

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

Ženy v podnikání porovnání soutěží podnikatelek v České republice
a Francii na příkladu ceny Veuve Clicquot
Diplomová práce

Autor: Bc. Anna Klobásková

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jana Geršlová, CSc.

Olomouc 2018

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci na téma: „Ženy v podnikání porovnání soutěží podnikatelek v České republice a Francii na příkladu ceny Veuve Clicquot“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci, dne

Podpis.....

Poděkování

Velice ráda bych poděkovala Prof. PhDr. Janě Geršlové, CSc., vedoucí mé diplomové práce, za její odborné a trpělivé vedení, pomoc a množství cenných rad. Dále chci poděkovat, všem ženám podnikatelkám, díky nimž mohla tato práce vzniknout.

„On ne naît pas femme, on le devient“

Simone de Beauvoir

Obsah

ÚVOD.....	7
1. ŽENY VE SPOLEČNOSTI.....	9
1.1. ŽENA A SPOLEČNOST.....	9
1.1.1. Ženy v devatenáctém století.....	10
1.1.2. Ženy ve dvacátém století.....	10
1.1.3. Žena jednadvacátého století.....	11
1.1.4. Česká žena ve společnosti.....	11
1.2. POSTAVENÍ ŽEN NA TRHU PRÁCE.....	13
1.2.1. Charakteristika postavení žen na trhu práce v České republice.....	15
1.2.2. Zaměstnanost žen v České republice.....	15
1.3. ŽENY PODNIKATELKY.....	19
1.3.1. Podnikatelky v České republice.....	21
1.3.2. Vzdělání podnikatelek.....	22
1.4. PODPORA ŽEN V PODNIKÁNÍ.....	24
1.4.1. Programy podporující ženy v České republice.....	24
1.4.2. Programy podporující ženy v zahraničí.....	26
1.4.3. Soutěže oceňující ženy v České republice i zahraničí.....	27
2. VEUVE CLICQUOT-PONSARDIN.....	30
2.1. BARBE-NICOLE CLICQUOT-PONSARDIN.....	31
2.2. VDOVA PODNIKATELKA.....	35
2.3. SPECIFIKA PODNIKÁNÍ VEUVE CLICQUOT-PONSARDIN.....	38
2.4. ZAJÍMAVOSTI DOMU VEUVE CLICQUOT-PONSARDIN.....	41
3. VEUVE CLICQUOT BUSINESS AWARD.....	42
3.1. HISTORIE CENY VEUVE CLICQUOT.....	42
3.2. NUTNÉ KROKY K NOMINACI DO SOUTĚŽE.....	43
3.3. KATEGORIE SOUTĚŽE BWA.....	44
1. VEUVE CLICQUOT BUSINESS AWARD.....	44
2. VEUVE CLICQUOT NEW GENERATION AWARD.....	45
3. VEUVE CLICQUOT SOCIAL PURPOSE AWARD.....	46
3.4. CO OCENĚNÍM VEUVE CLICQUOT BUSINESS AWARD ŽENY ZÍSKAJÍ?.....	47

