdrojem k čerpání informací se mi stala kniha, kterou napsala Blanka Poczatková a Martina Brňovjáčková, *Podnikání a ženy*, (2015). Tato kniha se zaměřuje ženy podnikající v prostředí České republiky. Neméně důležitým zdrojem v práci byla kniha od Martina Lukeše, Ivana Nového a kol., *Psychologie podnikání*, 2005. Tato kniha je zaměřená

převážně na osobnost podnikatele a na řadu jeho psychologických a sociálně psychologických stránek.

Teoretická část pojednává o práci a postavení ženy v historii, na psychologické odlišnosti mezi mužem a ženou a na to jaké vlastnosti u jmenovaných pohlaví převládají. Práce se rovněž věnuje problematice tzv. push a pull faktorů. Zásadní kapitolou práce je kapitola o motivaci a úspěchu žen, která objasňuje, co ženy motivuje k tomu, aby byly úspěšné a vynikaly v činnostech, které byly donedávna pouze mužskou záležitostí. Poznáme, jakým způsobem ženy uplatňují svůj potenciál k dosažení úspěchu a jaké u nich figurují zásadní motivy.

V praktické části budou předložena zjištění z vlastního výzkumu. Prostřednictvím dotazníkového šetření bude zkoumáno, které faktory ovlivňují podnikání žen, konkrétně podnikatelky v oblasti realit, nejvýznamněji. V práci bude provedena komparace se dvěma zahraničními studii, které jsou zaměřeny na psychologické rysy podnikajících žen napříč mnoha aspekty.

Cílem výzkumného šetření je zjistit a odhalit, které faktory ženy nejvíce brzdí v rozvoji a prosazení se a naopak, které faktory je nejčastěji motivují k podnikání a pomáhají jim k úspěchu.

1 ŽENA A PODNIKÁNÍ

Ženy jako podnikatelky jsou s rostoucím počtem ve světě, čím dál více brány a uznávány jako rovnocenné konkurenční partnerky pro mužskou skupinu podnikatelů. Chtějí jako muži umět vydělávat peníze, být nezávislé a ve společnosti uznávané. Největší výzvou, které dnes staví muži i ženy do stejné pozice je otázka, jak zvládnout s pocitem uspokojení pracovní i rodinné povinnosti. Řada žen chce obojí: pracovat v zaměstnání nebo podnikat a mít rodinu a děti. Jde tu především o to, najít harmonii mezi pracovním a osobním životem. Ženy mají pocit, že musí pracovat usilovněji, aby byly v mužském světě stejně uznávány. Nápady žen navíc nejsou brány vážně a často bývají ignorovány.

„Povolání výdělečné zatěžuje postavení ženino, ale nemůže jí překážeti. Aby zůstala ženou, naopak získá nejen na vzrůstu své osobnosti žena, nýbrž i rodina a celá společnost, majíc ženy silné, odhodlané a sebevědomé.“ (Stránská – Absolonová, 1920, in: Bahenská, Heczková, Musilová, 2010, str. 234).

V postsovětských republikách je podíl žen, které podnikají takřka stejný jako podíl mužů. V České republice se ženy celkem stabilně podílejí na konečném součtu podnikatelů cca 27 %. Většina firem, které vlastní ženy je převážně z odvětví služeb, momentálně nejrychleji vzrůstajícím ekonomickým sektorem. Tento sektor vlastníci ženami tvoří více jak polovinu firem ve službách a okolo 20 % v maloobchodě. Další desetina se angažuje v okruhu realit, pojišťovnictví a financí.

Ženy většinou upřednostňují zakládání takových podniků, kde není potřeba vysokého vstupního kapitálu a důvěřují svým dovednostem, schopnostem a osobním kontaktům. Mnoho jich buduje malé podniky, které mohou vést z domova, tím pádem to není tak náročné pro rodinu, které se mohou věnovat a taktéž jim zbývá čas i na osobní zájmy (Lukeš, Nový, 2005, str. 76-77).

1.1 Historické období ženské emancipace

Žena jako taková byla brána už od dávné historie jako křehká bytost, o kterou je nutné se starat a ochraňovat ji. V minulosti neměla volební právo, nemohla studovat, vykonávat práci jinde než v domácnosti, a to nemluvě o možnosti prosazení se ve společnosti, jelikož toto právo náleželo převážně jen mužům. Z tohoto důvodu se začalo v 18. století utvářet hnutí, které se nazývalo feminismus. Nejdůležitějším bodem pro toto hnutí bylo nastolení rovnoprávnosti a získat možnost plnohodnotně se uplatnit ve společnosti.

Více obsáhlou debatu do společnosti přinesla doba osvícenství, kdy na našem území vládla silná panovnice Marie Terezie. V tomto období nabývaly ženy postupně podíl na věcech duchovních a dalších činnostech, ze kterých byly ženy v minulosti vylučovány. Silnější nesouhlas žen ohledně politických práv začal být proječován v 19. století ve Velké Británii a v Spojených Státech. K protestům docházelo kvůli volebnímu právu, které se na ženy nevztahovalo. Volit bylo ženám ve Velké Británii umožněno až v roce 1928 (Poczková, Brňovjaková, 2015, str. 10-11).

Dle Bahenské byla přibližně do 60. let 19. století uznávána skutečnost, že středobod ženy je domov a rodina, a tomu by mělo být podřízeno veškeré její chování a jednání. Ženy začaly na konci 19. století nově pracovat jako novinářky, telegrafistky, učitelky a výjimečně jako lékařky, což do té doby bylo obzvlášť neobvyklé. Snahu o dosažení formální rovnoprávnosti mezi pohlavími byly završeny schválením první československé ústavy 29. února 1920.

Rozkvět feministického myšlení umožnila rovněž osobnost prvního československého prezidenta Tomáše Garrigua Masaryka, který byl zastáncem ženských práv a podporoval ženské hnutí na přelomu 19. a 20. století. V průběhu první světové války byly ženy z důvodu absence mužů postaveny do zcela nové a nezvyklé situace. Bylo pouze na nich jestli zastanou funkci mužů a začnou se starat o živobytí rodiny (Bahenská, Heczková, Musilová, 2010, str.17-21).

„Žena a muž jsou si také rovni mravně. Tím čelím proti starému chytráckému vychvalování vyšší prý mravnosti ženské, jejich jemnějších a slabších citů a její ideálnosti

– to jsou fráze, aby muž všechny ty ideály a city směl důsledně šlapat, anebo aby si ve svém zhýralém vysílení směl pohodlně a lacině opatřit ošetřovatelku. Ne – žena není lepší, ovšem ani horší než muž; záleží na individuích. Žena a muž se od počátku vyvíjejí společně, působili všude a stále působí na sebe vzájemně, a proto ani není možné, aby mravní a vůbec duchovní stav jednoho nebo druhého byl nižší nebo vyšší. Nerovnost mezi mužem a ženou není nic přirozeného, není od přírody, ale vyvinula se historicky; a jak v historii dělalo se mnoho chyb a chyb často osudných, tak stala se také chyba veliká potlačením ženy.“ (Masaryk, 1905, in: Bahenská, Heczková, Musilová, 2010, str. 153).

Wagnerová tvrdí, že ačkoli si ženy do konce první světové války postupně vydobýly možnost vzdělání, povolání a podnikání, náskok mužů na hospodářském poli se jim dohnat nepovedlo. Ve srovnání s muži byly co se týče úspěšnosti stále nedostatečné. Tento status hospodářsky slabšího pohlaví je problém permanentním. Dle odhadů pouze 5 % světového majetku patří ženám. Tento výsledek značí hospodářskou převahu mužů a přispívá k tomu, že vzory mužského chování a jednání, jako je například účelovost, efektivita a racionalita, jsou více ceněná kritéria ve společenských normách než typicky ženské vzory chování, ke kterým se řadí emocionalita, sociální cit nebo iracionalita (Wagnerová, 2017, str. 224).

Ze všech výše zmíněných údajů, co uvádí Bahenská (2010) a Wagnerová (2017) vyplývá, že ženy byly od 20. století více zúčastněny v různorodých formách společnosti, ve větší míře spolupracují s muži, jak v pracovní, tak i v politické sféře. Reciproční spolupráci žen a mužů ve společnosti se snažily prezentovat mezi celou veřejnost účastnice ženských progresivních spolků. Emancipace žen je historická realita a jeho podstatou byla spolupráce mezi muži a ženami, jak v rodině, tak i ve společnosti, v pracovní i v politické sféře. Nebyla cílená primárně tak, aby ohrozila muže, ale aby se obě pohlaví navzájem respektovala a spolupracovala.

1.2 Výdělečná činnost žen

Postavení žen na současném pracovním trhu je příznivé. Ženy se neustále profesně zdokonalují ve svých oborech a pracovních činnostech. Mají chuť a touhu poznávat a pracovat na sobě, jsou o dost více sebevědomé, než byly dříve. Současná doba přispívá

k podnikání i tím, že jsou dostupné různé kurzy, workshopy, které slouží k získání nových potřebných znalostí. Nemalý podíl má i možnost sdílet zkušenosti s dalšími ženami, které podnikají. V dnešní době velmi rychle roste počet internetových portálů a fór, na kterých se ženy dělí o své zkušenosti z oboru podnikání a s tím, jak si pomoci na trhu práce. Málokterá žena dokáže úspěšně skloubit kariéru a rodinný život. K tomu, aby její podnikání fungovalo, musí být muž ochotný, obětavý a schopný dělat kompromisy na úkor vlastní kariéry. Je prokázáno, že podnikající ženy, které žijí v partnerském, či rodinném svazku bez dětí, bývají v životě více spokojené než ženy, co jsou zaměstnané a mají děti.

Jako zaměstnankyně pracují ženy obvykleji v „sociálních“ povoláních (učitelky, lékařky, zdravotní sestry atd.), případně ve správě nebo v obchodě. V dnešní době skoro každý třetí nově založený podnik zakládá i vede žena a je znatelně menší podíl zkrachovalých podnikatelek, na rozdíl od podnikatelů. Většina žen, která podniká, pracuje v odvětví služeb např. jako vedoucí hotelu, penzionu nebo kosmetička, apod. (Karsten, 2006, str. 126-135).

„Asi by nikdo z nás nespočítal, kolik různých činností zahrnuje slovo práce, řekneme-li větu „Chodí do práce“. Každá z nich, pokud přispívá společnému dobru, je záslužná a potřebná, proto nelze stavět jednu profesi nad druhou. Její hodnota závisí i na účelu, pro který je vykonávána. Práce (aktivní činnost) patří nerozlučně k člověku nejen aby měl prostředky k životu, ale i pro jeho celistvý tělesný i duševní rozvoj. Je to právě lidská bytost, která tvoří, obhospodařuje, vylepšuje, kultivuje a tím se začleňuje do cyklu pracovního procesu, jenž v dnešní době díky výměnnému obchodu probíhá na celém světě. Tento pracovní řetězec nám dává vědomí, že nejsme na světě sami pro sebe, že jeden bez druhého fakticky nemůžeme fungovat.“ (Maturkanič, 2018, str. 94).

1.3 Podstata podnikání žen a jeho význam ve světě

Spousta žen začíná s prvním podnikáním již na mateřské dovolené a to z důvodu obavy, že nezíská nové zaměstnání, protože jsou nově matkami malých dětí. Také podnikají z důvodu vylepšení rodinného rozpočtu a přivydělávají si tím, co je většinou baví. Nejpříznivější okolností, která přispěje k tomu, že žena začne podnikat je, že si z koníčků,

na kterých byly schopny na mateřské dovolené profitovat, vytvoří plnohodnotný zdroj příjmů a později i prosperující podnik. Rovněž jejich podnikání může začít tak, že je do podniku přivede jejich partner a tak se začnou podílet na různých záležitostech firmy.

Dále je tu též spousta žen, které chtějí něco dokázat a stát se samostatnými a nezávislými. Ženy, které podnikají, mají silnější sebedůvěru v samu sebe, a lépe vnímají podnikání jako takové než ženy, které podnikat nechtějí.

V USA existuje celkem 6,2 mil. soukromých firem, které vlastní ženy. V Mexiku, Kanadě a Austrálii se podílejí ženy na počtu vlastníků firem z více než jedné třetiny. V západní Evropě vlastní ženy mezi 23 % až 30 % všech samostatných podniků. V postsovětských republikách je na celkovém množství podnikatelů stejné množství žen i mužů (Lukeš, Nový, 2005, str. 76).

Hospodářské noviny uvedly, že dle studie Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2019 vyplývá, že nejlepší podmínky pro podnikání mají ženy ve Spojených státech amerických, následují země Nový Zéland a Kanada. Česko skončilo na 43. místě. V této studii se porovnávalo 58 zemí, ve kterých žije 80 % výdělečně činných žen na světě. USA se v čele žebříčku umístily poprvé. Nejvíce žen mezi podnikateli je v Ugandě, v Ghaně a v Botswaně.

Pořadí	Země	Hodnoty
1.	Spojené státy americké	70,3
2.	Nový Zéland	70,2
3.	Kanada	69
4.	Izrael	68,4
5.	Irsko	67,7
6.	Tchaj-wan	66,2
7.	Švýcarsko	65,8
8.	Singapur	65,6
9.	Velká Británie	65,6
10.	Polsko	65,1
29.	Německo	60,9
33.	Rusko	59,5
39.	Rumunsko	58,3
43.	Česká republika	56

Obrázek číslo 1. Studie progrese výsledků podnikatelek, Zdroj: (ČTK, 2019)

"Firmy ve vlastnictví a pod vedením žen jsou významným katalyzátorem hospodářského růstu a přínosem pro všechny. Naše studie upozorňuje na ty ženy, jimž se dostatečného prostoru nedostává a které jsou kvůli přetrvávající nerovnosti mezi pohlavími a vyloučení stále v nevýhodě." Uvedla místopředsedkyně představenstva Mastercardu, Ann Cairnssová (ČTK, 2019).

Přehled v Hospodářských novinách ukazuje, že možnosti k podnikání nemusí záviset na bohatství a vyspělosti trhu. Země jako Ghana, Uganda a Botswana, ve kterých jsou podmínky podporující podnikání ve znatelně slabší míře, než jaké jsou v jiných rozvinutějších zemích, zvládly obsadit první tři místa v žebříčku, podle podílu žen mezi majiteli podniků. V tomto případě dominuje názor, že důvodem je hlavně nezbytnost začít podnikat kvůli zajištění živobytí. Studie pozoruje progresi a výsledky podnikatelek a majitelek firem v pokroku v pozici žen, v přístupu ke znalostem, finančním prostředkům a faktorům podporující podnikání.

Pořadí	Země	Hodnoty
1.	Uganda	38,2 %
2.	Ghana	37,9 %
3.	Botswana	36,0 %
4.	Spojené státy americké	35,1 %
5.	Nový Zéland	31,8 %
6.	Rusko	31,2 %
7.	Malawi	31,1 %
8.	Austrálie	30,9 %
9.	Angola	30,3 %
10.	Portugalsko	30,2 %

Obrázek číslo 2. Studie progrese výsledků podnikatelek

Zdroj: (Mastercard Index: U.S., 2019)

1.4 Ženy podnikatelky v ČR

Po převratu roku 1989 přišla obrovská vlna obchodní euforie a v ČR se objevila spousta podnikatelů. Byli to převážně muži, kteří se vrhali do podnikání, jejich manželky a partnerky jim tuto možnost umožnily svou zdrženlivostí. Až koncem devadesátých let si ženy uvědomily, že mají možnost rovněž začít podnikat a realizovat se. Silný vliv měl

příklad Západu. Bohužel pozdější nástup podnikání české ženy těžko doháněly, vlivem zkušenější konkurence ve světě, kde ženy měly příležitost prosadit se o značnou dobu dříve.

V České republice představuje celkového počtu podnikatelů kolem 30 % žen. Velké procento z nich (87 %) podniká v malých firmičkách, kde počet zaměstnanců nepřesáhne 9 pracovních míst. Mnohem menší počet žen (0,5 %) vede firmy s více jak 250 zaměstnanci. 47 % žen se na majitelky firem vypracovaly z běžných pracovních míst a 26 % žen začalo podnikat z nezbytnosti, buď kvůli mateřské dovolené, nebo z důvodu finančních problémů. Celkem 11 % žen zase muselo začít podnikat kvůli převzetí podniku po jeho majiteli. Celkem 8 % žen podniká, protože se seberealizují, a dalších 8 % žen přebralo rodinnou firmu (Poczková, Brňovjácová, 2015, str. 98).

V České republice podniká téměř 290 tisíc žen, z toho 41 % je mezi 45-59 rokem. Zajímavé je, že více než 11 % žen podniká ve věku nad 60 let. Naopak nejméně podnikajících žen se nachází ve věkové skupině velmi mladých žen. Mladé ženy se pravděpodobně obávají sladění práce s rodinným životem a výchovou dětí. Důvod může být i ten, že nemají na podnikání finanční kapitál, a tím že jsou mladé, mají i horší možnost získání půjčky. Často rovněž nedisponují dostatkem zkušeností. Proto podnikatelky tvoří pouze 33 % z celkového počtu podnikatelů. Největší expanzi zažily ženy podnikatelky v roce 2011 (Slavíčková, 2016, str. 134).

V posledních letech se v České republice snaží různé asociace, komory a sdružení pomáhat ženám v začátcích podnikání. Vznikají i projekty podporované z Evropských zdrojů. V roce 1990 vznikla v Praze první asociace podnikatelek a manažerek, která podporuje podnikající ženy, vytváří konzultační a vzdělávací programy a usiluje o rozvoj takto samostatných žen. Těmito projekty spousta začínajících žen v podnikání získá od jiných zkušených, podnikajících žen cenné informace a hlavně motivaci, která jim je značným přínosem v začátcích jejich podnikatelských aktivit (Poczková, Brňovjácová, 2015, str. 70).