3.5.	OCENĚNÉ ŽENY Z MINULÝCH LET A SPECIFIKA JEJICH PODNIKÁNÍ	47
4.	ČESKÁ SOUTĚŽ PRO OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK	50
4.1.	HELENA KOHOUTOVÁ.....	50
5.	OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK.....	52
5.1.	HISTORIE A VZNIK CENY.....	52
5.2.	NUTNÉ KROKY K NOMINACI DO SOUTĚŽE.....	53
5.3.	KATEGORIE SOUTĚŽE OCP.....	54
1.	Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí.....	54
2.	Cena ČSOB – výjimečná podnikatelka.....	54
3.	Cena za výjimečný růst firmy.....	54
4.	Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny	54
5.	Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft.....	55
5.4.	CO OCENĚNÍM ČESKÝCH PODNIKATELEK ŽENY ZÍSKAJÍ?.....	56
5.5.	OCENĚNÉ ŽENY Z MINULÝCH LET A SPECIFIKA JEJICH PODNIKÁNÍ	57
6.	POROVNÁNÍ SOUTĚŽÍ VEUVE CLICQUOT BUSINESS AWARD A OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK	61
6.1.	POROVNÁNÍ HISTORIE SOUTĚŽÍ BWA A OCP.....	61
6.2.	KRITÉRIA PRO REGISTRACI DO SOUTĚŽÍ	62
6.3.	KATEGORIE SOUTĚŽÍ.....	63
6.4.	ROZDÍL OCENĚNÍ ŽEN V SOUTĚŽÍCH.....	65
7.	VYHODNOCENÍ SOUTĚŽÍ BUSINESS WOMAN AWARD A OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK	67
	ZÁVĚR.....	69
	RÉSUMÉ.....	71
	POUŽITÉ ZKRATKY	73
	ZDROJE	74
	OBRÁZKY	81
	TABULKY	81
	SEZNAM PŘÍLOH.....	82
	PŘÍLOHY	83

Úvod

Ženy hrají v lidské společnosti podstatnou roli už od samého počátku lidstva. V této práci se budu zabývat tématem žen podnikatelek a s tím spojené rozvíjející se soutěže pro ocenění podnikatelek. Podle mého názoru by se veškeré úspěchy, ať už jde o osobní nebo kariérní, měly jakýmkoli způsobem oslavovat.

Ženy a podnikání je dlouhodobě probírané téma se kterým se setkáváme téměř každý den. V České republice, ale i v ostatních státech světa, každoročně narůstá počet žen, které se rozhodly osamostatnit a vydaly se na vlastní dráhu podnikatelek. V České republice se počet žen podnikatelek v posledních dvou dekadách zdvojnásobil.¹ Pokud se podíváme na Evropskou unii a údaje, které poskytuje Evropská komise, vidíme že, ženy představují 52 % celkového evropského obyvatelstva, dále z této statistiky vyplývá, že ženy podnikatelky představují 34,4 %.² Za zmínku také stojí USA, kde počet žen, které zakládají vlastní podniky, roste 2,5krát rychleji než národní průměr. American Express Open³ dále uvádí, že na území USA existuje o 114 % více žen podnikatelek než před dvaceti lety.

Díky těmto údajům si pokládám otázku, zda jsou ženy podnikatelky oceňovány za své odhodlání řídit a vlastnit podnik, a budu se snažit na tuto otázku najít odpověď v této práci.

Tato práce se teoreticky zaměřuje na postavení žen ve společnosti a ženy podnikatelky. Hlavním cílem práce je představení jedné z nejúspěšnějších podnikatelek Francie, kterou je Barbe-Nicole Clicquot-Ponsardin, spíše známou jako Veuve Clicquot, a její vinařské společnosti Veuve Clicquot-Ponsardin. Právě na počest podnikání Veuve Clicquot byla v roce 1972 založena soutěž pro ocenění podnikatelek, tato soutěž se

¹STRAŠILOVÁ, Gabriela. *Počet podnikatelek se za 20 let zdvojnásobil* [online]. Praha: ČSÚ, 2014 [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnásobil/>

²EUROPEAN COMMISSION. *Female entrepreneurs* [online]. Luxembourg: European Commission, 2014 [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en