V Česku mezi novými podnikateli stále převažují ženy. Nejvíce úspěšné české podnikatelky byly už podvanácté vyhodnoceny v rámci Ocenění českých podnikatelek. Z 81 finalistek vybírala porota ty nejlepší. Naprostá většina finalistek pracuje v oblasti

obchodu a služeb, kde působí hned 67 % z nich. Výrobě se věnuje 16 %, 10 % podniká ve stavebnictví, 5 % ve vzdělávání a 6 % v dopravě či logistice. Vítězky zmíněného 12. ročníku projektu se u malých firem umístily takto:

- 1. místo:** RUTEX CZ, s.r.o. - Kamila Brzezinová
- 2. místo:** Grant Consulting, a.s. - Kateřina Procházková
- 3. místo:** ZDRAVÍČKO – zdravá výživa s.r.o. - Hana Lacinová

(zdroj: <https://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz/winners/default/vitezky>)

Pro ilustraci uvedu příběh Kamily Březinové, která vyhrála první místo v Ocenění Českých podnikatelek:

Kamila Březinová založila společnost RUTEX CZ, s.r.o. Navrhuje a dodává profesní uniformy značky CAMIA a školní uniformy značky CAMIA YOUNG. Založila rovněž vlastní značku TERMOVEL. Její krédo je, že musí dělat to, co ji baví. Březinová nepochází z rodiny, která by ji poskytla potřebný kapitál k rozjezdu podnikání. To jí motivovalo k tomu, aby studovala, pracovala a na kapitál si vydělala a mohla si tak splnit svůj sen. Po střední škole pracovala ve slovenském RUTEXu a současně zvládala studium na vysoké škole. To, že kus svého života pracovala v textilní výrobě, všímala si odívání jiných lidí a také toho, jak různé společnosti šatí své zaměstnance, aby je reprezentovali. Vnímala, jak moc je opomíjen a zanedbáván komunikační prvek. Celá její společnost se vyvíjela a šla kupředu. Začala pracovat na kolekci uniforem CAMIA a aplikovat proces oblékání pro společnosti jako celistvý projekt. Jejich činnost se rozšířila o výrobu školních uniforem CAMIA YOUNG. Zabývají se se návrhem celé kolekce, neřeší jen dílčí plnění, řeší komplexní službu. Toto je příběh ženy, která se sama vypracovala k prvnímu místu v podnikání malých firem v ČR (Ocenění českých podnikatelek, 2019).

Pavel Finger, místopředseda představenstva společnosti CRIF – Czech Credit Bureau, a.s. uvedl, že: *„Ukázalo se také, že se ženy nebojí podnikání ani ve vyšším věku, přičemž polovinu společností ve výlučném vlastnictví žen tvoří ty, které vlastní ženy ve věku 50+. Lze tedy jen ocenit a vážit si toho, že české podnikatelky jsou samostatné a odpovědné. Tyto pozitivní trendy jsou příslibem do budoucna, protože právě uvedené manažerské vlastnosti jsou důležité pro dlouhodobě úspěšné působení na trzích, na kterých se často*

mění nákupní chování. Což je trend, se kterým je nezbytné do budoucna počítat.“
(Ocenění českých podnikatelek, 2019)

2 PSYCHOLOGIE PODNIKATELKY

K důležitým psychologickým faktorům, které je zajímavé sledovat u podnikajících žen, patří druh a síla motivace, hodnoty, míra schopnosti se učit novým věcem, inteligence, osobnostní charakteristiky a postoje. Pro podnikající ženy je nutná vyšší míra sebedůvěry. Žena potřebuje být asertivní, protože je to strategie jak bojovat s narážkami a nedůvěrou ze strany společnosti. Důvěra v sebe sama je hnacím motorem k dosažení cíle. Také nepostradatelný „tah na branku“ je v branži podnikatelek rozhodující schopností.

Aby žena byla úspěšná a přijata mužskými kolegy, neustále zastává dvě role. Musí si doplňovat technické vzdělání, neustále se posouvat, trávit v práci spoustu času a zároveň musí být obezřetná, protože si potřebuje zachovat image ženy, aby nebyla nařčena z příliš mužského přístupu a jednání. Snaží se v jednání působit jemně, decentně a nevtíravě. Narozdíl od mužů pro ni úspěch a práce představují daleko více faktického i „sociálního“ úsilí (Křížková, 2004 str. 35-36).

V následující podkapitole se budeme věnovat psychologickým rozdílům mezi muži a ženami.

2.1 Psychologická odlišnost mezi mužem a ženou

Mezi mužem a ženou jsou prokazatelné genetické rozdíly. Tyto rozdíly popsal již C. G. Jung ve své hypotéze existence archetypálních rozdílů (animus a anima). Dlouhodobě je naše genetické vybavení ovlivněno tisíciletou historií. Ženy a muži mají obecně různé silné a slabé stránky a dispozice, které jsou dané. Ženy jsou orientované jinak než muži. Je objektivně prokázáno, že se od sebe liší ve více oblastech. Je to oblast fyziologická, neurologická, biochemická a v neposlední řadě i antropologická, tudíž to má i v nemalé míře vliv na jejich historicky dané postavení ve společnosti.

Muži a ženy vykazují u některých kognitivních funkcí různé schopnosti bez důrazu na inteligenci. Mužský a ženský mozek se od sebe liší jiným uspořádáním, stavbou a velikostí. Ženy jsou na tom lépe s propojením pravé a levé hemisféry, tím jsou lépe

vybaveny pro komunikaci. Komunikace je pro ženy způsob, jak udržovat a vytvářet vztahy. Pracují na konverzaci, jsou vnímavější a jejich diskuze je osobní. Muži mají zase více lokalizovány některé činnosti nebo vjemy do pravé či levé mozkové hemisféry a tím vynikají pochopením a tvorbou abstraktních systémů, (např. politika, počítačový systém, hudba). V případě mužů je diskuze orientována na řešení problémů a zachování dominance. Muži jsou méně vnímaví, diskuze je abstraktní a není jako u žen osobní (Dytrt, 2014, str. 128-131).

„Lze říci, že ženy vstupují do podnikání z důvodu nutnosti, zatímco u mužů převažuje motiv příležitosti.“ (Poczková, Brňovjácová, 2015, str. 78).

Nejpodstatnějším měřítkem úspěchu v práci je pro muže mezi 18-35 lety vysoký příjem. V průběhu let bylo toto kritérium označováno za vysokou prioritu pro stále více mužů této věkové kategorie. Pro ženy však ztrácelo toto kritérium na významu. Pro ženy je zásadním kritériem smysluplnost práce. Čím více se věková kategorie zvyšovala, tím méně důležitý byl pro obě pohlaví příjem a procento mužů a žen bylo vyrovnanější. To samé se stalo i se smysluplností, s věkem začal stoupat význam smysluplnosti práce (Slavíčková, 2016, str. 143).

S ohledem na odlišnost žen a mužů, která je daná biologicky, můžeme uvést, že preference mužů je využívat svůj mozek v oblasti produkce nových plánů, inovací, sklony k prosazení se a talentem bojovat.

Naopak ženy mají své silné stránky ve vyvinuté intuici, „cítění“, talentem propojovat, uměním komunikace. Jsou lépe vybaveny pro řešení momentálních krizových stavů. Muži to mají opačně, umí více řešit rozhodnutí, která ovlivňují život z dlouhodobého hlediska. Muži zastávají více vedoucích pozic, profesní ambice jsou u nich přirozeně vítané a očekávané. U žen, pokud jsou ambiciózní, se často tato vlastnost považuje negativní. Pokud se o ženě řekne, že je ambiciózní, není to vždy kompliment. Rázné a agresivní ženy, nedodržují pravidla o akceptovatelných pravidel sociálního chování. Muži jsou stále žádány pro jejich ambicióznost a vliv, mezitím ženy pro stejné vlastnosti jsou v nevýhodě a nejsou společensky tolik uznávané (Sandbergová, 2013, str. 26).

Z toho hlediska nám vyplývá, že ženy jsou zaměřeny jinak než muži. Ženy upřednostňují práci s lidmi, pracují na udržení dialogu, jsou empatické, osobní a podporují rovnoprávné postavení, ať v konverzaci, tak i v jednání. Muži se více soustředí v konverzaci na řešení problémů, samozřejmě se zachováním své dominance. Nejsou tolik vnímaví jako ženy a také ne tak osobní.

Z historie je známo, že matriarchální uspořádání často předcházelo patriarchálnímu, které bylo založeno na opačných principech. Dodnes se s matriarchálním uspořádáním můžeme setkat v různých oblastech světa, například ve střední Africe, jižním Pacifiku, i u některých severoamerických kmenů. Znamý Český psycholog Milan Nekonečný (1967, 1993) odkazuje na poznatky světoznámé kulturní antropoložky Margaret Mead, která na základě svých osobních zkušeností, popisuje domorodý kmen Tschambuli z oblasti nové Guineje. V tomto kmeni mají muži a ženy obrácené role. Ženy rybaří, pracují na poli, vedou obchody řeší významné osobní i kmenové záležitosti. Muži se zajímají o různá umění, například vyřezávají do dřeva, malují, tančí a jsou ekonomicky naprosto závislí na ženách. Vůči ženám vystupují nejistě a rozpačitě (Křížková, 2004, str.13). To pravděpodobně dokazuje, že je vyšší postavení muže v západních civilizacích spíše sociálním konstruktem.

2.2 Motivace

Motivace je psychický proces, dávající lidskému chování účel a směr. Je to vnitřní hnací síla, podnět, který každého člověka vede k uspokojení nenaplněných přání. Motivace rovněž determinuje zaměření, intenzitu a trvání určitého chování (Nekonečný, 2015, str. 394). Motivace nám umožňuje dosáhnout osobních i profesních cílů. Motivaci však člověk potřebuje i k úkonům běžného každodenního života.

Vnitřním zdrojem motivace je motiv (pohnutka), určuje směr a intenzitu chování. Je působící silou ale může být i dispozicí ke vzniku motivace a jejímu uplatnění. Motiv může působit v motivační dynamice či být součástí motivační struktury osobnosti jedince. Struktura motivačních dispozic je člověku částečně vrozená (biologické primární potřeby) a částečně získaná zkušenostmi (sociální potřeby, zájmy, hodnoty) (Výrost, Slaměnik, 2008, str. 147).

Nakonečný dle Vrooma (1964) dělí motivaci na:

1. **Intrinsická motivace** – čili endogenní (vnitřní), která je obvykle nevědomá. Tvoří ji zejména oblíbené činnosti, jejichž uskutečňování je pro jedince zároveň i odměnou. Typickým příkladem takové motivace je hra nebo sport. Tento typ motivace se u podnikatelek vyskytuje v případě, kdy se žena při podnikání realizuje prostřednictvím činností, které jí jsou vlastní. Pokud jí např. dělá radost komunikace s lidmi, ráda se jimi obklopuje a vyjednává s nimi, může hrát v tomto případě důležitou roli právě endogenní motivace.
2. **Extrinsická motivace** – je motivací exogenní (vnější), je tedy vyvolávána v rámci vnějšího prostředí. Je čistě vědomá a vede k záměrnému cíli, tedy odměně, případně ale i trestu. Podnikající žena je v tomto případě k podnikání motivována např. výdělkem, případně vidinou nedostatku financí (Nakonečný, 2015, str. 410).

2.3 Motivační aspekty a potřeby

Ženy, které začínají podnikat si uvědomují, že chtějí být nezávislé, chtějí se seberealizovat a pevně věří ve své schopnosti. Takové ženy vynikají svou vitalitou a životní energií. Podnikání pro ně znamená pocit svobody a možnost realizace svých snů a plánů. Žena jako podnikatelka je většinou sebevědomá, kreativní, společenská, cílevědomá, časově flexibilní a samostatná. Úspěšná podnikatelka musí věřit ve své vlastní schopnosti. V této souvislosti můžeme zmínit pojem A. Bandury tzv. vnímané sebeuplatnění. Bandura jej definoval jako: „*víru lidí ve vlastní schopnosti organizovat a provádět aktivity, které jsou potřebné k dosažení daných výsledků*“ (Výrost, Slaměník, 2008, str. 157). Pojem představuje generativní schopnost, ve které jsou dílčí kognitivní, sociální, emocionální a behaviorální dovednosti organizovány a efektivně řízeny, aby sloužily konkrétním účelům. Jedinci nestačí disponovat dovednostmi, je nutné být schopen je i efektivně integrovat do procesů a vykonávat je dobře i v obtížných podmínkách (např. při vyšší stresové zátěži) (Výrost, Slaměník, 2008, str. 157).

Jedinci, kteří jsou úzkostní a nejistí, jsou omezováni riziky, které souvisejí s tendencemi vyhnout se předpokládaným neúspěchům a selhání. Preventivně eliminují možnosti

zklamání tím, že neočekávají optimistické uspokojování svých potřeb. Naopak lidé, kteří jsou pozitivní, emočně naladěni, cílevědomí, si stanovují vyšší cíle, věří si a příliš nepřemýšlí o neúspěchu. Osobnostní i motivační vlastnosti splňují různé funkce: motivační vlastnosti představují to, kam člověk směřuje a na osobnostních vlastnostech závisí spíše to, jaké bude jedinec upřednostňovat prostředky a cíle (Vágnerová, 2010, str. 289).

V ideálním případě by měl začínající podnikatel disponovat následujícími aspekty:

- realistická očekávání;
- psychicky stabilní osobnost;
- schopnost vyrovnat se a vypořádat se s překážkami;
- ochota učit se novým věcem;
- dostatečná sebedůvěra;
- časová flexibilita;
- bezproblémová komunikace s lidmi.

Rizikové vlastnosti jsou:

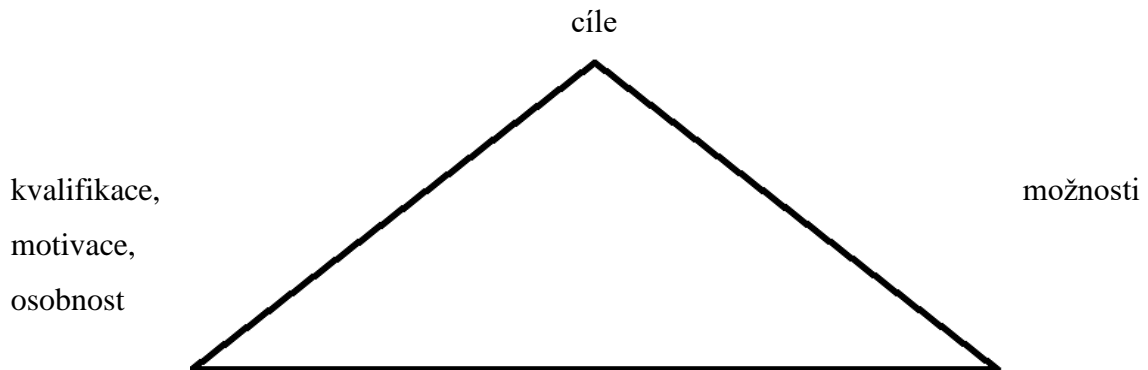
- nedostatečná zodpovědnost;
- potřeba jistoty;
- nerozhodnost;
- nedostatečná sebedůvěra.

Výzkum, který byl proveden Sociologickým ústavem Akademie věd, zjistil, že mezi nejčastějšími motivy žen ke vstupu do podnikání jsou především následující aspekty:

- touha po nezávislosti, seberealizaci a víra ve vlastní schopnosti;
- rovnováha mezi pracovním a rodinným životem;
- manžel podniká a jeho manželka začne podnikat s ním, aby mu pomohla;
- neplánovaná příležitost (Poczatková, Brňovjáčková, 2015, str. 80-81).

Pozitivní sebehodnocení je podstatné pro podnikatelský úspěch. Sebehodnocení určuje osobnostní předpoklady, kompetence a jeho motivační zaměření. Specifikuje vnímané

profesní schopnosti a cíle, čímž je nápomocné k jejich vymezení. Současně nám pomáhá se sebezaražením a zjištěním pozice při plánování kariéry. K úspěšnému nalezení těchto aspektů, které spolu neodmyslitelně souvisí, je potřeba vlastního úsudku i naslouchání svému okolí s jejich zpětnou vazbou.



Obrázek č. 3. Sebehodnocení (Zdroj: Malinová, 2011, str. 23)

„Když se jedny dveře zavřou, jiné se zase otevřou; ale my se často díváme tak dlouho a tak lítostivě na zavřené dveře, že nevidíme ty, které se pro nás otevírají“ (Alexander Graham Bell, in: Lukeš, Nový, 2005, str. 93).

Ženám se v podnikání daří a cítí se v něm čím dál jistější. Začíná je přitahovat i podnikání v oborech, které byly v minulosti výhradně mužskou záležitostí. Už nechtějí být zaškatulkovány pouze v profesích, které byly spojovány výhradně s jejich pohlavím (kosmetické a kadeřnické salóny, prodej kosmetiky apod.), ale snaží se na sobě pracovat a získávat vědomosti, aby se pořád zdokonalovaly i v oborech, které jim donedávna nebyly blízké (Poczatková, Brňovjáčková, 2015).

Neoddělitelná součást každého rozvoje je vlastní **sebevzdělávání**, tzn. najít si čas na doplňování svých znalostí, návyků, vzdělání apod. Dalším důležitým aspektem je sebekontrola a sebehodnocení, což je instrument možných náprav tím, že si uvědomíme chyby a snažíme se jim poté vyvarovat. Doporučuje se zaznamenávat důležitá rozhodnutí a poté je za několik měsíců vyhodnotit, jak se nám je podařilo splnit. To nám umožní vidět takto nastavená zpětná vazba (Veber, 2009, str. 52).

Nemálo důležitý faktor pro začínající podnikatelky je podpora a pomoc rodiny, která jim umožní možnost realizaci. Jakmile se podnikání zaběhne, mohou si ženy čas organizovat podle svého, což vnímají jako zásadní přínos.

Úspěch je subjektivní záležitost. Pro každého představuje úspěch něco jiného. Představy o úspěchu vychází určitým způsobem z individuálních potřeb jedince, které jsou již naplněny, případně z potřeb, které by člověk naplnit chtěl. Potřeby hrají zásadní roli v konceptu motivace. Potřeby mohou být prožívány aktuálně, kdy se jedná o snahy, a jako touhy zaměřené spíše do budoucna. Biogenní potřeby vycházejí z fyziologických změn v organismu. Sociogenní potřeby vycházejí z ustálených tendencí a změn sociálního bytí jedince (potřeba kontaktu s druhými). Psychické potřeby patří společně se zájmy a ideály k základním motivačním činitelům (Nakonečný, 2015, str. 404).

Potřeby uspořádal od základních (biologických) až po nejvyšší (potřeba sebeaktualizace) psycholog Abraham H. Maslow v roce 1943. Vyšší potřeby vystupují u člověka na povrch až když jsou nižší potřeby naplněny. Maslowovu pyramidu potřeb znázorňuje následující obrázek



Obrázek č. 4. Maslowova pyramida potřeb (Zdroj: Nakonečný, 2015)

Podstatné je i Maslowovo rozlišení deficitních potřeb a potřeb růstu, se kterým souvisí i diferenciací dvojího druhu uspokojování potřeb: Všechny znázorněné potřeby na obrázku výše, jsou kromě potřeby seberealizace reakcí na stavy nedostatku a jsou uspokojovány přeměnou těchto stavů (např. pocit strachu je redukován pocitem bezpečí

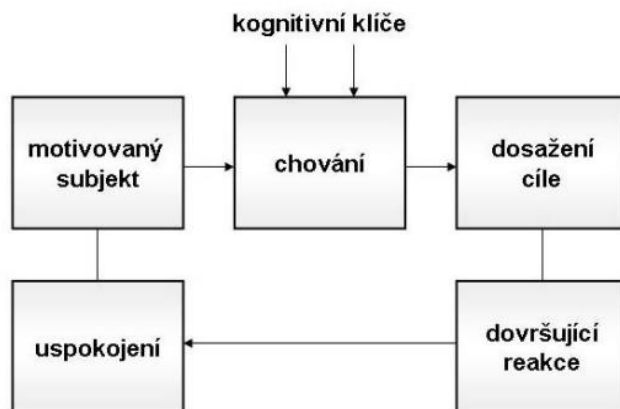
atd.). Kdežto potřeby seberealizace obsahující i potřeby estetické a kognitivní, jsou neuspokojitelné a získání jejich konečných objektů výchozí situaci naopak vyvolává (Nakonečný, 2014, str. 166).

3 NAPLNĚNÍ VLASTNÍHO POTENCIÁLU A JEHO UPLATNĚNÍ

Většina začínajících podnikatelek zapomíná na velmi zásadní věc, kterou je potřeba znát, než se do samotného podnikání pustí. Jedná se o kritické zhodnocení svých osobních i duševních předpokladů pro tuto činnost. Není žádný universální návod, na jehož základě bychom mohli určit, zda budeme nebo nebudeme v podnikání úspěšní. Toto si musí každý sám za sebe pečlivě zvážit.

Potřeba seberealizace, seberozvoje a naplnění svého vlastního potenciálu je velice důležitá. Tuto potřebu považovala řada uznávaných psychologů, jako je C.G. Jung, A. Maslow, i C. Rogers a ne jenom ti. Tyto potřeby jsou pro člověka stěžejní k jejich motivaci. To, aby došlo k naplnění, je závislé na dalších okolnostech. Oslabujícími aspekty seberozvoje je strach, úzkost, obava ze ztráty jistoty, při které člověk není schopen vystoupit ze zaběhlého života a začít dělat něco nového. Snaha k seberealizaci je intenzivnější u lidí, kteří mají nějaké pravomoci a současně mají potřebu je nějakým způsobem využít. To je okolnost, kterou většina lidí nemá, a proto u nich potřeba seberozvoje chybí (Vágnerová, 2010, str. 287).

M. Nekonečný uvádí, že kognitivní analýza situace stanovuje instrumentální vzorec chování člověka a jeho taktiku. Tím se stává chování nástrojem, které nám umožní dosáhnout vytyčený cíl. Tato analýza také určuje „subjektivní pravděpodobnost“, tzn. odhad výhledu na realizaci svých cílů. K tomu, aby bylo možné pochopit stimulaci a jak ovlivní člověka nám poslouží následující obrázek. Vnější stimuly jsou popsány jako „kognitivní klíče“. Kognitivní procesy ve vztahu k motivaci na člověka se zaměřují na výběr nástrojů chování a na očekávání dosažení cílů.

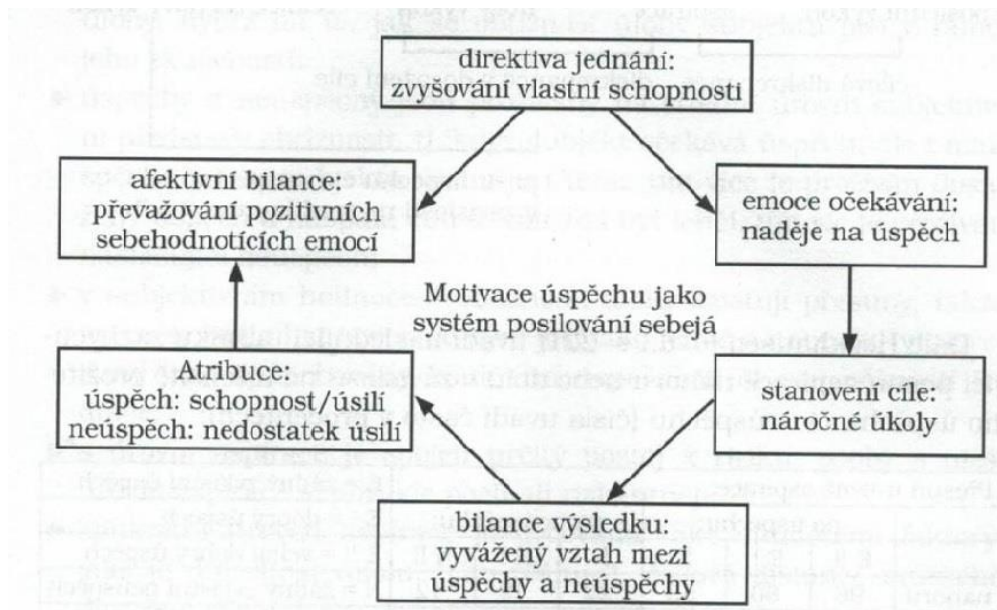


Obrázek č.5 - Schéma „kognitivních klíčů“ (Zdroj: Nakonečný, 2014, str.47)

3.1 Úspěch

Úspěch představuje pro každého jedince něco odlišného. Pro někoho je úspěch získání uznání svého okolí, pro jiného zase to, když má v bance určité množství prostředků, další si může pod pojmem úspěch představit spokojenou rodinu. Naprostá většina lidí chce být kladně hodnocena okolím.

Nakonečný uvádí, že lidé, kteří jsou motivováni touhou po úspěchu chtějí být pozitivně hodnoceni, protože úspěch přináší egocentrický prožitek hrdosti. Úspěch je faktorem upevnění sebevědomí. J.C. Brunstein a H. Heckhausen přinášejí níže uvedený plán vztahů mezi systémem posilování sebejá a motivací úspěchu:



Obrázek č.6 – Motivace úspěchu (Zdroj: Nakonečný, 2014. str. 501)

S potřebou výkonu jde ruku v ruce potřeba úspěchu, pro kterou je zásadní, že kvalitní výkon je oceněn a tím přinese konkrétnímu člověku další uspokojení a umožní mu možnost zažít si své sociální ohodnocení. Výkon má osobně vyšší cenu, když je posuzován jako dobrý, v posouzení s výsledky ostatních lidí. Je to potřeba srovnávat se, která nás utvrzuje o vlastní schopnosti, s uvědoměním zdařilého zvládnutí různorodých nároků (Nakonečný, 2014, str. 501).

„Umět si stanovit cíl, priority a prostředky vedoucí k jejich dosažení, rozumět svým motivům, jednat v souladu s nimi a s celkovou situací, být dostatečně vytrvalý a nenechat se odradit. Tolik stačí k tomu, aby člověk v životě dosáhnul úspěchu. Bude-li v pravý čas na pravém místě, a to nebude, protože i „náhoda přeje připraveným“ ...“ (Tureckiová, 2007, str. 43).

J. Skalická píše, několik poučení, které by mělo být samozřejmostí pro každého, kdo chce začít podnikat. Tvrdí, že máme hledat příležitosti, připravit se na to, že to nebude vždy jednoduché, musíme si jít za svým cílem. Nezbytné je sbírání zkušeností (dobrých i špatných), učit se ze zkušeností a chyb ostatních. Seznamovat se s novými lidmi, obklopotvat se profesionály, nebo najímat lidi, od kterých se můžeme učit. K ostatním se

chovat slušně, umět si přiznat svou neznalost, zachovávat si svůj úsudek a zdravý rozum (J. Skalická, E. Vašková Čejková, 2012, str. 14).

Nikdo nám nezaručí, že budeme úspěšní. Každá chyba, kterou člověk udělá ho posouvá dál, může si z ní vzít cenné ponaučení a tak se dostává stále blíže ke svému cíli. Úspěch znamená překonat spoustu výzev a překážek, ale hlavně překonat sama sebe. Svůj strach, pohodlnost, negativní myšlení a své pochyby.

3.2 Push a Pull faktory

Motivy jsou psychologickou příčinou motivovaného chování u člověka. Jsou to vnitřní pohnutky, které jsou ovlivněny lidskými potřebami (Nakonečný, 2015, str. 394). Jediněc potřebuje k podnikání zejména vůli něco dokázat. Jedině s ní dokáže adekvátně využít své vědomosti, dovednosti, zkušenosti a případně i zdroje. V souvislosti s motivací k podnikání se v odborné literatuře zmiňují tzv. push (tlakové) a pull (tahové) faktory.

3.2.1 Push Faktory

Push faktory zahrnují motivy, které podnikatele do podnikání „tlačí“ prostřednictvím střetu s nějakou negativní událostí. Ta může negativně působit na vědomé ale i nevědomé úrovni. V situaci, kdy na jedince push faktory působí, nastává určitý rozpor, kdy si člověk jasně uvědomuje, že jsou okolnosti této situace nepříjemné a nijak se neshodují s ideální představou této situace. Nejčastěji se jedná o nepříznivé vyhlídky v souvislosti se zaměstnáním, frustrace, omezená flexibilita či nedostatečné naplnění ve spojitosti se stávajícím zaměstnáním. Faktory tlaku, nazývané v angličtině necessity driven motives, mohou rovněž představovat ekonomickou nutnost. Jediněc na nějž působí push faktory, se rozhodne podnikat z důvodu nedostatečné nabídky pracovních míst, nebo se nachází ve stavu, kdy disponuje nedostatkem financí a jiných zdrojů k pokrytí nákladů na své životní potřeby. Podnikatelé do podnikání vtlačeni nevykazují dostatečnou míru pohody (well-being). Jsou ve stresu, který jim působí pocity nejistoty (Love, Carranza, Dhakal, 2018, str. 8). Jedná se tedy o negativní faktory.

Negativní faktory, které nejčastěji motivují začít s vlastním podnikáním ženy, mohou být: nedostatečný příjem rodiny, nespokojenost se současnou prací, pocit neocenění, nebo chybějící časová flexibilita, kterou žena postrádá vzhledem k rodinnému životu.

Negativním faktorem může být rovněž obdržení výpovědi ze zaměstnání, která donutí ženu přemýšlet, jak jinak se uplatnit. V podnikání je daleko vyšší zodpovědnost, co se týče rizik uchycení na trhu, zajištění pravidelného finančního příjmu pro rodinu a rozvoj firmy. Dalším celkem častým negativním faktorem bývá strach a obavy z možného neúspěchu.

I když množství podnikatelek a jejich firem roste, setkávají se často se spoustou komplikací, kterým musí čelit. Největší problém pro ně představují genderové role, které ženy velice omezují jak v pracovním, tak i v soukromém životě. Podnikání je doposud pokládáno za odvětví, ve kterém převládají muži, a proto je pro spoustu žen problematické ustát toto konvenční pojetí. Ženy se tak musí potýkat s legislativou, s problematickým přístupem k financování, společenskými obtížemi a v některých zemích i s omezenou možností vzdělání a nabývání pracovní praxe. Diskriminací si ženy procházejí i během styku s bankami, úřady, obchodními partnery a zaměstnanci (Poczatková, Brňovjáčková, 2015, str. 78).

V neposlední řadě bývá negativním faktorem špatná propracovanost podnikatelského plánu, která způsobuje další zásadní problémy s fungujícím podnikáním. Ať už se jedná o problém ve špatném zvolení limitovaných nákladů k rozjezdu firmy, či o chybné časové rozvržení, nedostatečnou analýzu trhu a marketingovou analýzu. Je nutné, aby si ženy stejně jako muži, podrobně plánovaly své podnikatelské cíle a zajistili si tak vyšší pravděpodobnost úspěchu. V případě podcenění podnikatelského plánování dochází často ke krachu, což se intenzivně promítá i do soukromého života.

3.2.2 Pull faktory

Pull faktory (tažné) naopak jedince k podnikání přivádějí z nějaké pozitivní příčiny či příležitosti. Z tohoto důvodu nesou v angličtině pojmenování *opportunity driven motives*. Pochopitelně mají vyšší motivační sílu než faktory push (tlakové). Je dokázáno, že uskutečněné podnikatelské záměry pod vlivem pull faktorů jsou úspěšnější a trvalejší, než záměry uskutečněné vlivem push faktorů. Typickým důvodem rozjezdu podnikání pod vlivem tažných faktorů, je využití příležitosti k uskutečnění kreativního nápadu, rovněž ale vidina nezávislosti, vyššího zisku, změna životního stylu, rovnováha mezi pracovním

a osobním životem a časová flexibilita (Love, Carranza, Dhakal, 2018, str. 8). Jedná se tedy o pozitivní faktory.

Pozitivní faktory, které nejčastěji ovlivňují ke vstupu do podnikání ženy, jsou právě nezávislost, možnost seberealizace, touha po finanční nezávislosti a vyšších ziscích, nebo touha po lepším společenském postavení a v neposlední řadě touha po ocenění od sebe samotné.

4 PSYCHOLOGICKÉ RYSY REALITNÍCH MAKLÉŘEK

Čtvrtou kapitolou této bakalářské práce začíná praktický oddíl. V praktické části se zabývám výzkumem klíčových osobnostních rysů žen, které podnikají v realitách a faktory, které je k podnikání nejvíce motivují. Tuto cílovou otázku jsem si vybrala protože se sama zabývá podnikáním v realitách již 13 let a ráda bych své zkušenosti z praxe obohatila o nový rozměr a získala tak hlubší náhled do problematiky. Cílová otázka v práci tedy je: Jaké jsou klíčové osobnostní rysy žen podnikajících v realitách? Co v realitní makléřce probouzí největší motivaci k podnikání?

Úvod praktické části bude věnován charakteristice samotné makléřské profese. Druhá část praktické části bude věnována samotnému výzkumu, tedy jeho charakteristice a dále analýze výzkumného šetření. Poslední část praktické práce bude věnována komparaci výsledků šetření se zahraniční studií. Zakončení praktické části obsahuje diskuzi výsledků a závěr.

4.1 Osoba realitního makléře

Realitní makléř zprostředkovává prodeje a pronájmy nemovitostí. Je osobou, která by měla disponovat řadou vědomostí a odborných znalostí, které se týkají tohoto obchodního odvětví. Orientuje se zpravidla v právu a to v právu stavebním, občanském a stejně tak v právních normách, které souvisejí zejména s katastrem nemovitostí. Realitní makléř by měl dále rozumět územnímu plánování, daním a účetním předpisům a v neposlední řadě také alespoň okrajově bankovníctví a hypotékám.

V březnu roku 2020 nabyl účinnosti nový, několik let připravovaný zákon o realitním zprostředkování. Do té doby žádná právní regulace tohoto obchodního odvětví v České republice neexistovala. Smyslem právní úpravy je zejména kultivace podmínek realitního zprostředkovávání. Od roku 2020 se realitní zprostředkovávání řadí dle živnostenského zákona do živnosti ohlašovací vázané, pro jejíž výkon je třeba splnit podmínku odborné způsobilosti. Ta může splňovat podobu určité úrovně vzdělání, délky praxe či profesní zkoušky (Syrový, Vojtěch, 2019). Je tak nutné, aby realitní makléř splňoval jednu z následujících 3 podmínek:

1. Magisterský titul v oboru práva, ekonomických oborech či stavebnictví;
2. Bakalářský titul, jeden rok praxe a absolvování mezinárodně uznávaného kurzu se zaměřením na nemovitosti;
3. Vysokoškolské, vyšší odborné či střední vzdělání s maturitní zkouškou a 3 roky praxe v oboru, případně složení kvalifikační zkoušky.

Je rovněž nutné, aby byl realitní makléř trestně bezúhonný, což prokáže výpisem z rejstříku při podávání žádosti o schválení živnosti (Zákon č. 39/ 2020 Sb.).

Zkušený realitní makléř dokáže stanovit aktuální cenu nemovitosti, případně odhadnout její vývoj do budoucnosti. Jeho práce spočívá zejména v tom, že prohledává trh a snaží se klientovi doporučit nemovitost splňující jeho požadavky. Následně klientovi poskytne veškeré informace o nemovitosti a zhodnotí rizikovost koupě.

Schopný realitní makléř by měl disponovat několika zásadními dovednostmi:

1. Umění jednat s lidmi – být s nimi rád často v kontaktu, dokázat efektivně komunikovat a sjednocovat rozdílné názory (vyjednávat). Výhodou pro něj mohou být následující vlastnosti: společenskost, kreativita, empatie, výřečnost, schopnost rychle reagovat.
2. Mít zájem se vzdělávat a pracovat na sobě – realitní makléř se musí umět vyznat v legislativě, která se v čase může proměňovat. Měl by disponovat širokým všeobecným přehledem. Měl by se umět vyznat v lidech, to všechno jsou vlastnosti, které je těžší nabýt pro člověka, který nemá dostatečně otevřenou mysl a je nespolečenský a uzavřený. Je nutné, aby realitní makléř neustále optimalizoval svoje vědomosti a dovednosti.
3. Být všestranný – reality jsou obchodní odvětví, kde je relativně zásadní první dojem. Kromě toho, že by měl být realitní makléř vzdělaný a společenský, měl by rovněž disponovat estetickými vlohy a prodejními dovednostmi. Měl by mít cit pro pořádek a design. Měl by umět zacházet s fotoaparátem a kompozicí, měl by znát alespoň základy marketingu a psychologie.

4. V neposlední řadě by měl být realitní makléř samostatný, pracovitý, schopný organizovat si čas a udržovat v rovnováze svůj osobní a pracovní život. Měl by být rovněž férový, čestný a vždy zodpovědný, disponující pevnou vůlí, trpělivostí a odhodláním (Holasová, 2019).

Z tohoto výčtu ideálních vlastností makléře je jasné, že je práce realitního makléře velmi specifická a náročná, rozhodně se nejedná o práci pro každého. Mezi makléři se říká, že se jedná spíše o životní styl než o zaměstnání.

4.2 Vlastní výzkum

Tato podkapitola je věnována charakteristice samotného výzkumu. Kerlinger definuje vědecký výzkum jako: „... systematické, kontrolované, empirické a kritické zkoumání hypotetických výroků o předpokládaných vztazích mezi přirozenými jevy“ (Chráska, 2016, str. 12). Zkoumání přivede výzkumníka k odpovědím na stanovené cíle a výzkumné otázky.

4.2.1 Výzkumné cíle

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit prostřednictvím dotazníkového šetření, čím se cítí realitní makléřky k podnikání nejvíce motivované, co je k podnikání přivedlo, a čím se cítí od podnikání odrazovány. V získaných datech budeme hledat opakující se výpovědi, které budou dále analyzovány a interpretovány.

Výzkumné otázky jsou následující:

Jaké charakteristické rysy spojují realitní makléřky nejčastěji?

Co realitní makléřky k podnikání přivádí nejčastěji?

Co realitní makléřky motivuje k podnikání?

Co realitní makléřky v podnikání demotivuje?

Setkávají se realitní makléřky s diskriminací?

Co realitní makléřky odrazuje od zaměstnaneckého poměru.