³AMERICAN EXPRESS OPEN. *Number of Women-Owned Businesses Growing 2.5 Times Faster Than National Average* [online]. New York: American Express, 2017 [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://about.americanexpress.com/news/pr/2017/state-of-women-owned-businesses-2017-report.aspx>

jmenuje Veuve Clicquot Business Woman Award a od roku 1972 s sebou nese dlouholetou tradici v oceňování žen v různých zemích světa. Název práce nese porovnání soutěží. Proto jsem se rozhodla vybrat k francouzské soutěži jednu českou soutěž, která nese název Ocenění českých podnikatelek, jež založila v roce 2008 česká podnikatelka Helena Kohoutová. V dalších částech textu se budu věnovat jednotlivým charakteristikám soutěží, jako jsou kritéria pro nominaci do soutěže, co vlastně těmito soutěžemi ženy získají a u obou soutěží zmíním také oceněné ženy z minulých atd. Jelikož název práce je porovnání soutěží, rozhodla jsem se je porovnávat pomocí následujících kritérií: *historie soutěží, kritéria pro registraci do soutěže, kategorie soutěží a co oceněním ženy získají*. Závěrem práce vyhodnotím tyto dvě soutěže pro ocenění podnikatelek.

1. Ženy ve společnosti

V této části práce se zaměřím na ženy ve společnosti, jak se v průběhu historických období ve společnosti vyvíjely. Nebudu se věnovat všem etapám historie, ve kterých se postavení žen postupně měnilo, ale stručně se podíváme do devatenáctého, dvacátého a jednadvacátého století, které jsou podle mého názoru důležité pro vznik moderní ženy, a ve kterých můžeme objevit ženy, jež v těchto obdobích začaly podnikat. Dále zmiňuji postavení žen na trhu práce, kde uvádím také charakteristiku českých žen na trhu práce, a na to navazuje zaměstnanost žen v České republice. Závěrem se věnuji ženám podnikatelkám a dále zmiňuji několik organizací, programů a projektů, které podporují ženy podnikatelky jak v České republice tak i zahraničí.

1.1. Žena a společnost

Jak je již zmíněno v úvodu práce, ženy představují ve společnosti důležitou roli od samého počátku existence lidstva. Jestliže se podíváme zpět do historie, role žen ve společnosti byla velmi omezená. Ženy byly dříve považovány za majetek. Nejdříve majetek otce a později majetek svého manžela. Ženské role představovaly pouze manželky, matky a hospodyně. Výjimkou byly ženy, které se staly vdovami. Žena vdova, která po smrti manžela byla relativně movitá, měla šanci žít svůj život ve vysokém postavení. Mohla se řídit podle sebe, samozřejmě při zachování určitých společenských konvencí. Vdova nebyla nucena k dalšímu sňatku, na druhou stranu, pokud byla žena v přiměřeném věku, další manželství bylo společensky přijatelné.⁴

Pokud se podíváme na současnou ženu ve společnosti, dnešní žena pociťuje určitou satisfakci v mnoha ohledech. Již není majetkem svého otce nebo manžela. Ženy dnes zažívají úspěch v kariéře a snaží se najít rovnováhu mezi pracovním a rodinným životem. Dnešní ženy zažívají nejrovnější přístup vedle mužů. Mají stejná práva, přístup

⁴BOCK, Gisela. *Ženy v evropských dějinách: od středověku do současnosti*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2007, str. 44 - 45

ke vzdělání a nárok na rovnou mzdu.⁵ Ženy v dnešní době dominují spotřebitelským tržím. Co se týče vysokých firemních pozic, globálně ženy zastávají méně než čtvrtinu vysokých firemních pozic. Naproti tomu však stojí, že 7,6 milionu firem vlastní ženy, což představuje nárůst o 6,4 miliónů více než před dvaceti lety.⁶

Zde tedy vidíme stručné postavení žen v historii a postavení současné ženy ve společnosti. V dalších podkapitolách je krátce rozepsáno postavení žen ve třech různých staletích.

1.1.1. Ženy v devatenáctém století

Devatenácté století je všeobecně považováno za jednu z nejdůležitějších epoch lidstva. V průběhu devatenáctého století docházelo k velkým změnám, které se především týkaly společnosti, hospodářství a technologií.