4.2.1 Metody zkoumání

Hlavní metodou zkoumání je strukturovaný dotazník. Jedná se o kladení otázek písemnou formou s cílem získat odpovědi v písemné formě. Otázky jsou připravené předem a pečlivě formulované (Chráska, 2007, str. 163). Získané odpovědi byly pro lepší přehlednost zaneseny do grafů a tabulek. V následující kapitole jsou získaná data zanalyzována a interpretována. V oblasti obchodu s realitami se pohybuji přes deset let, proto bude tato interpretace významně ovlivněna právě osobní praxí.

V další kapitole následně proběhne komparace získaných poznatků z vlastního výzkumu s výsledky zahraničních studií, které se rovněž věnují psychologickým aspektům u podnikajících žen. Komparace zjišťuje podobnosti a rozdílnosti jednotlivých studií.

4.2.2 Dotazníkové šetření

Dotazník jsem vytvořila v programu Survio na stránkách: <https://my.survio.com/>. Odkaz (<https://www.survio.com/p/kc44sa>) umístila na sociální síť Facebook, konkrétně do skupiny: „Realitní makléři v ČR“. V této skupině se sdružují realitní makléři, muži i ženy. Tvoří ji přes 4.000 členů a já sama k nim také patřím. Makléři zde diskutují, sdílejí své zkušenosti, postřehy a informace. Do této skupiny jsem umístila příspěvek s odkazem na online dotazník a poprosila členy, respektive členky (zdůraznila jsem, že se musí jednat výhradně o ženy), jestli by si udělaly čas a dotazník vyplnily. Vyplnění se zúčastnilo celkem 305 respondentek.

Dotazník byl zhotoven v českém jazyce a obsahuje 21 otázek. Celkem u 8 (konkrétně otázky č. 5, č. 8, č. 12, č. 13, č. 14, č. 15, č. 16, č. 18) otázek je možné zvolit z nabízených odpovědí a zároveň vepsat vlastní odpověď, jedná se tedy o otevřené otázky. Zbylé otázky nabízí možné odpovědi v počtu 2–7. Dotazník je přiložen v příloze č.1.

Vyplnění dotazníku trvalo respondentkám 5-10 minut a všechny dotazníky byly vyplněny v průběhu tří po sobě jdoucích dnů (11.11. 2020 - 13.11. 2020). Celkem 70,6 % žen, které odkaz s dotazníkem rozkliklo, dotazník vyplnilo. Počet žen, které si dotazník pouze zobrazily, je 121. Tyto ženy od vyplnění odradila pravděpodobně obsáhlost dotazníku, nedostatek času, nebo nezájem se na výzkumu podílet.

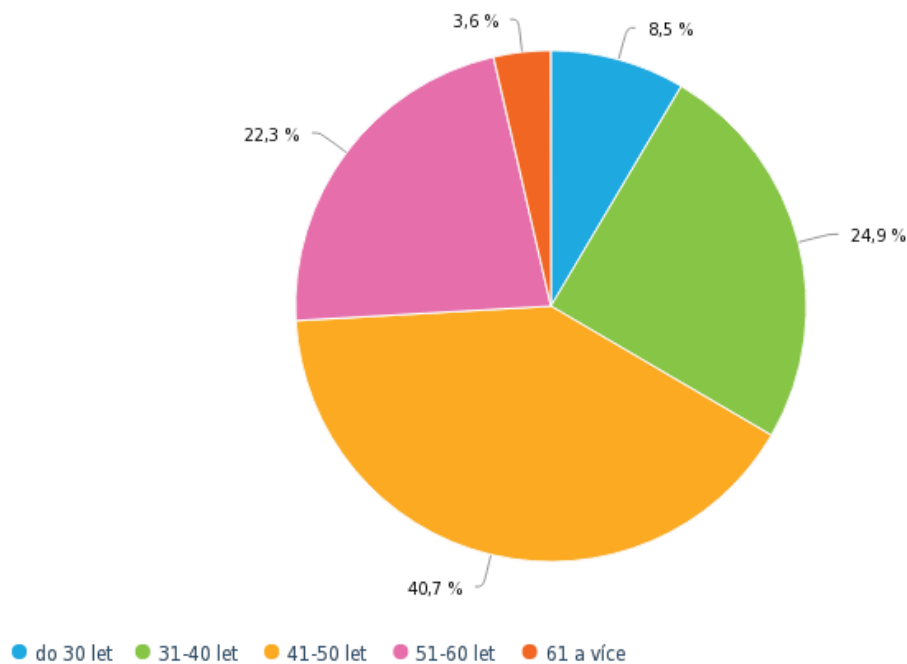
4.2.3 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek tvoří 305 žen, které mnou byly osloveny přes sociální síť Facebook, prostřednictvím zájmové skupiny „Realitní makléři v ČR“. Do příspěvku jsem uvedla, že se vyplnění dotazníků mohou zúčastnit výhradně ženy podnikající v realitách. Zároveň jsem také uvedla, že předkládaný dotazník je anonymní a že jeho vyplnění zabere zhruba 5–10 minut. Požadavky na respondentky nebyly nijak dále specifikované. Ženám, které se šetření zúčastnily je zhruba od 30 do 61 let a více.

4.3 Výsledky dotazníkového šetření

Obsahem této kapitoly je vyhodnocení získaných odpovědí. Odpovědi jsou od 305 respondentek, které byly zpracovány a vyhodnoceny v programu Survio. Od otázky č. 5 dotazník zjišťuje charakteristické rysy žen, které se vztahují k jejich osobní historii podnikání.

1. Kolik Vám je let?

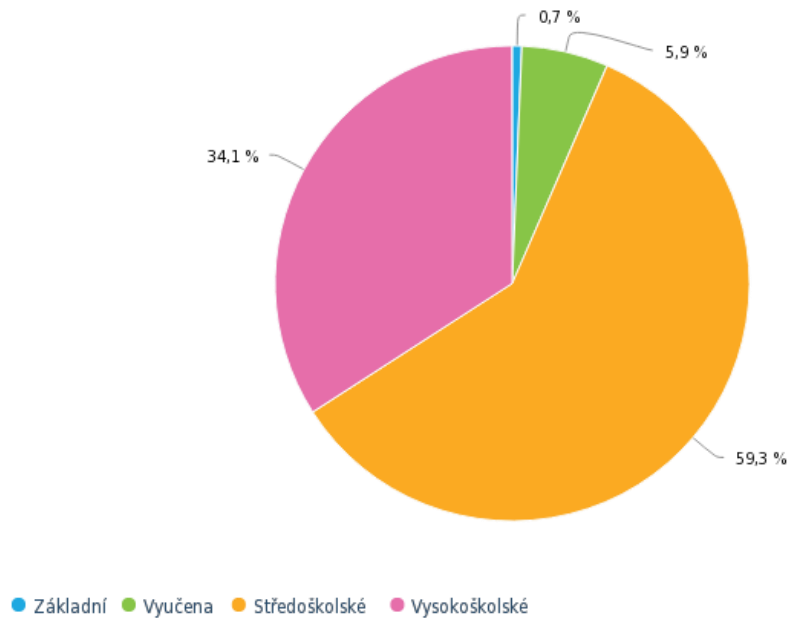


Graf č.1: Kolik Vám je let?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Nejčastěji se šetření zúčastnily ženy ve věku 41–50 let, kterých bylo celkem 40,7 %. Celkem 24,9 % (76) žen uvedlo, že jsou ve věku 31–40 let. Třetí nejvyšší počet obsazují ženy ve věku 51–60, kterých bylo celkem 68 tedy 22,3 %. Celkem 8,5 % žen je ve věku do 30 let. Věk podnikatelek podnikajících v realitách se tedy nejčastěji pohybuje v rozmezí 30–50 let. Jedná se o ženy v pracovním životě zkušenější, a na své klienty pravděpodobně působí i důvěryhodněji.

2. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

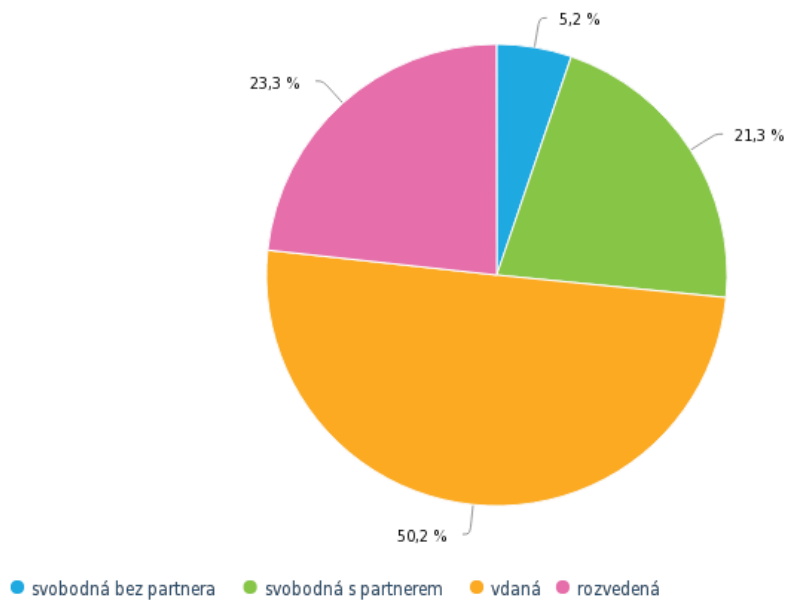


Graf č.2: Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Více jak polovina respondentek (59,3 %) uvedla, že jsou středoškolsky vzdělané. Další větší skupinu (34,1 %) tvoří ženy, které mají vysokoškolské vzdělání. Minimální skupina (5,9 %) jsou ženy, které jsou vyučeny. Základní vzdělání (0,7 %), které vychází pouze na 2 ženy z celého vzorku 305 osob.

3. Jaký je Váš rodinný vztah?

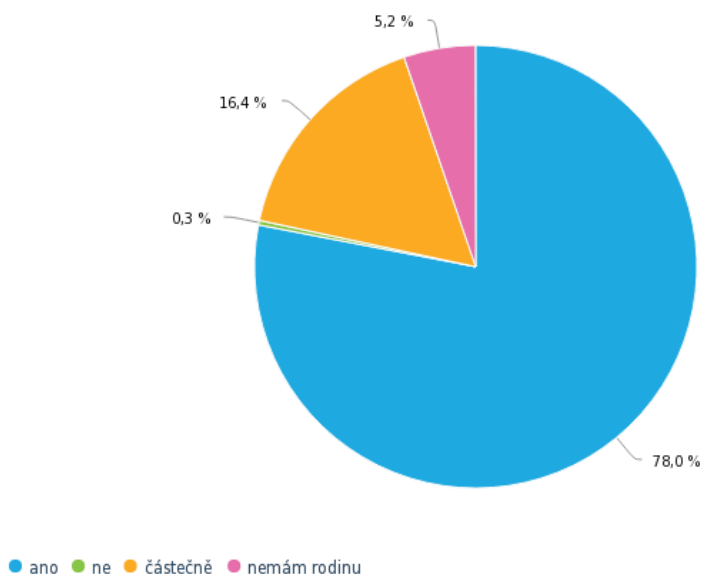


Graf č. 3: Jaký je Váš rodinný vztah?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Polovinu dotazovaných (50,2 %) tvoří vdané ženy. Rozvedené ženy zaujímají druhou pozici (23,3 %), vyrovnaný počet tvoří skupina svobodných žen, které žijí s partnerem (21,3 %). Nejmenší počet tvoří ženy, které jsou svobodné a bez partnera (5,2 %).

4. Je Vaše podnikání v souladu s Vaším rodinným životem?



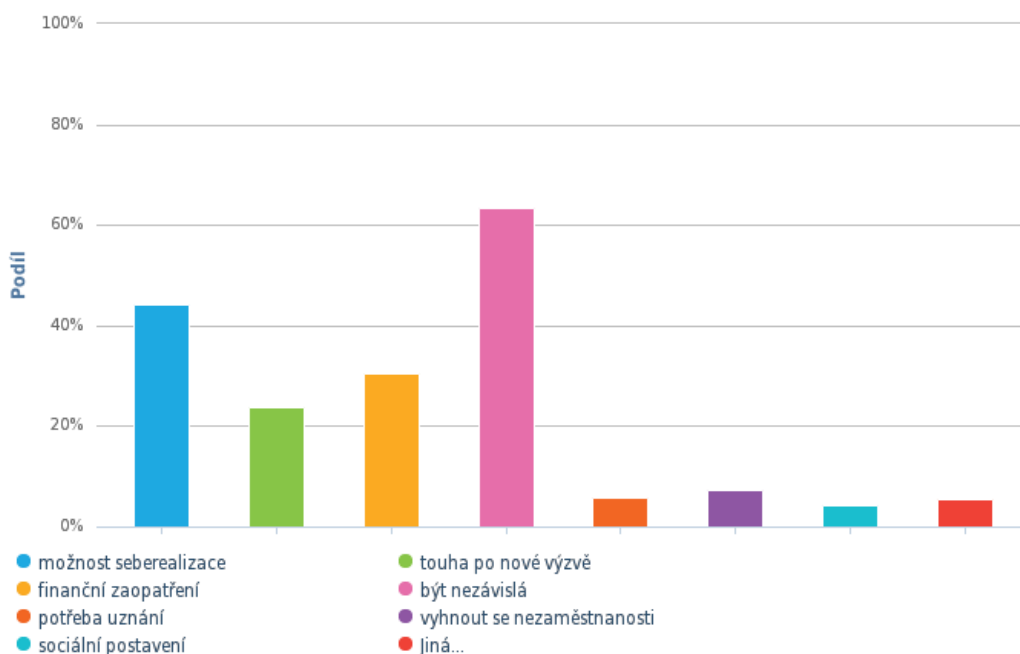
Graf č. 4: Je vaše podnikání v souladu s Vaším rodinným životem

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Převážná většina respondentek (78 %) odpověděla na tuto otázku kladně. Celkem 238 podnikajících žen si myslí, že podnikají v souladu s rodinným životem. Částečný soulad uvedlo 50 respondentek (16,4 %). Minimální počet žen 16 (5,2 %) uvedlo, že nemá žádnou rodinu. Pouze 1 žena uvedla, že její podnikání není v souladu s jejím rodinným životem. Sladit pracovní život s rodinným a soukromým životem může být mnohdy opravdová výzva. Jedná se pravděpodobně o ženy, které si umí čas efektivně organizovat. Podnikání zpravidla obnáší větší podíl zodpovědnosti a povinností. Je pravda, že čas a práci si podnikatelé mohou ve většině případů řídit sami, o to více by však měli mít dobré organizační schopnosti a už samotná organizace zabírá velké množství času. Podnikatelé rovněž, ve většině případech, nemají striktně ohraničenou pracovní dobu a pracují, když je prostě třeba, mnohdy i daleko déle a více, než kdyby chodili pracovat na osm hodin někam do zaměstnání. Pokud mají respondentky dospělé děti, nebo nemají děti vůbec, nemusí to znamenat, že rodinným životem nedisponují. Mohou mít rodiče nebo jiné příbuzné, o které je třeba se starat, nebo je chtějí vídat a udržovat s nimi dobré vztahy. Dobrý vztah je rovněž nutné aktivně udržovat i s partnerem, se kterým je sdílená jedna domácnost. Manželé by si na sebe měli dělat pravidelně čas a trávit ho společně způsobem, který je spojuje a je jim zároveň vzájemně příjemný. Pokud jsou v rodině mladší děti, je nutné se o ně neustále starat, připravovat je do školy, dělat s nimi úkoly,

vozit je na kroužky, zajímat se o ně. Každý rodič do svých dětí investuje individuální množství času ale i zajištění toho nejnужnějšího v rámci péče o děti je velmi časově náročné. V žádném případě by ženy neměly být na výchovu svých dětí samy. Minimálně stejným způsobem by se měl na péči o děti podílet i otec. To však v naší společnosti bohužel není standardem. Při vyplňování dotazníku některé ženy uvedly, že si díky svému vyššímu příjmu mohou dovolit chůvu. Taková možnost může mít velmi zásadní vliv na pohodu ženy v případě, kdy v rodině chybí partner, případně prarodiče.

5. Z jakého důvodu jste začala podnikat?



Graf č. 5: Z jakého důvodu jste začala podnikat?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Otázka č. 5 se zaměřuje na důvod podnikání, co respondentky motivovalo k tomu, aby začaly podnikat. Respondentky mohly zvolit několik různých odpovědí. Nejpočetnější skupinu respondentek (63,3 %) v počtu 193 tvoří ženy, které tvrdí, že začaly podnikat, aby byly nezávislé. Nezávislostí v tomto případě může být míněna jakási svoboda ve smyslu rozhodování, časové flexibility a rovněž skutečnost, že se podnikající ženy nemusí nikomu zpovídat. Podnikající ženy nemají nadřízeného, který určuje nástroje, způsob a cíle práce, rovněž si svoji práci a čas organizují samy podle sebe. Realitní makléřky

jsou neustále v pohybu. Domlouvají si schůzky, tráví spoustu času v autě a nemusí tak trávit svoji pracovní dobu za jedním stolem v kanceláři. Jsou zodpovědné samy za sebe a svoje činy i nečinnost.

Celkem 135 žen (44,3 %) uvedlo, že začaly podnikat z důvodu možnosti seberealizace. Seberealizace souvisí s osobním rozvojem. Respondentky jsou ženy, které si uvědomují, v čem se chtějí rozvíjet a zlepšovat. Pravděpodobně také cítí, že k této práci mají nějaké předpoklady. V činnosti, která je člověku vlastní, má k ní vlohy a vrozené předpoklady, se jedinec zlepšuje rychleji. Činnost je mu zároveň i odměnou, práce ho baví a naplňuje, protože cítí, že je v ní dobrý a že dělá rychlé pokroky, že se mu daří. Práce realitního makléře je velmi náročná, jak bylo vedeno již v úvodu praktické části. Realitní makléř se musí navíc neustále vzdělávat a rozšiřovat svoje vědomosti. Zdá se, že realitní makléřky jsou ženy, které se vzdělávají rády, které na sobě rády pracují a rozvíjí se.

Důvod finanční zaopatření zmiňuje 93 (30,5 %) dotazovaných žen. Tato možnost mohla být respondentkami zvolena z různých příčin. Rodina podnikatelek mohla v minulosti z různých důvodů finančně strádat (dluhy, hypotéka, ztráta zaměstnání, nečekané výdaje apod.) a práce realitní makléřky se jevila jako lukrativní řešení. Situace rovněž mohla být taková, že rodina sice nijak závažně nestrádala ale budoucí podnikatelka chtěla rodinnému rozpočtu přilepšit a tak začala podnikat.

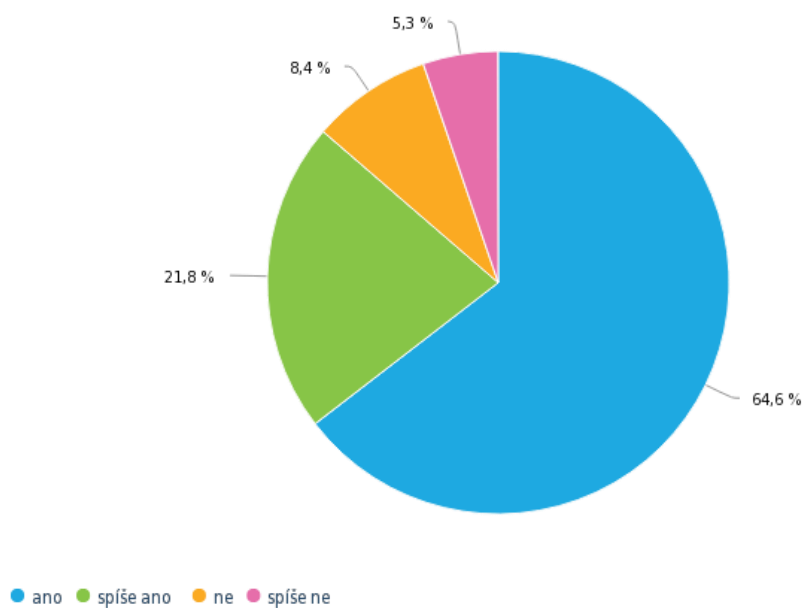
Touhu po nové výzvě upřednostňuje celkem 73 (23,9 %) respondentek. Pouze 22 (7,2 %) žen uvádí, že se chtěly vyhnout nezaměstnanosti a 17 žen (5,6 %) uvedlo jiný důvod. Poslední skupina (4,3 %) 13 respondentek zmiňuje, že začaly podnikat z důvodu zlepšení svého sociálního postavení. V následující tabulce jsou uvedeny odpovědi, které respondentky vepsaly do možnosti „jiné“.

DŮVOD K ZAHÁJENÍ PODNIKÁNÍ	POČET RESPONDENTŮ
Potřeba skloubit práci a výchovu o děti	3
Různé životní okolnosti	5
Rodinná firma	2
Nechce být zaměstnaná	1
Možnost řízení času a časová flexibilita	4
Záliba	2

Tabulka č. 1: Důvody k zahájení podnikání
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tři respondentky uvedly, že začaly s podnikáním proto, aby mohly skloubit práci s péčí o děti. Jedna z těchto respondentek uvedla, že se v roce 2001 snažila získat zaměstnání. Nikdo jí však nechtěl zaměstnat z důvodu, že byla matka samoživitelka. V tomto případě se setkáváme s diskriminací. Různé životní okolnosti uvedlo celkem 5 respondentek. Uvedly, že šlo konkrétně o náhodu. Další dvě respondentky uvedly, že v podnikání pokračují v rámci rodinné tradice. Jedna žena uvedla, že nechce být zaměstnaná. Další 4 ženy uvedly, že je pro ně důležitá časová flexibilita a možnost organizovat si čas a práci. Dvě realitní makléřky uvedly, že svou práci považují za zálibu, která se jim už v minulosti zdála z různých důvodů atraktivní.

6. Pokud máte partnera, podporuje Vás v podnikání?



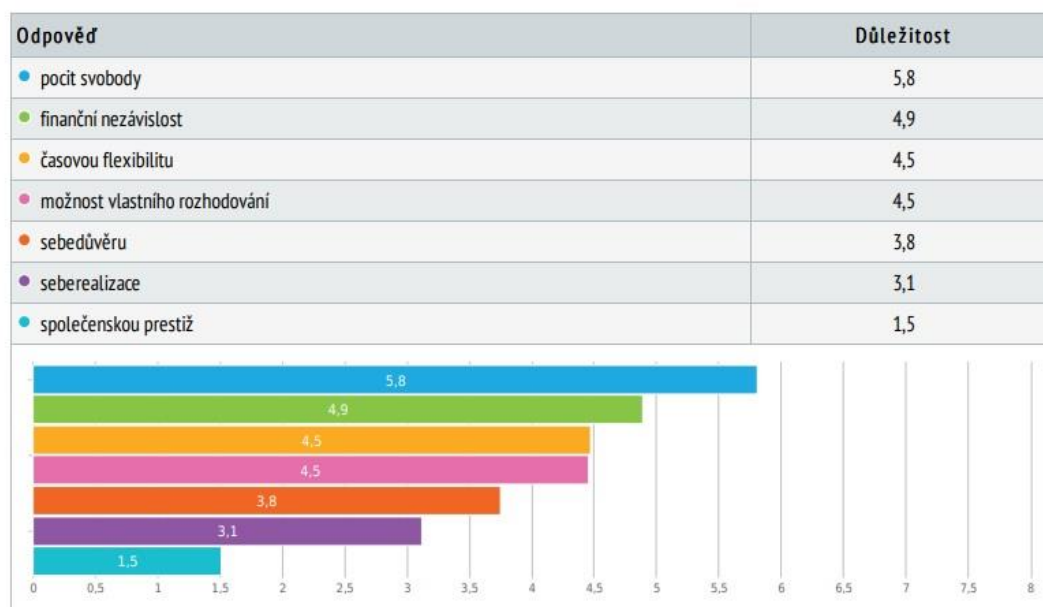
Graf č. 6: Pokud máte partnera, podporuje Vás v podnikání?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Otázka č. 6 zjišťuje zda se cítí realitní makléřky ve své práci podporovány svými partnery. Na tuto otázku odpovědělo 285 respondentek, jelikož zbývajících 20 nemá partnera. Převážná většina (64,6 %) z nich uvedla kladnou odpověď, 184 respondentek se cítí partnerem podporovány. Spíše ano označilo 62 žen (21,8 %), spíše ne 15 (5,3 %) a zápornou odpověď pouze 24 (8,4 %).

Podpora ze strany partnera může hrát v pracovní ale i osobní spokojenosti ženy zásadní roli. Taková podpora může mít různé podoby. Partner může svoji ženu chválit a oceňovat za její práci. Respekt a úctu však může dávat najevo i méně výraznými způsoby, např. když se bude zcela přirozeně podílet na vedení, organizaci a úklidu domácnosti.

7. Co pozitivního Vám dává Vaše podnikání?

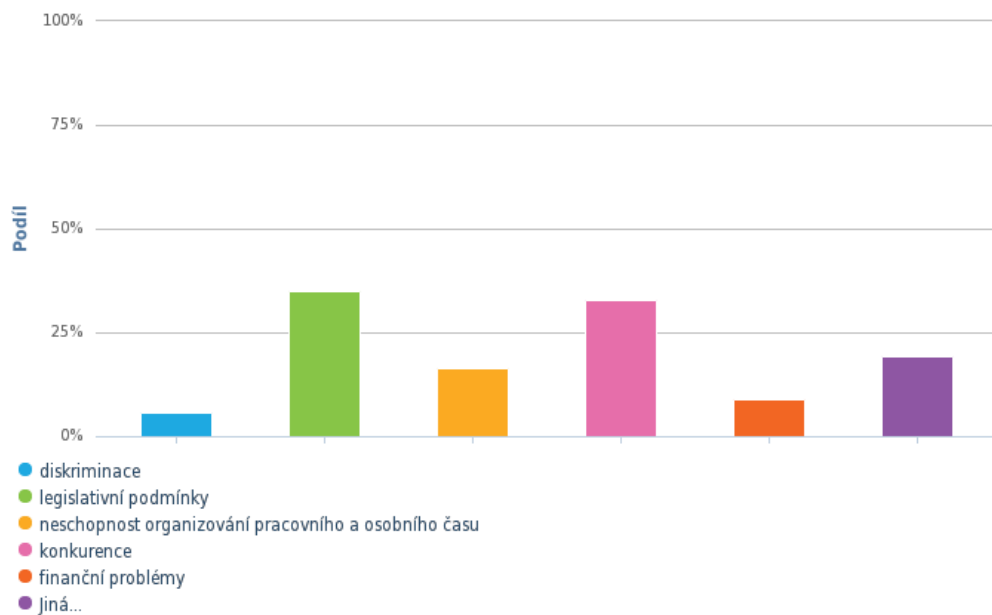


Graf č. 7: Co pozitivního Vám dává Vaše podnikání?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Odpovědi na tuto otázku jsou relativně vyvážené. Ženy pozměnily pořadí položek dle svých individuálních preferencí. Na otázku „co pozitivního Vám dává Vaše podnikání“ byl uváděn pocit svobody (5,8). Další z nejvíce preferovaných faktorů byla finanční nezávislost (4,9). V neposlední řadě časová flexibilita (4,5), která získala stejný počet bodů jako možnost vlastního rozhodování (4,5). Poté sebedůvěra (3,8), seberealizace (3,1) a jako úplně poslední faktor byla společenská prestiž (1,5). Myslím si, že společenská prestiž vzhledem k pohledu, jaký má společnost na realitní podnikání se umístila oprávněně na posledním místě. Je to díky kolegům, kteří svou práci dělají špatně a neprofesionálně, tím vrhají stín i na ostatní kolegy.

8. S čím negativním se v podnikání nejčastěji setkáváte?



Graf č. 8: S čím negativním se v podnikání nejčastěji setkáváte?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Otázka zjišťuje v čem vnímají ženy negativa tohoto typu podnikání. Nejčastější odpovědi byly legislativní podmínky - 107 respondentek (35,1 %). Další častou odpovědí byla konkurence, což je v tomto oboru na místě, vzhledem k vysokému počtu realitních makléřů pracujících na trhu. Dalších 59 (19,3 %) uvedlo jinou možnost, ve které se nejvíce objevoval negativní názor společnosti na makléře, nerespektování klientů a také nekalé praktiky kolegů. Celkem 50 žen (16,4 %) uvedlo neschopnost organizování pracovního a osobního času, 27 žen (8,9 %) uvedlo finanční problémy a v poslední řadě v počtu 17 žen (5,6 %) uvedlo, že se v podnikání setkávají s diskriminací. Ve vepsaných odpovědích se nejčastěji objevovaly odpovědi zanesené do jednotlivých kategorií v následující tabulce.

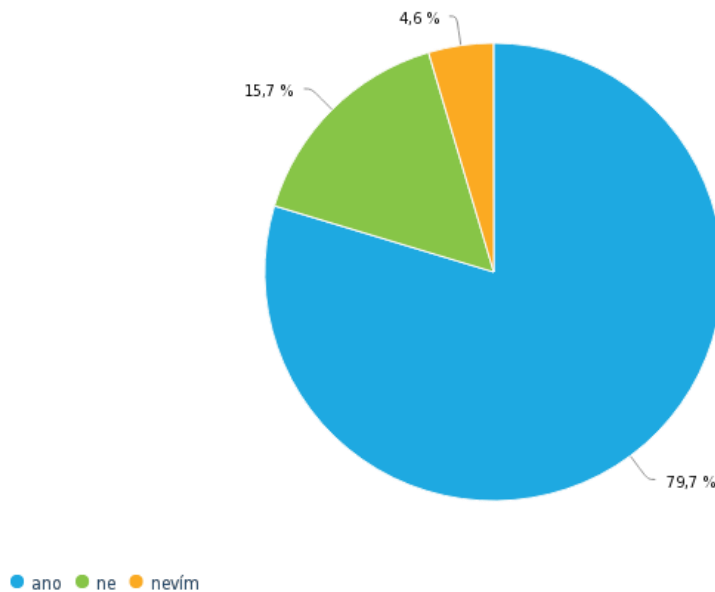
FAKTORY	KONKRÉTNÍ PŘ.	POČET RESPONDENTŮ
VNITŘNÍ FAKTORY	Vlastní mentální bloky	1
	Nedůvěra druhých	3
	Vyhoření	1
ŽÁDNÉ NEG. FAKTORY		11
ŠPATNÁ POVĚST PROFESE		8
NESOLIDNOST MAKLÉŘŮ		9
NESOLIDNOST KLIENTŮ		13
VNĚJŠÍ FAKTORY	Hloupost, negramotnost klientů	5
	Lži	1
	Nepravidelnost příjmů	4
	Disrespekt druhých	1
	Covid – 19	1
	Závist	1

Tabulka č. 2: Negativní aspekty podnikání

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Třináct respondentek uvedlo, že je pro ně zásadním negativem nesolidnost klientů, která se může projevat např. nedostatečnou až laxní komunikací nebo konkrétně případy, kdy se klienti chtějí prohlédnout nějakou nemovitost pouze z rekreačních důvodů. Celkem 11 žen uvedlo, že v podnikání nevidí žádná negativa. Osm respondentek vidí negativum ve špatné pověsti profese, respektive realitních makléřů, kteří rovněž mohou vykazovat rysy nesolidnosti. Je tedy jasné, že tato odpověď může úzce souviset s odpovědí „nesolidnost makléřů“, kterou zmínilo celkem 9 respondentek. Většina uvedených odpovědí nějak souvisí s vnějším okolím a podmínkami. S vnitřním stavem souvisí jen odpovědi „neschopnost organizování času“ (50 respondentek), „Vlastní mentální bloky“ (1), „pocit, že mi jako realitní makléřce není důvěřováno“ (3) a vyhoření (1).

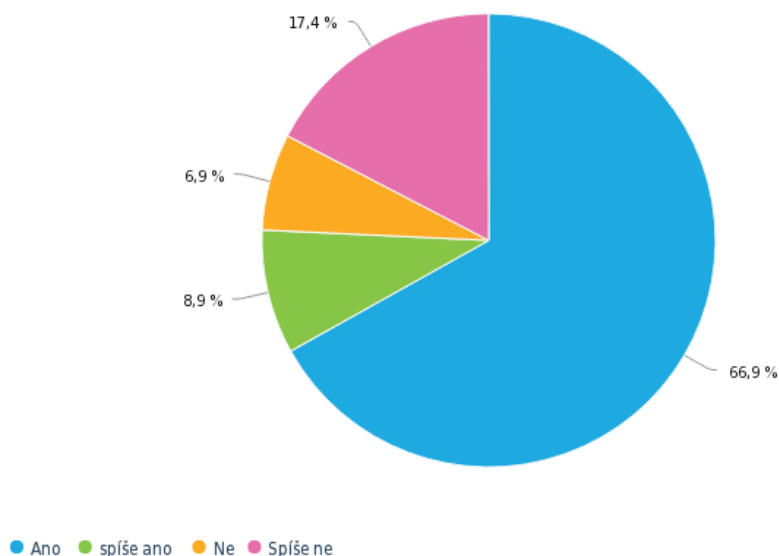
9. Jste ochotná obětovat větší část volného času na úkor podnikání?



Graf č. 9: Jste ochotná obětovat větší část volného času na úkor podnikání?
(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Na otázku zda jsou podnikatelky ochotné obětovat větší část svého volného času na úkor podnikání, odpověděla naprostá většina 243 (79,7 %) kladně. Pouze 48 respondentek (15,7 %) odpovědělo negativně a 14 žen (4,6 %) uvedlo, že neví. Většině respondentek tedy nedělá problémy strávit u práce více času, než pokud by chodily pracovat do běžného zaměstnání. Pro tyto ženy má větší hodnotu svoboda a volnost, než čas, strávený prací na nezávislé pozici. Pro významnou část respondentek však tato možnost nepřichází v úvahu. Dostatek volného času je pro ně nepostradatelnou součástí spokojeného života, který jim zároveň umožňuje být produktivnější.

10. Zažila jste ve svém životě nedostatek finančních prostředků?



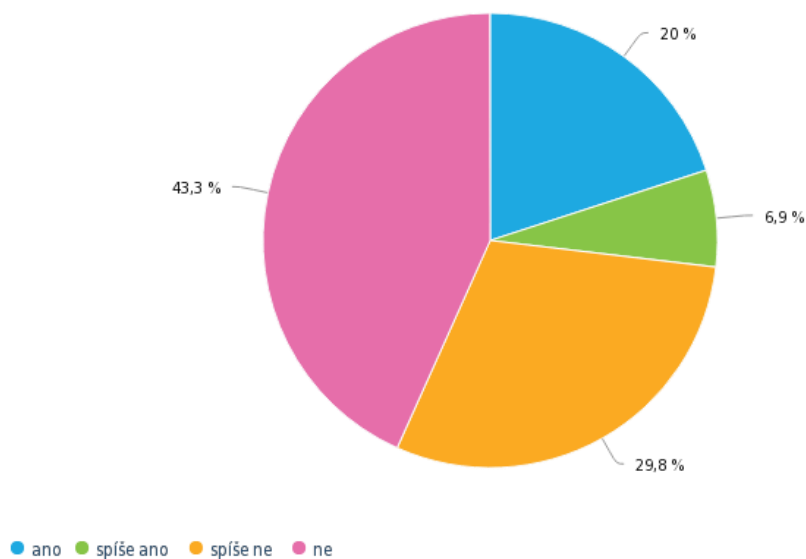
Graf č. 10: Zažila jste ve svém životě nedostatek finančních prostředků?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Tato otázka zjišťuje zda respondentky někdy ve svém životě zažily nedostatek finančních prostředků. Celkem 204 respondentek (66,9 %) odpovědělo „ano“. „Spíše ano“ uvedlo 27 dotazovaných (8,9 %). Zápornou odpověď označilo 21 žen (6,9 %) a „spíše ne“ napsalo 53 žen (17 %). To, že většina respondentek zažila nedostatek finančních prostředků je motivovalo k prosazení se v podnikání a zajistit si příjem.

Je možné, že respondentky, které si v životě prošly nedostatkem finančních prostředků, motivovala tato zkušenost k tomu, aby se prosadily v podnikání a příjem si zajistily. Respondentky, které ve svém životě finanční problémy neměly, mohou být motivovány příležitostí udržet si zažitý standard.

11. Přemýšlela jste někdy o ukončení podnikání?

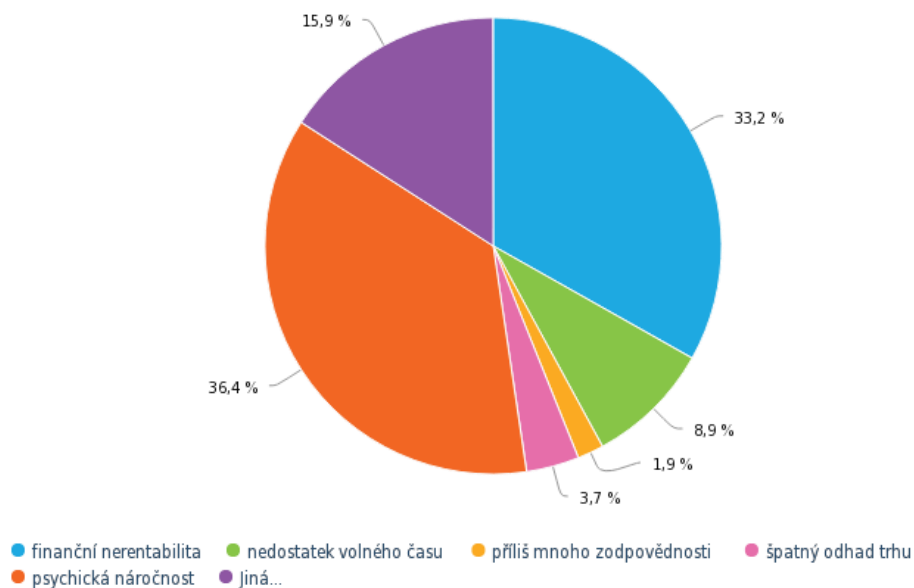


Graf č. 11: Přemýšlela jste někdy o ukončení podnikání?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Téměř polovina dotazovaných 132 (43,3 %) uvedla, že nepřemýšlela o ukončení podnikání. Spíše ano uvedlo 21 žen (6,9 %), spíše ne 91 (29,8 %) a ano vyplnilo 61 respondentek (20 %). Většina respondentek se ve svém podnikání cítí pravděpodobně natolik spokojeně, že jim možnost ukončit tuto činnost nikdy nepřišla na mysl.