Devatenácté století společně s rozvojem industrializace přispívá k rozšíření placené ženské práce. Tato možnost vedla k velkému počtu žen, které se rozhodly pracovat, a za svou práci získaly odměnu. Ženská práce byla však pouze dočasná, protože po založení rodiny musely své zaměstnání opustit. V této době vládla představa, že se práce s mateřstvím a rodinným životem neslučuje. Výjimku tvořily rodiny, kde muž nebyl schopen uživit rodinu, v tom případě žena mohla pracovat.⁷

1.1.2. Ženy ve dvacátém století

Dvacáté století je pro ženy plné změn. V předchozích etapách byla žena podřízena muži. Nyní dochází k oslabení role žen v domácnosti a k rozvoji jejich svobody. Tato doba umožňuje ženám studium, práci, volební práva, atp. Příchod dvacátého století s sebou přinesl spoustu otázek, na které byly nejasné odpovědi. Mezi ně například patřilo: *Jak zahájit studia? K jaké profesi mám směřovat? O jakou kariéru mám usilovat? Měla*

⁵ČERMÁK, Jindřich. *Postavení ženy ve společnosti se zaměřením na Českou republiku* [online]. E-polis.cz, 2003, [cit. 2018-01-19].

Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/postaveni-zeny-ve-spolecnosti-se-zamerenim-na-ceskou-republiku.html>

⁶SHEPARDOVÁ, Molly D., Jane K. STIMMLEROVÁ a Peter DEAN. *Cesta do pánského klubu: Osm způsobů jak uspět v kariéře pro ženy*. 1. Tetčice: Impossible, 2014, str. 22 – 23

⁷LÍPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství*. Vyd. 2. Praha: Prostor, 2007, str. 193

bych se vdát? Kolik mít dětí a kdy? A mnoho dalších. V této době dochází také k pozitivní změně veřejného mínění na ženu a práci. Pozitivní zprávou je, že dívky začaly studovat, aby si později našly práci a zajistily si tak existenční nezávislost na mužích.⁸

1.1.3. Žena jednadvacátého století

V dnešní době se ve vyspělých státech žena zdá být rovnocenná muži. Ženy mají stejná práva, podmínky k životu, možnost seberealizace, mohou mít stejnou práci, jednoduše lze říci, že muži a ženy jsou si v moderním světě rovni.⁹ Pokud se přímo podíváme na ženu jednadvacátého století, je typická tím, že si je vědomá své hodnoty, svůj zrak upíná sama na sebe, má své vize, vytyčené cíle a snaží se jít stále dopředu. Pokud pocítí jakýkoliv nedostatek, snaží se na něm pracovat.¹⁰ Ženy v jednadvacátém století mají takřikajíc neomezené možnosti. Mohou zakládat své vlastní podniky, pracovat ve státní sféře, pracovat v ryze mužských odvětvích atp. Naproti tomu, dnešní ženy také řeší životně důležitou otázku, jejíž základy se objevovaly už ve století dvacátém. Tato otázka zní: „*Mám se postavit na vlastní nohy a začít si budovat vlastní kariéru a být závislá sama na sobě, nebo založit rodinu a svou veškerou aktivitu věnovat rodině a jejímu fungování?*“

1.1.4. Česká žena ve společnosti

V předchozích podkapitolách jsem se věnovala postavení žen globálně. Nyní přichází část si představit českou ženu ve společnosti od devatenáctého do jednadvacátého století.

České ženy v devatenáctém století byly již od útlého věku vedeny k práci pro domácnosti a rodinu. Ženy byly od rána do večera zaměstnány v domácnosti, což je mělo

⁸TARANTOVÁ, Martina. *Postavení žen ve společnosti*. Praha, 2007, str. 15 – 17

⁹VEVERKOVÁ, Lenka. *Postavení žen ve světě* [online]. Praha: Idnes, 2008, [cit. 2018-01-25].

Dostupné z: <https://veverkova.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=29310>

¹⁰VRÁNOVÁ, Nina. *Žena 21. století: Má vše, ale zároveň nic* [online]. Praha: Žena, 2017, [cit. 2018-01-19].

Dostupné z: <https://www.zena.cz/vztahy/zena-21-stoleti-vice-hraje-mene-zije/r~04955182991511e7a7160025900fea04/?redirected=1516387937>

připravit, aby se dobře provdaly.¹¹ Dvacáté století dovoluje dívkám studium, i když rodiny spíše preferují studium chlapců. První světová válka měla být rychlá a měla znamenat rychlé vítězství Rakousko-Uherska. Skutečnost se však lišila a do války byli později nuceni nastoupit i velmi mladí chlapci. To znamenalo, že pracovní místa mužů musely obsadit ženy. Ženy, ale musely také zastoupit veškerou těžkou práci na venkově (dřina na polích, v kovárnách a mlýnech).¹² Druhá světová válka zapříčinila rovnoprávnost žen s muži. Stejně, jako v první světové válce, tak i v druhé ženy zastávaly posty jako ošetřovatelky, radistky, a také nahradily většinu pracovních míst místo mužů. Co se však změnilo, bylo, že ve druhé světové válce ženy bojovaly se zbraněmi v ruce. Ženy ve druhé světové válce bojovaly v uniformách v předních liniích, kde prokázaly svou odvahu, rozhodnost a další tzv. mužské vlastnosti. V této válce se ukázalo, že veškerá lidská práva se bez rozdílu vztahují na muže a ženy.¹³ Socialismus pro ženy znamenal zrovnoprávnění žen v mzdové a platové rovině. Především se to týkalo případů, kdy ženy vykonávaly stejnou práci jako muži. I přesto byly platy žen stále nižší než platy mužů. Ve většině případů to bylo prisuzováno tomu, že ženy byly převážně nevyučené, a proto byly zařazovány do nižších platových kategorií. Tato skutečnost vedla k tomu, že ženy začaly usilovat o dosažení odborné kvalifikace, aby se vyrovnaly mužům. Za období socialismu neměly ženy povinnost být zaměstnané, pokud měly děti a chtěly zůstat v domácnosti, nikdo jim v tom nebránil. Spousta žen ale byla zaměstnána, protože jejich rodiny si zvykly na určitý standart, který dva příjmy do domácnosti nesly. Ženy tak přijímaly dvě role, zaměstnání a domácnost, a byly na to patřičně hrdé, co všechno zvládnou oproti mužům.¹⁴ Podle Čermáka¹⁵ česká žena po roce 1989 má na trhu práce

¹¹KÁFOŇKOVÁ, Jarmila. *POSTAVENÍ ŽEN V ČESKÉ SPOLEČNOSTI V POSLEDNÍCH 100 LETECH* [online]. Brno, 2006, str. 8 [cit. 2018-01-28]. Dostupné z:

https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/3640/káfoňková_2007_bp.pdf?sequence=1.

¹²KÁFOŇKOVÁ, Jarmila. *POSTAVENÍ ŽEN V ČESKÉ SPOLEČNOSTI V POSLEDNÍCH 100 LETECH* [online]. Brno, 2006, str. 16 – 17 [cit. 2018-01-28].

Dostupné z: https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/3640/káfoňková_2007_bp.pdf?sequence=1.

¹³Tamtéž str. 23 – 24

¹⁴Tamtéž str. 28 – 29

¹⁵ČERMÁK, Jindřich. *Postavení ženy ve společnosti se zaměřením na Českou republiku* [online]. E-polis.cz 2003, [cit. 2018-01-19]. Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/postaveni-zeny-ve-spolecnosti-se-zamerenim-na-ceskou-republiku.html>

daleko horší postavení než muž. Projevuje se „typické“ rozdělení na ženské a mužské práce. Z čehož vyplývá, že vysoké zastoupení žen najdeme v profesích jako jsou učitelky, pečovatelky nebo pracovnice v sociálních službách. Nové tisíciletí je k ekonomické aktivitě žen daleko příznivější. Uplatnění žen na trhu práce je na velmi dobré úrovni. Ekonomicky aktivních žen je v České republice nadpoloviční většina, nezaměstnaných žen je jen o něco málo více než mužů. Díky rozšíření rekvalifikačních kurzů, které poskytují Úřady práce, mají ženy možnost nového vzdělání a snazší vstup na trh práce.¹⁶