12. Pokud jste přemýšlela o ukončení podnikání, co bylo příčinou?



Graf č. 12: Pokud jste přemýšlela o ukončení podnikání, co bylo příčinou?
(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Na tuto otázku, která navazuje na předchozí, odpovídalo 214 respondentek. Jednalo se o příčinu ukončení podnikání. Varianta s nejvyšším počtem zvolení byla „psychická náročnost“ profese. Uvedlo tak 78 respondentek (36,4 %). Srovnatelný výsledek přinesla možnost „finanční nerentabilita“, kterou označilo 71 žen (33,2 %). Celkem 19 žen (8,9 %) označilo jako příčinu nedostatek volného času, 4 dotazované (1,9 %) uvedly příliš mnoho zodpovědnosti a 8 žen (3,7 %) špatný odhad trhu. Celkem 34 respondentek (15,9 %) uvedlo jinou příčinu. Nejčastěji uváděly nepravidelný příjem. Vepsané odpovědi byly opět zaneseny do následující tabulky.

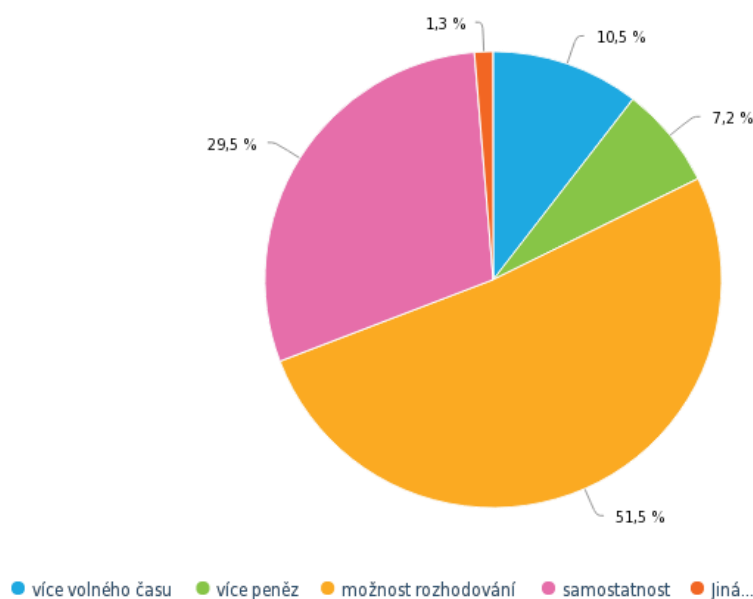
PŘÍČINA	POČET RESPONDENTŮ
Žádná příčina nikdy nebyla	15
Nemoc	2
Jiná pracovní příležitost	3
Nedostatek práce	1
Vysoký věk	3
Vyhoření	2
Nesolidnost klientů	1
Intenzivní pracovní nasazení	1
Nepravidelnost příjmů	2
Legislativa	2
Nesolidnost klientů	1
Nesolidnost makléřů	1

Tabulka č. 3: Příčiny uvažování o ukončení podnikání

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Celkem 15 respondentek uvedlo, že žádná příčina nikdy nevedla k úvahám o ukončení podnikání. Dalšími, avšak minimálně zastoupenými odpověďmi, byly odpovědi „Nemoc“ (2), „Jiná pracovní příležitost“ (3), „Vysoký věk“ (3), „Vyhoření“ (2), které se už jednou objevilo v jiných možnostech, může se tedy jednat o důležité téma. Zmíněné byly rovněž „Nesolidnost klientů“, „Intenzivní pracovní nasazení“, „Nepravidelnost příjmů“ (2), „Legislativa“ a jiné.

13. Jaký má pro Vás význam slov „svoboda a nezávislost“?



Graf č. 13: Jaký má pro Vás význam slov „svoboda a nezávislost“?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Více jak polovina respondentek, tedy 157 (51,5 %), odpověděla, že pojem svoboda a nezávislost znamená možnost vlastního rozhodování. Celkem 90 respondentek (29,5 %) uvedlo samostatnost. Dalších 32 žen (10,5 %) si pod pojmy svoboda a nezávislost představuje více volného času. Více peněz označilo 22 žen (7,2 %). Pouze 4 dotazované (1,3 %) uvedla jiný důvod, kde byly uvedeny jako odpověď životní hodnoty a možnost dělat, co je baví.

VÝZNAM SLOV SVOBODA A NEZÁVISLOST	POČET RESPONDENTŮ
Životní hodnoty	1
Možnost řízení času a časová flexibilita	2
Všechny uvedené možnosti v nabídce	1

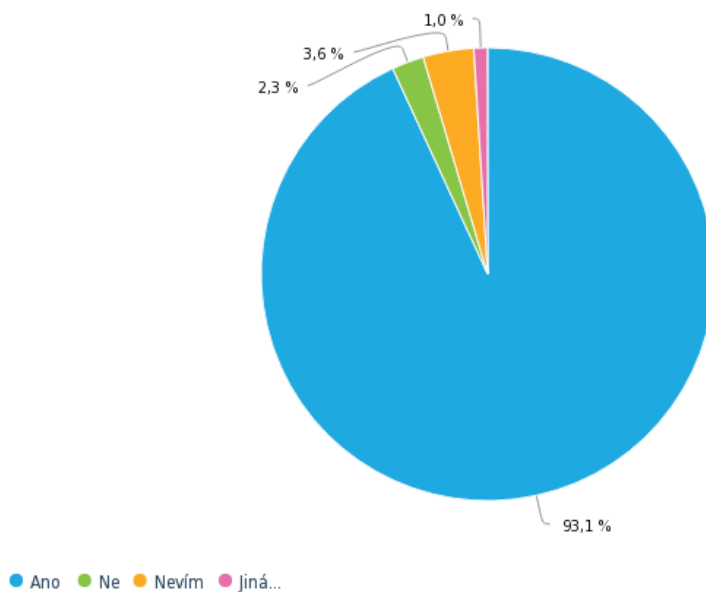
Tabulka č. 4: Význam slov svoboda a nezávislosti

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Respondentky volily nejčastěji „možnost rozhodování“ a „samostatnost“. Je tedy zřejmé, že se jedná o ženy, které jsou pravděpodobně individualistky. Tyto ženy v podnikání rády prosazují vlastní strategie, rozhodují se na základě svých vlastních zkušeností, přesvědčení a intuice. Mohou se zde objevovat antipatie k děláním kompromisů

či skupinové práci. Jedná se o aspekt, který nelze příliš často naplňovat v rámci běžného zaměstnání.

14. Motivuje Vás intenzivně na sobě pracovat, sebevzdělávat se a rozvíjet svoji osobnost?

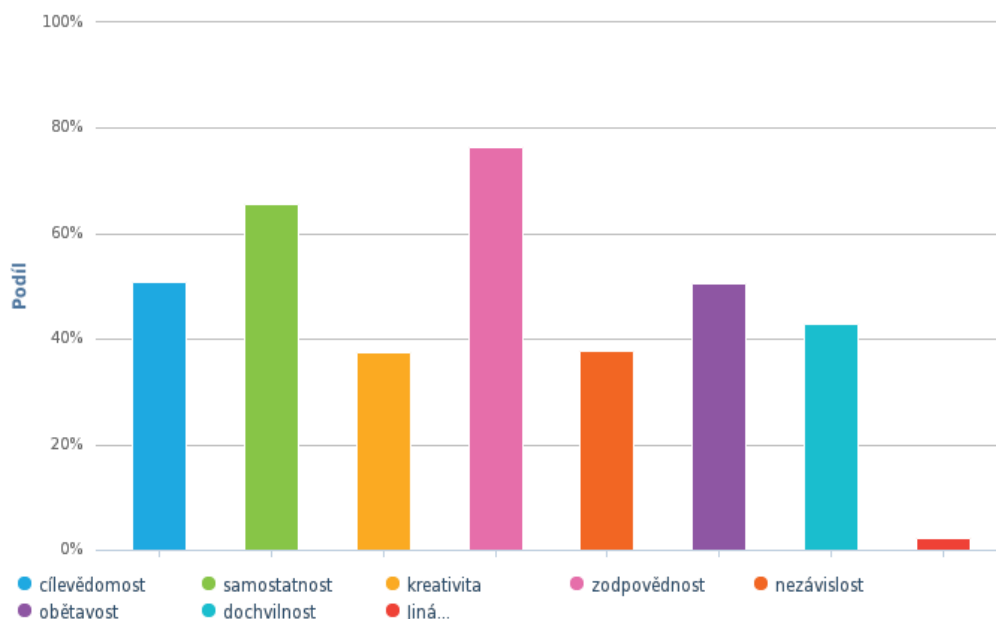


Graf č. 14: Motivuje Vás intenzivně na sobě pracovat, sebevzdělávat se a rozvíjet svoji osobnost?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Na tuto otázku, zda jsou motivováni tím, že na sobě pracují a sebevzdělávají se, odpověděla kladně převážná část respondentek 284 (93,1 %). Celkem 11 žen (3,6 %) označilo odpověď že neví, 7 žen (2,3 %) uvedlo ne a pouze 3 ženy (1 %) uvedly jiný důvod. V tomto obchodním odvětví jsou práce na sobě a konstantní vzdělávání nutností. Rozhodně se tyto aspekty rozvíjí ruku v ruce s vývojem podnikání. Podnikatelé se neustále učí novým dovednostem a znalostem a integrují svoje zkušenosti.

15. Jaké jsou Vaše silné stránky?



Graf č. 15: Jaké jsou Vaše silné stránky?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

V této otázce mohly respondenty označit více odpovědí. Celkem 233 žen (76,4 %) uvedlo, že je jejich silnou stránkou zodpovědnost. Zodpovědnost může vycházet z morálních principů člověka, kam lze zařadit chování a jednání v rámci „vyššího smyslu“. V tomto smyslu je pro zodpovědného člověka důležité chovat se a jednat v souladu s prospěchem ostatních a dbát na to, aby jim jeho individuální chování nepůsobilo zbytečné problémy. Další význam zodpovědnosti tkví v předpokladu, že si člověk uvědomuje, že způsob provedení určitých činností v určené oblasti působnosti vyvolá důsledky, za které je posléze odpovědný.

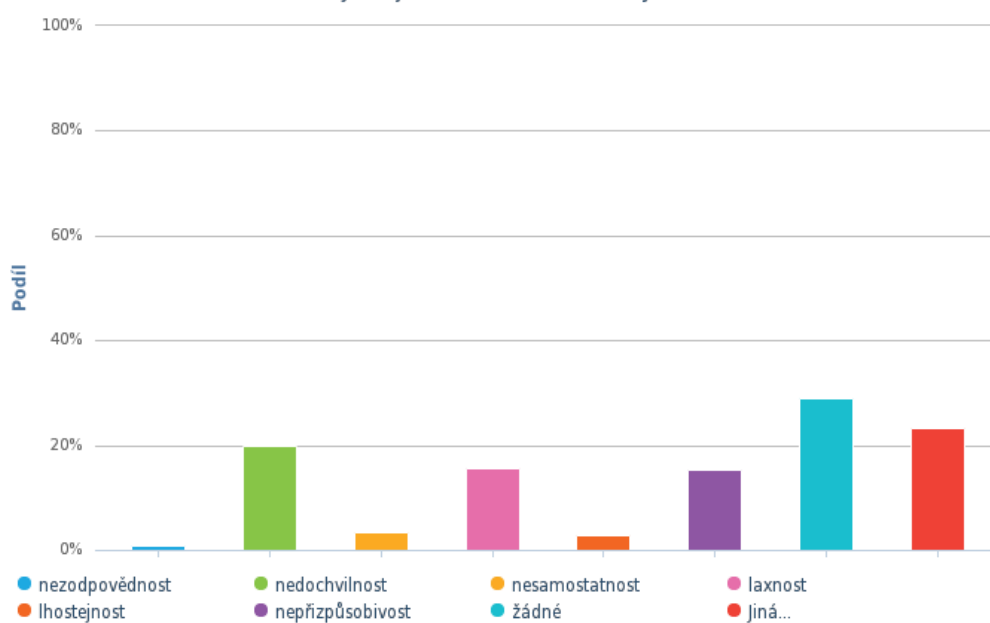
Celkem 200 žen (65,6 %) zmínilo samostatnost a 155 respondentek (50,8 %) uvedlo cílevědomost. Další uvedené stránky byly: obětavost 154 (50,5 %), dochvilnost 131 (43 %), nezávislost 115 (37,7 %), kreativita 114 (37,4 %). Mezi „jiné“ silné stránky zařadilo celkem 7 respondentek (2,3 %) vlastnosti zanesené do následující tabulky:

DALŠÍ UVEDENÉ SILNÉ STRÁNKY	POČET RESPONDENTŮ
Empatie	2
Optimismus	1
Mnoho zkušeností	1
Intuice	1
Tvrdohlavost	1
Trpělivost	1
Flexibilita	1
Vytrvalost	1

Tabulka č. 5: Silné stránky respondentek

(Zdroj: Vlastní zpracování)

16. Jaké jsou Vaše slabé stránky?



Graf č. 16: Jaké jsou Vaše slabé stránky?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Další otázka s možností uvedení více odpovědí se zabývá slabými stránkami podnikatelek. Respondentky nejčastěji uváděly (celkem 88 tedy 28,9 %), že si myslí, že nemají žádné slabé stránky. To pravděpodobně souvisí s vyšší sebedůvěrou a sebedůvěrou a sebedůvěrou. Další skupina o počtu 71 žen (23,3 %) uvedla odpověď jinou, jednotlivé odpovědi jsou zanesené v tabulce č. DR. Celkem 61 žen (20 %) zvolilo odpověď laxnost

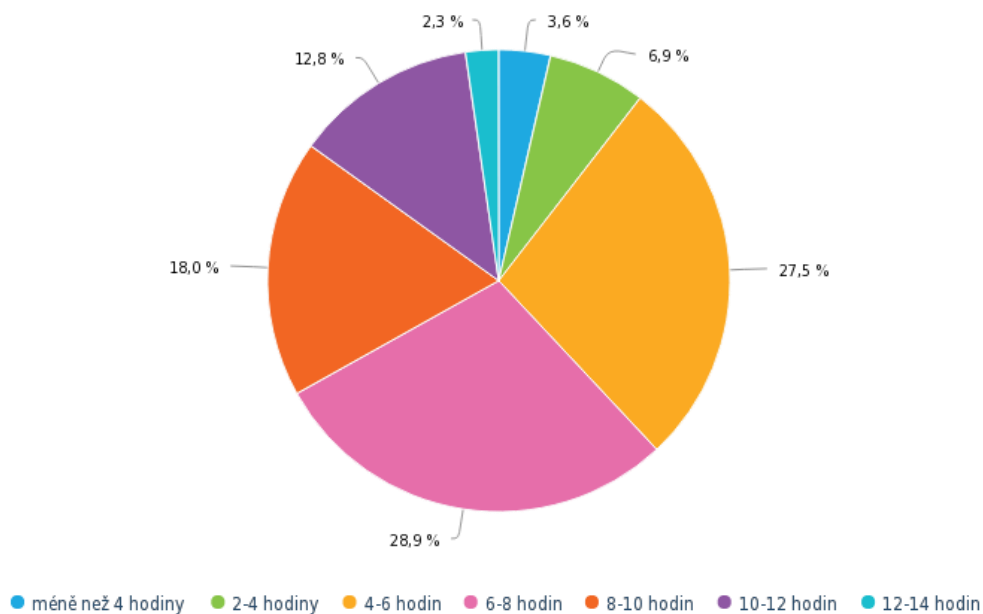
48 (15,7 %), nepřizpůsobivost zvolilo 47 (15,4 %) respondentek, nesamostatnost uvedlo 10 (3,3 %) žen. Lhostejnost zmínilo 9 žen (3 %) a nejmenší počet odpovědí 3 (1 %) napsalo nezodpovědnost.

DALŠÍ UVEDENÉ SLABÉ STRÁNKY	POČET RESPONDENTŮ
Žádné	4
Perfekcionismus	4
Neochota učit se technologiím	4
Netrpělivost	6
Nedostatečná sebedůvěra	5
Nedostatek kreativity	2
Přílišná obětavost	15
Odkládání, prokrastinace	8
Neschopnost dotahovat věci do konce	3
Nedůvěra v ostatní lidi	3
Nesystematičnost, neorganizovanost	7
Tvrdohlavost	1
Lenost	9

Tabulka č. 6: Slabé stránky respondentek
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Mezi často volenými jinými odpověďmi (15 respondentek) byla rovněž přílišná obětavost, která může nějakým způsobem souviset s již výše uvedenou zodpovědností. Celkem 9 respondentek uvedlo jako slabou stránku lenost, která může souviset s odpovědí „odkládání a prokrastinace“, kterou zvolilo 8 respondentek. Pokud srovnáme odpovědi na otázku č. 15 s odpověďmi na otázku č. 16, můžeme si všimnout, že co se týče slabých stránek, byly respondentky o něco sdílnější. V kontextu slabých stránek byly schopné vymyslet daleko více odpovědí. To může vypovídat o silné sebereflexi, ale i o tendencích klást na sebe vysoké nároky a hodnotit se kriticky ve snaze zaměřovat vyšší cíle.

17. Kolik hodin denně Vám podnikání zabere času?

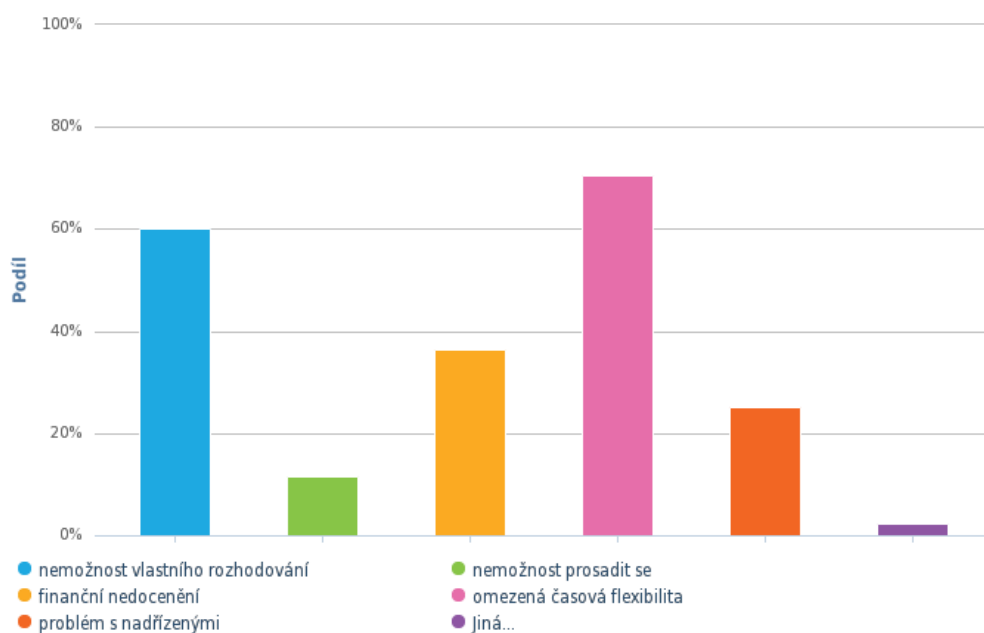


Graf č. 17: Kolik hodin denně Vám podnikání zabere času?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Respondentky se věnují svému podnikání nejčastěji 6-8 hodin, uvedlo to 88 (28,9 %) z nich. Druhou nejčastější odpovědí bylo 4-6 hodin, to uvedlo 84 dotazovaných (27,5 %). Celkem 55 respondentek (18 %) označilo 8-10 hodin, 39 žen (12,8 %) označilo 10-12 hodin, 21 žen (6,9 %) pracuje 2-4 hodiny denně. Méně než 4 hodiny uvedlo 11 žen (3,6 %) a pouze 7 žen (2,3 %) věnují práci 12-14 hodin denně. Zdá se tedy, že realitní makléřky věnují své práci zhruba stejné množství času, jako ženy v běžném zaměstnání.

18. Co pro Vás představuje zásadní problém v tom, kdybyste měla být zaměstnancem?



Graf č. 18: Co pro Vás představuje zaměstnání

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

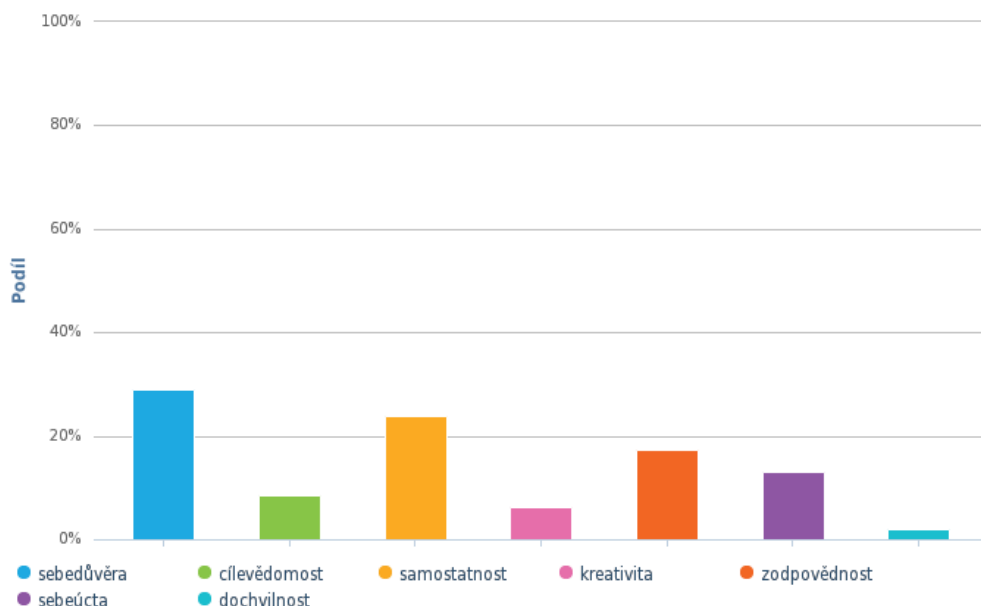
V této otázce respondentky mohly označit více odpovědí. Podnikající ženy vidí zásadní problém v omezené časové flexibilitě. Takto odpovědělo 215 respondentek (70,5 %). Další nejpočetnější odpověď byla nemožnost vlastního rozhodování, uvedlo ji 183 (60 %) žen. Finanční nedocení uvádí 111 žen (36,4 %). Problém s nadřízenými označilo 77 žen (25,2 %). Z dalších důvodů uvádějí nemožnost prosadit se 35 (11,5 %). Pouze 7 respondentek (2,3 %) uvedlo jinou možnost, ve které byla nejčastěji uvedena práce na úkor sebe.

DŮVOD	POČET RESPONDENTŮ
Nemožnost zaplatit chůvu	1
Špatné vztahy na pracovišti	1
Příliš stráveného času v práci	3
Práce pro někoho na úkor sebe	2

Tabulka č. 7: Co je problémem v zaměstnání?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

19. Jaká Vaše vlastnost se nejvíce zdokonalila v podnikání?

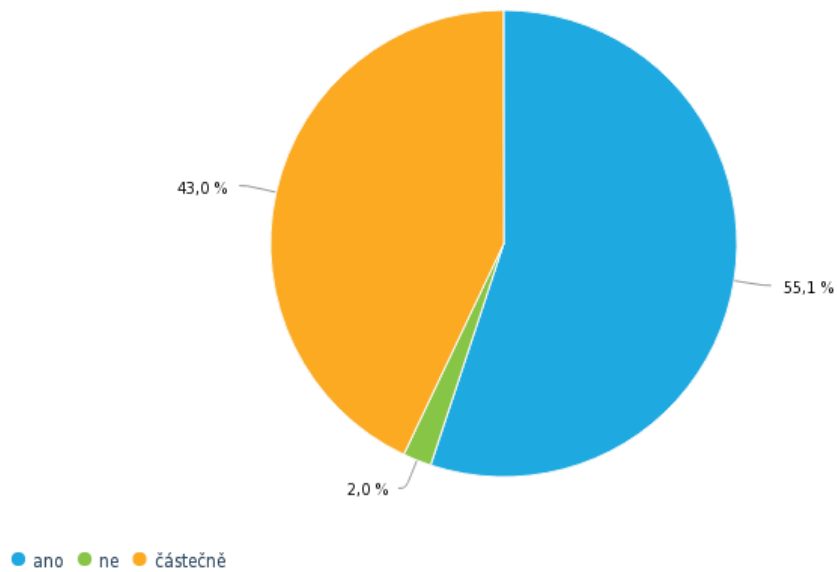


Graf č. 19: Jaká Vaše vlastnost se nejvíce zdokonalila v podnikání?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Otázka zjišťuje, jakou vlastnost považují respondentky za tu, která se vlivem podnikání příznivě rozvinula. V této otázce mohly respondentky označit pouze jednu odpověď. Nejvíce ženy 88 (28,9 %) uváděly, že podnikáním získaly sebedůvěru. Celkem 73 (23,9 %) žen uvedlo samostatnost. Celkem 53 (17,4 %) žen označilo zodpovědnost. Sebeúctu uvedlo 40 žen (13,1 %), kreativitu 19 (6,2 %) a pouze 6 žen (2 %) uvedlo dochvilnost. Odpovědi sebedůvěra a samostatnost spolu mohou velmi úzce souviset. V podnikání se člověk může spolehnout pouze na sebe. Získává zkušenosti a opakováním činností, které zná a ve kterých se mu daří, si vytváří pozitivní představu sám o sobě. Samostatnost je obecně pro podnikání stěžejní vlastností.

20. Splnila jste si podnikáním cíle?

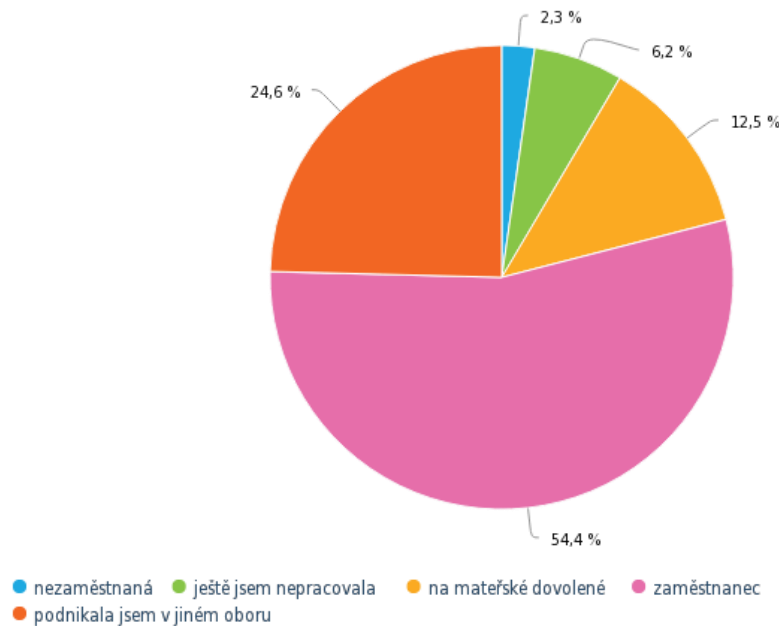


Graf č. 20: Splnila jste si podnikáním cíle?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Více jak polovina dotazovaných 168 žen (55,1 %) uvedla, že si podnikáním splnila cíle. Možnost „částečné splnění cílů“ uvedlo 131 dotázaných (43 %) žen. Minimální počet 6 dotázaných (2 %) uvedl, že si cíle podnikáním nesplnila, což značí, že většinu žen podnikání naplňuje a přináší jim pocit uspokojení potřeb seberealizace.

21. Co jste dělala před tím, než jste začala podnikat v současném oboru?



Graf č. 21: Co jste dělala před tím, než jste začala podnikat v současném oboru?

(Zdroj: Survio, na základě dotazníkového šetření)

Více jak polovina dotázaných 166 (54,4 %) uvedla, že před tím, než začala podnikat v současném oboru byla v zaměstnaneckém poměru. Další nejpočetnější skupina o počtu 75 respondentek (24,6 %) uvedla, že dříve podnikala, ale v jiném oboru. Celkem 38 (12,5 %) respondentek začalo podnikat po skončení rodičovské dovolené a 19 (6,2 %) odpovídajících žen ještě nikdy před podnikáním nepracovalo. S nejmenším počtem odpovědí byly před samotným podnikáním nezaměstnané ženy, kterých je 7 (2,3 %).

5 KOMPARACE SE ZAHRANIČNÍMI STUDIEMI

Svou studii bych ráda podpořila, doplnila a zároveň porovнала s dvěma zahraničními studii. Obě studie mají společné, že jsou studii v oblasti své země, k diskusi tak přistoupíme v kontextu, že zastupujeme Českou republiku. Obě studie se zaměřují na psychologické rysy podnikajících žen napříč mnoha aspekty.

5.1 Female Solo Self-Employment – Features of Gendered Entrepreneurship

První z nich je rakouskou studií z roku 2015, vydanou autory Dieterem Bögenhold a Andreou Klinglmair s názvem Female Solo Self-Employment – Features of Gendered Entrepreneurship, zaměřenou na respondenty celé Evropy. Ta se soustředí zejména na podnikatele, konkrétně osoby samostatně výdělečně činné, které nedisponují zaměstnanci a podnikají. Výzkum sleduje významně se opakující rysy podnikatelek a porovnává je s těmi zjištěnými u mužů. Studie zároveň analyzuje nejčastější motivy, které ženy k soukromému podnikání přivádí a zabývá se spokojeností s finanční situací a vyhlídkami podnikajících osob do budoucnosti.

Rakouská studie uvádí zjištění, že 33,6 % osob ženského pohlaví, podnikajících na území Evropské unie, pracují mezi 20 až 40 hodinami týdně. To vychází zhruba na práci 4,5 hodiny každý den, včetně víkendů. Výzkumná otázka č. 17 zjišťuje, kolik hodin denně, ženy pracují. V tomto údaji se obě studie relativně shodují. Většina, v tomto případě 28,3 % žen pracuje 6–8 hodin a 27,9 % žen pracuje 4–6 hodin. Je zajímavé, že muži z Rakouské studie pracují ve většině případů více jak 40 hodin týdně. Celkově nám ale vychází, že ženy podnikající v České republice pracují na denní bázi nejdéle.

Dle rakouské studie se podnikajícím ženám po nastartování podnikatelské činnosti výrazně zlepšila rovnováha mezi pracovním a soukromým životem a to oceňují výrazněji než třeba skutečnost, že si finančně polepšily. Při interpretaci jednoho konkrétního souboru dat autoři přičítají nárůst žen v oblasti samostatné výdělečné činnosti potřebě vydělat si na živobytí či potřebě riskovat např. při snaze stát se ekonomicky nezávislými (Bögenhold, Klinglmair, 2015).

Zahraniční studie disponuje daty zahrnující mužské i ženské respondenty. Vyzdvihuje informaci, že v době, kdy byl výzkum realizován (2013) byl počet osob samostatně výdělečně činných v Evropské unii 30,6 milionu osob. Z tohoto počtu jsou 31,4 % ženy, což odpovídá počtu 9,6 milionu žen. Výzkum poukazuje na to, že počet žen na pozicích osoby samostatně výdělečně činné neustále narůstá. Výrazný rozdíl mezi ženami a muži se prohlubuje v aspektu zaměstnávání, ženy podnikají ve většině případů “samy na sebe” a bez zaměstnanců. Pokud byli ženy i muži v rakouské studii dotázány na spokojenost s podnikáním, prokázala se u žen výrazně vyšší spokojenost. Muži uváděli ve většině případů “spíše spokojen”. Stejně tak jsou ženy optimističtější, co se týče vyhlídek do budoucnosti (Bögenhold, Klinglmair, 2015).

5.2 Female Entrepreneurs: How and why are they different

Druhá studie s názvem Female Entrepreneurs: How and why are they different je počinem amerických vědců Eliany Carranza, Chandry Dhakal a Inessy Love. Předmětem zkoumání je podnikatelská činnost žen. Prozkoumávají se výsledky jiných výzkumů souvisejících s problematikou. Studie uvádí např. zjištění, že podniky, které vlastní ženy vykazují tendenci disponovat slabším ekonomickým výkonem, mají menší počet zaměstnanců a rostou pomaleji.

Práce uvádí zajímavé rozdíly mezi muži a ženami. Muži např. definují úspěch jako dosažení cílů a vyšších zisků. Pro ženy je úspěch plná kontrola nad vlastním osudem, budování trvalých vztahů s klienty a nastolení vyšší rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem. Dle výzkumu by ženy zpočátku upřednostnily náborové zaměstnání před podnikáním, je zde však vyšší pravděpodobnost, že k podnikání byly ženy spíše než taženy příležitostmi (kreativní nápad pro nový obchod), dotlačeny z ekonomické nutnosti (nedostatek pracovních míst, nedostatečný příjem rodiny).

Ženy mají tendenci mít nižší růstové touhy než muži a dávají přednost pomalému a stálému podnikání před rychle rostoucím či riskantním podnikáním. Některé z těchto preferencí jsou vysvětleny rozdíly v averzi k riziku, nechť ke stresu spojeným s růstem, nebo touha dosáhnout lepší rovnováhy mezi pracovním a soukromým životem (Love, Carranza, Dhakal, 2018, str. 8).

Ženy, které jsou “taženy” do podnikání mají vyšší aspirace na růst než ty, které jsou tlačeny. Studie uvádí, že je důležité zvážit do jaké míry je volba stát se vlastníkem firmy ovlivněna osobnostními preferencemi a životními okolnostmi, kterou ženu provázejí.

Studie jasně dokazuje, že jsou ženy a jejich podnikatelské aktivity na trhu znevýhodňovány kulturními a sociálními normami. Tyto normy předepisují, co je společensky přijatelné pro ženy, jejich chování a jaké možnosti mají k dispozici. Následkem je nižší podpora žen ve vzdělávání, diskriminace (právní a finanční) a další omezení (mobilita, rodinná odpovědnost). Původem diskriminace žen v oblastech práva, financí a pracovního trhu jsou právě sociální normy. Práce vyzdvihuje nutnost zaměřit se na to, jak lze tyto hluboce zakořeněné restriktivní normy změnit.

Výzkum hodnotí kromě ekonomických výsledků podnikání žen (velikost podniku, odvětví, růst, počet zaměstnanců, ziskovost) také tzv. nehošpodářské výsledky, kam autoři řadí osobní naplnění, rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem, životní spokojenost a posílení postavení ve společnosti, které jsou pro ženy důstojnější než ekonomické výsledky. Výkon a ziskovost jsou vyváženy pohodou a kvalitou života (Love, Carranza, Dhakal, 2018, str. 8).

5.3 Diskuze

Všechny studie, které budou v této podkapitole zmiňovány se zaměřují na zkoumání psychologických rysů podnikajících žen. Na následujících řádcích budou prezentována další zjištění vyplývající z analýzy vlastního výzkumu.

Ženy podnikající v oblasti realit pracují v souladu s rodinným životem. Silným motivačním faktorem podnikajících makléřek v ČR je nezávislost a možnost seberealizace. Tyto ženy však často motivuje i vyšší finanční zisk. Makléřky výrazně spojuje touha po nových výzvách. V souvislosti s podnikáním makléřky hovoří často o pocitu svobody, časové flexibilitě, možnosti samostatně se rozhodovat a finanční nezávislost. Celkem často byla makléřkami zmiňováno „špatné jméno profese realitního makléře“. Z výzkumu rovněž vyplývá, že pokud něco představuje pro makléřky problém, jsou původcem zejména druzí lidé. Prostřednictvím dotazníku bylo zjištěno, že makléřky věnují relativně velkou část svého času zejména práci, ovšem vědomí, že je to na úkor jejich volného času je příliš netrápí. A navíc uvádějí, že je jejich rodinný a pracovní život v rovnováze.

Z dotazníku dále vyplývá, že makléřky jsou se svým podnikáním spíše spokojené. Vnímají je pozitivně a to i přesto, že se nejedná o jednoduchou, monotónní práci, ale o opravdové absolvování výzev.

Makléřky považují makléřství za profesi, která jim kromě seberealizace zprostředkovává svobodu a nezávislost. Je pro ně důležitá možnost samostatně rozhodovat. Vybraný vzorek žen podnikajících v realitách se považuje zejména za zodpovědné, samostatné a obětavé.