V první části jsem představila průřez třemi staletími, ve kterých se postavení žen ve společnosti postupně měnilo. Dospěla jsem k ženám, které jsou typické pro dnešní dobu. Dále jsem zmínila českou ženu ve společnosti. Nyní se budu věnovat další části, která spočívá v tom, jaké postavení mají ženy na trhu práce.

1.2. Postavení žen na trhu práce

Z přechodných částí textu je patrné, že ženy neměly téměř žádné postavení na trhu práce, protože ve většině případů zastávaly role v domácnostech, kde se musely starat o děti, manžela a celkový chod domácnosti. Dalo by se říci, že trh práce byl pro ženy velkým společenským tabu. Zaměstnanost žen až do 20. století byla velmi nízká, téměř nulová. Většina žen zastávala pracovní role jako porodní báby, kořenářky, služky nebo vychovatelky.¹⁷ Velký zlom nastal v období válek, tedy ve 20. století, kdy ženy zastupovaly práce mužů, kteří museli odejít do války.

Současné postavení žen na trhu práce je velmi ovlivněno genderovou strukturou trhu práce, která se vyskytuje v dané společnosti a v dané době. Při zkoumání postavení žen na trhu práce je třeba zmínit jejich celkové postavení ve společnosti a očekávání, která společnost vyvíjí na ženy. Postavení žen v české společnosti má v současné době dvojí charakter. První je, že ženy jsou stále považovány za ty, které se mají starat a pečovat o domácnost a děti. Druhým je, že již několik generací žen, které participují

¹⁶KÁFOŇKOVÁ, Jarmila. *POSTAVENÍ ŽEN V ČESKÉ SPOLEČNOSTI V POSLEDNÍCH 100 LETECH* [online]. Brno, 2006, str. 41-42 [cit. 2018-01-28].

Dostupné z: https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/3640/káfoňková_2007_bp.pdf?sequence=1.

¹⁷GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999, str. 320

na trhu práce, se významně podílí na finančním chodu domácností.¹⁸ Historií tak zaužívaný model – muže živitele, kdy na něm byla žena finančně závislá, postupně ustupuje do pozadí. Tím, že ženy vstoupily na trh práce, se totiž tradiční model mění na dvoupříjmový způsob finančního zabezpečení rodiny. Znamená to, že muž i žena se aktivně podílejí svými platy na fungování domácnosti, s tím však souvisí, že jejich platy nejsou ve většině případů rovnocenné. Vyšší příjem muže se často nadále považuje za synonymum k příjmu rodiny a příjem ženy je tak považován za příjemné navýšení rodinného rozpočtu. Dvoupříjmové domácnosti do značné míry představují rovnost mužů a žen v rodině.¹⁹

Ženy byly a jsou především zaměstnávány ve sféře služeb, obchodu, zdravotnictví humanitárních a sociálních služeb, ve školství, ve vědeckých institucích, ale i ve zpracovatelském průmyslu, jako je zemědělství nebo stavebnictví. S výběrem vzdělávání žen souvisí mimo jiné také struktura vzdělanosti obyvatelstva. Obecně lze říci, že ženy jsou více zaměstnávány v oborech, kde není vyžadována tak velká fyzická síla, řemeslná dovednost s náradím a nástroji nebo technické znalosti. Výjimku tvoří ženy s nižší kvalifikací, které výše uvedené práce vykonávají.²⁰