Důvodem proč by podnikající ženy nechtěly být zaměstnány je nejčastěji úbytek časové flexibility a nemožnost vlastního rozhodování. Často zmiňované však byly i finanční nedocnění a problém s nadřízenými. Pro rozšíření či pokračování vlastního výzkumu by bylo zajímavé zjistit kromě toho, jak se ve výpovědích týkající se podnikání v realitách liší muži a ženy, také zjistit např. charakter konfliktů s lidmi, apod.

Výsledky našeho dotazníku vypovídají o tom, že se ženám nástupem do podnikání stabilizovala rovnováha mezi pracovním a soukromým životem. Rakouská studie přichází s obdobným zjištěním. Je však doplněna zjištěním, že evropské ženy tuto skutečnost oceňují více než si finančně polepšit. Rakouská studie rovněž vypověděla, že rozdíly mezi podnikajícími muži a ženami spočívají zejména v tom, že ženy méně často zaměstnávají a spíše se spoléhají a pracují samy na sebe. Totožné výsledky přinesla i americká studie. Tyto výsledky lze interpretovat i tak, že ženy mají menší tendence někoho řídit. Muži však díky zaměstnávání rychleji rostou a dosahují hospodářské významnosti, ženy také nedisponují příliš silnou tolerancí k riziku.

Americká studie uvedla, že se ženy a muži liší ve vnímání úspěchu. Muži v něm vidí schopnost dosahovat cílů a vyšších zisků. Pro ženy představuje úspěch schopnost ovlivňovat svůj vlastní život. Zde by měla být věnována pozornost tématu diskriminace žen, které velkým přičiněním sociálních norem považují za úspěch mít kontrolu nad vlastním životem, která je však pro muže naprosto přirozená a samozřejmá. Americká studie rovněž zjišťuje, že ženy upřednostňují pomalé a stálé podnikání, zde může figurovat tzv. averze k riziku.

Dle americké studie, ženy, které jsou do podnikání vtaženy pozitivními faktory (touze se realizovat, příležitost uskutečnit kreativní záměr), mají později vyšší cíle a aspirace než ženy, které byly do podnikání vtaženy např. z důvodu nepříznivé situace v rodině. Realitní makléřky většinou vypověděly, že je k podnikání motivuje nejčastěji možnost být nezávislá. Tuto odpověď lze společně s odpověďmi „možnost seberealizace“ a „touha po nové výzvě“ zařadit mezi tzv. pull faktory. Push faktory reprezentují odpovědi „vyhnout se nezaměstnanosti“ a částečně i odpověď „finanční zaopatření“. Makléřky tedy dokládají, že se u nich projevují spíše pull faktory. Americká studie však v tomto případě doporučuje sledovat pro lepší pochopení problematiky proměnné jako osobnostní preference a životní okolnosti provázející důležitá rozhodnutí před zahájením podnikání.

Americká studie odkazuje na příležitosti ženy diskriminovat a to nejen v prostředí pracovního trhu. Studie otevřeně promlouvá o tom, jak tuto skutečnost prokazatelně ovlivňují hluboce zakořeněné sociální normy ve společnosti. Autoři vysloveně apelují na nutnost začít podnikání žen na různých úrovních aktivně podporovat.

ZÁVĚR

V rámci této bakalářské práce byly zkoumány psychologické rysy realitních makléřek. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se věnuje tématu žen v roli podnikatelek. Poukazuje na historický vývoj a aspekty, se kterými se ženy v kontextu podnikání často setkávají. Pozornost je věnována rovněž psychologickému pojmu motivace. Teoretická část rozlišuje mezi “pull faktory” a “push faktory”, které představují zejména důvody, které touhu po podnikatelské dráze aktivují.

Praktická část bakalářské práce dává do souvislosti zjištění o aspektech samotné profese realitního makléře, výsledky vlastního výzkumu a výstupy následné komparace se dvěma zahraničními studiemi, které se na zmíněnou problematiku detailně orientují.

Metodou zvolenou pro empirický výzkum bylo dotazníkové šetření se škálovanými odpověďmi. Ten jsem vytvořila v souladu s několikaletou praxí v oboru, která mi umožňovala lépe dotazník sestavit. Dotazník vyplnily ženy makléřky. Pro ujasnění a zkonkretizování zjištěných výstupů by velmi vhodně působil další vytvořený dotazník pro skupinu realitních makléřů mužů. Tak bych chtěla navázat ve své diplomové práci. Cílem šetření bylo získat představu o tom, jaké psychologické aspekty spojené s podnikáním převažují u žen, které se živí jako realitní makléřky.

Zjistili jsme, že realitní makléřky touží zejména po tom být nezávislé, časově flexibilní a profesně se rozvíjet. A právě touha být nezávislá tyto ženy k podnikání přivedla nejčastěji. Celkově u realitních makléřek převládají “pull faktory”, tedy pozitivní faktory jako nezávislost, možnost rozhodovat a organizovat si čas a práci v souladu s vlastními potřebami. Některé realitní makléřky však v nízké, ale zaznamenané míře uvedly, že je k podnikání přivedly push – faktory. To bylo zejména v situacích, kdy musely řešit rodinný rozpočet, či si zajistit místo na pracovním trhu, jehož hledání měly zejména kvůli rodinným závazkům komplikované.

V podnikání jsou realitní makléřky demotivovány zejména nepříznivými projevy a vlastnostmi kolegů a klientů. Zdá se však, že jim ani sociální potíže nespouští úvahy o ukončení podnikání v nijak zásadní míře. Celkově nelze příliš soudit, že by se testované

ženy odvolávaly na ztížené podmínky v kontextu sociálních norem. Je rovněž možné interpretovat toto zjištění jako snahu žen soustředit se na to, co je a co by mohlo být lepší. Možná, že to ani nepřisuzují diskriminaci, ale vlastním nedostatkům. Co se týče silných a slabých stránek jsou realitní makléřky relativně zvýšeně sebekritické. Celkem často se totiž považují za “líné” a “laxní”. Jejich sebedůvěra a sebepojetí však působí spíše pozitivně.

Díky následné komparaci vlastního výzkumu se zahraničními studii můžeme soudit, že se ženy podnikatelky obecně soustředí zejména na nezávislost, seberealizaci, finanční nezávislost a možnost posouvat své vlastní limity. Motivuje je rovněž pocit svobody, který pravděpodobně souvisí s nutností efektivní organizace času. Zahraniční studie se však mnohem více soustředí na projevy diskriminace a to nejen na pracovním trhu. Studie doporučují věnovat větší pozornost problematice, vzdělávání a aktivní podpoře ženám v podnikání.

Takovou podporu může ženám poskytnou např. i životní partner případně rodina. Cílem žen je být úspěšná, studie však dokládají rozdíly mezi vnímáním úspěchu muži a ženami. Pro muže úspěch představuje efektivní naplnění cílů a dosažení zisků. Pro ženy úspěch představuje možnost realizovat své sny, rozhodovat, organizovat a především mít kontrolu nad vlastním životem, což je sám o sobě výrok dokládající existenci diskriminačních vlivů.

POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE

BAHENSKÁ, M., L. HECZKOVÁ a D. MUSILOVÁ. *Ženy na stráž*. Praha: Masarykův ústav a Archiv AV ČR, 2010, ISBN 978-80-86495-70-5.

DYRTL, Zdenek a kolektiv. *Ženy a management*. Praha: Albatros, MEDIA a.s., 2014, ISBN 978-80-265-0150-3.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada, 2016. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-5326-3.

KARSTEN, Hartmut. *Ženy-muž*. Praha: Portál, 2006, ISBN 80-7367-145-X.

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

LUKEŠ, Martin, Ivan, NOVÝ a kol. *Psychologie podnikání*. Praha: Management Press, 2005, ISBN 80-7261-125-9.

MATURKANIČ, Prokop, Patrik. *Etika*. Terezín, 2018, ISBN 978-80-87871-05-8.

NAKONEČNÝ, Milan. *Motivace chování*. Praha: Triton, 2014, ISBN 978-80-7387-830-6.

NAKONEČNÝ, Milan. *Obecná psychologie*. Praha: Stanislav Juhaňák – Triton, 2015. ISBN 978-80-7387-929-7.

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

SANDBERG, Sheryl. *Opřete se do toho: ženy, práce a vůle uspět*. Praha: Dokořán, 2013. ISBN 978-80-7363-535-0.

SKALICKÁ, Eliška, Eva, VAŠKOVÁ, ČEJKOVÁ. *Úspěch měřím štěstím*. Praha: Mladá Fronta, 2012, ISBN 978-80-204-2623-9.

SLAVÍČKOVÁ, Pavla (ed.). *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti*. Olomouc: Nakladatelství lidové noviny, 2016, ISBN 978-80-7422-508-6.

TURECKIOVÁ, Michaela. *Klíč k účinnému vedení lidí: odemkněte potenciál svých spolupracovníků*. Praha: Grada, 2007. Vedení lidí v praxi. ISBN 978-80-247-0882-9.

VÁGNEROVÁ, Marie. *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum, 2010, ISBN 978-80-246-1832-6.

VEBER, Jaromír a kol. *Management*. Praha: Management Press, 2017, ISBN 978-80-7261-274-1.

VÝROST, Jozef, Ivan SLAMĚNÍK a Eva SOLLÁROVÁ, ed. *Sociální psychologie: teorie, metody, aplikace*. Praha: Grada, 2019. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5775-9.

WAGNEROVÁ, Alena. *Žena za socialismu*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2017, ISBN 978-80-7419-252-4.

INTERNETOVÉ ZDROJE:

BÖGENHOLD, Dieter a Andrea KLINGLMAIR. Female Solo Self-Employment: Features of Gendered Entrepreneurship. *International Review of Entrepreneurship* [online]. Rakousko: Senate Hall Academic Publishing, 2015, 2015 [cit. 2020-11-19]. Dostupné z: doi: Dieter Bögenhold & Andrea Klinglmair

CARNEGIE, Andrew. *Citáty slavných osobností*. Dostupné z: <https://citaty.net/citaty/6609-john-c-maxwell-dobre-vybudovany-tym-muze-dosahnout-takoveho-uspe/> (<https://citaty.net/citaty/6609-john-c-maxwell-dobre-vybudovany-tym-muze-dosahnout-takoveho-uspe/>)

ČTK. Nejlepší podmínky pro podnikání mají ženy v USA, ukázal průzkum. Česko skončilo na 43. místě. *Hospodářské noviny: Byznis ihned* [online]. 2019 [cit. 2021-02-01]. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-66681450-nejlepsi-podminky-pro-podnikani-maji-zeny-v-usa-vplyva-ze-studie-mastercard-cesko-skoncilo-na-43-miste>

HELAS s.r.o. *Ocenění Českých podnikatelek 12. ročník*. 2019. Dostupné z: <https://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz/winners/default/vitezky> a <https://www.oceneniceskychpodnikatelek.cz/winners/detail?id=56>

HOLASOVÁ, Dita. Kdo je to realitní makléř a co všechno musí takový makléř znát a umět? *Patreal realitní kancelář: 25 let zkušeností na realitním trhu* [online]. 2019 [cit. 2021-01-22]. Dostupné z: <https://www.patreal.cz>

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY, iHNed.cz, [cit. 2019-11-26]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://byznys.ihned.cz/c1-66681450-nejlepsi-podminky-pro-podnikani-maji-zeny-v-usa-vplyva-ze-studie-mastercard-cesko-skoncilo-na-43-miste>

LOVE, Inessa, Eliana CARRANZA a Chandra DHAKAL. Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different? *World Bank Group Jobs: Umbrella Multidonor Trust Fund* [online]. USA Washington D.C.: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank., 2018, 64 [cit. 2021-01-22]. Dostupné z: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/400121542883319809/pdf/Female-Entrepreneurs-How-and-Why-are-They-Different.pdf>

Mastercard Index: U.S., New Zealand, Canada and Israel Are the Top Countries for Women Entrepreneurs: Women entrepreneurs are opening businesses at a higher rate than before, but challenges persist. *Business Wire: A berkshire hathaway company* [online]. Reykjavik, 2019, 20.11. 2019, 1 [cit. 2021-02-01]. Dostupné z:

<https://www.businesswire.com/news/home/20191120005266/en/%C2%A0Mastercard-Index-U.S.-New-Zealand-Canada-and-Israel-Are-the-Top-Countries-for-Women-Entrepreneurs>

PURKNER, Vítězslav. *Manažerské dovednosti*. Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4329-4 (e-kniha). Dostupné z: <https://publi.cz/books/114/Prukner.html>

SYROVÝ, Lukáš a Jakub VOJTĚCH. Realitní zprostředkování v roce 2020: co přináší nová regulace. *Havel Partners: Connected through success* [online]. Havel Partners, 2019. Dostupné z: https://www.havelpartners.cz/wp-content/uploads/2020/04/BUILDING-WORLD_HavelPartners.pdf

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ A PŘÍLOH

Obrázky

Obr. č. 1: Studie progrese výsledků podnikatelek	7
Obr. č. 2: Studie progrese výsledků podnikatelek	8
Obr. č. 3: Sebehodnocení	17
Obr. č. 4: Maslowova pyramida potřeb	18
Obr. č. 5: Schéma „kognitivních klíčů“	21
Obr. č. 6: Motivace úspěchu	22

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Důvody k zahájení podnikání	36
Tab. č. 2: Negativní aspekty podnikání	40
Tab. č. 3: Příčiny uvažování o ukončení podnikání	45
Tab. č. 4: Význam slov svoboda a nezávislost	46
Tab. č. 5: Silné stránky respondentek	49
Tab. č. 6: Slabé stránky respondentek	50
Tab. č. 7: Problém v tom být zaměstnancem	52

Grafy

Graf č. 1: Kolik je Vám let?	31
Graf č. 2: Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	32
Graf č. 3: Jaký je Váš rodinný stav?	33
Graf č. 4: Je Vaše podnikání v souladu s Vaším rodinným životem?	34
Graf č. 5: Z jakého důvodu jste začala podnikat?	35
Graf č. 6: Pokud máte partnera, podporuje Vás v podnikání?	37
Graf č. 7: Co pozitivního Vám dává Vaše podnikání?	38
Graf č. 8: S čím negativním se v podnikání nejčastěji setkáváte?	39
Graf. č. 9: Jste ochotná obětovat část svého volného času na úkor podnikání?	41
Graf č. 10: Zažila jste ve svém životě nedostatek finančních prostředků?	42
Graf č. 11: Přemýšlela jste někdy o ukončení podnikání	43
Graf č. 12: Co bylo příčinou?	44
Graf č. 13: Jaký mají pro Vás význam slova nezávislost a svoboda?	46
Graf č. 14: Motivuje Vás intenzivně na sobě pracovat a rozvíjet svoji osobnost?	47
Graf č. 15: Jaké jsou Vaše silné stránky?	48
Graf č. 16: Jaké jsou Vaše slabé stránky?	49
Graf č. 17: Kolik hodin denně věnujete práci?	51
Graf č. 18: Co pro Vás představuje zaměstnání	52
Graf č. 19: Jaká Vaše vlastnost se nejvíce zdokonalila v podnikání	53
Graf. č. 20: Splnila jste si podnikáním cíle?	54
Graf č. 21: Co jste dělala před tím, než jste začala podnikat v současném oboru?.....	55

Příloha

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření - Jaké klíčové osobnostní rysy mají ženy v podnikající v realitách a co je nejvíce motivuje

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

1. Kolik je Vám let?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- do 30 let
- 31-40 let
- 41-50 let
- 51-60 let
- 61 a více

2. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Základní
- Vyučena
- Středoškolské
- Vysokoškolské

3. Jaký je Váš rodinný stav?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- svobodná bez partnera
- svobodná s partnerem
- vdaná
- rozvedená

4. Je Vaše podnikání v souladu s Vaším rodinným životem?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano
- ne
- částečně
- nemám rodinu

5. Z jakého důvodu jste začala podnikat?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- možnost seberealizace
- touha po nové výzvě
- finanční zaopatření
- být nezávislá
- potřeba uznání
- vyhnout se nezaměstnanosti
- sociální postavení
- Jiná...

6. Pokud máte partnera, podporuje Vás v podnikání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne

7. Co pozitivního Vám dává Vaše podnikání?

Nápověda k otázce: *Změňte pořadí položek dle svých preferencí (1. - nejdůležitější, poslední - nejméně důležitá)*

pocit svobody

finanční nezávislost

sebedůvěru

možnost vlastního rozhodování

časovou flexibilitu

společenskou prestiž

seberealizace

8. S čím negativním se v podnikání nejčastěji setkáváte?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- diskriminace
- legislativní podmínky
- neschopnost organizování pracovního a osobního času
- konkurence
- finanční problémy
- Jiná...

9. Jste ochotna obětovat větší část volného času na úkor podnikání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano
- ne
- nevím

10. Zažila jste ve svém životě nedostatek finančních prostředků?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- spíše ano
- Ne
- Spíše ne

11. Přemýšlela jste někdy o ukončení podnikání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

12. Pokud jste přemýšlela o ukončení podnikání, co bylo příčinou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- finanční nerentabilita
- nedostatek volného času
- příliš mnoho zodpovědnosti
- špatný odhad trhu
- psychická náročnost
- Jiná...

13. Jaký má pro vás význam slov "svoboda a nezávislost"?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- více volného času
- více peněz
- možnost rozhodování
- samostatnost
- Jiná...

14. Motivuje Vás intenzivně na sobě pracovat, sebevzdělávat se a rozvíjet svoji osobnost?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Ne
- Nevím
- Jiná...

15. Jaké jsou Vaše silné stránky?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- cílevědomost
- samostatnost
- kreativita
- zodpovědnost
- nezávislost
- obětavost
- dochvilnost
- Jiná...

16. Jaké jsou Vaše slabé stránky?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- nezodpovědnost
- nedochvilnost
- nesamostatnost
- laxnost
- lhostejnost
- nepřizpůsobivost
- žádné
- Jiná...

17. Kolik hodin denně Vám podnikání zabere času?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- méně než 4 hodiny
- 2-4 hodiny
- 4-6 hodin
- 6-8 hodin
- 8-10 hodin
- 10-12 hodin
- 12-14 hodin

18. Co pro Vás představuje zásadní problém v tom, kdybyste měla být zaměstnancem?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- nemožnost vlastního rozhodování
- nemožnost prosadit se
- finanční nedocnění
- omezená časová flexibilita
- problém s nadřízenými
- Jiná...

19. Jaká Vaše vlastnost se nejvíce zdokonalila v podnikání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- sebedůvěra
- cílevědomost
- samostatnost
- kreativita
- zodpovědnost
- sebeúcta
- dochvilnost

20. Splnila jste si Vaším podnikáním cíle?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano
- ne
- částečně

21. Co jste dělala před tím, než jste začala podnikat v současném oboru?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- nezaměstnaná
- ještě jsem nepracovala
- na mateřské dovolené
- zaměstnanec
- podnikala jsem v jiném oboru