Z toho vyplývá, že dnešní ženy na trhu práce mají vysoký podíl a ze společenského hlediska je účast žen na trhu práce nezbytná a žádaná.²¹ I přesto je pro ženy složitější najít si zaměstnání, protože případní zaměstnavatelé na ně stále nahlízejí z hlediska zodpovědnosti, kterou chovají vůči rodině.²² V České republice, pod záštitou Ministerstva práce a sociálních věcí a za pomoci evropských fondů, se začátkem roku 2017 spustily kurzy, které mají ženám, spíše řečeno matkám, které se vrací z rodičovské

¹⁸ KŘÍŽKOVÁ, A., *Životní strategie žen a mužů v řízení (a) podnikání*. str. 33-34

¹⁹ MAŘÍKOVÁ, Hana. KŘÍŽKOVÁ, Alena. VOHLÍDALOVÁ, Marta. *Živitelé a živitelky: reflexe (a) praxe*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012, str. 46-48

²⁰ HUBINKOVÁ, Zuzana. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 3., aktualiz., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2008, str. 178

²¹ GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Praha: Argo, 1999, str. 320

²² Ženy na trhu práce: realita a perspektivy: [Ewa Lisowska: *Ženy a trh práce – Polsko, Česká republika a Slovenská republika*. Praha: Gender Studies, 2007, str. 5 [cit. 2018-03-10]. Dostupné z:

[https://aa.ecn.cz/img_upload/8b47a03bf445e4c3031ce326c68558ae/zeny_na_trhu_prace_tiskova_verze_celekc-
cut.pdf](https://aa.ecn.cz/img_upload/8b47a03bf445e4c3031ce326c68558ae/zeny_na_trhu_prace_tiskova_verze_celekc-
cut.pdf)

dovolené, usnadnit přístup na trh práce nebo školit je v tom, jak pokročily technologie atp. Tyto kurzy si kladou za cíl vyrovnat postavení žen a mužů na trhu práce.²³

1.2.1. Charakteristika postavení žen na trhu práce v České republice

Fishlová²⁴ uvádí charakteristiku pracujících žen v české společnosti následovně:

- Ženy tvoří významný podíl pracovníků, tvoří téměř polovinu pracujících populace.
- Ve srovnání se západní Evropou je zaměstnanost žen v České republice specifická z hlediska délky pracovní doby a počtu odpracovaných let, v souladu s rodinnou a pracovní rolí.
- Na zaměstnanosti žen v ČR se odráží také vzdělanost žen.
- Existují velké skupiny vysoce kvalifikovaných žen, které se zapojují ve všech sférách veřejného života, kde i přesto tvoří velmi malou část profesionální hierarchie na nejvyšší úrovni.
- A čím vyšší úroveň řízení ve společnosti, tím více se ukazuje mzdová nerovnost mezi muži a ženami.

1.2.2. Zaměstnanost žen v České republice

Situace týkající se zaměstnanosti žen a jejich schopnosti uspět na trhu práce je v České republice odlišná od situace západoevropských zemích.

Co se týká zaměstnanosti a nezaměstnanosti žen je v České republice stejně, jako ve většině zemí ve světě, zaměstnanost žen dlouhodobě nižší než zaměstnanost mužů. Nižší zaměstnanost žen souvisí především se životním cyklem ženy a vzděláním. Další

²³SKOUPÁ, Adéla. *Kurzy za 365 milionů mají ženám po mateřské pomoci zpět do zaměstnání nebo rozjet vlastní byznys*. Hospodářské noviny [online]. Praha: Economia, 2017, [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-65630560-kurzy-za-365-milionu-maji-zenam-po-materske-pomoci-zpet-do-zamestnani-nebo-rozjet-vlastni-byznys>

²⁴FISHLOVÁ, Drahomíra. *The employment and status of women in the labour market*. Eurowork [online]. Eurofound, 2005, [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <https://www.eurofound.europa.eu/cs/observatories/eurwork/articles/the-employment-and-status-of-women-in-the-labour-market>

faktor, který souvisí s nižší zaměstnaností žen ve světě, jsou mzdové rozdíly. Mzdové rozdíly mezi muži a ženami podle zaměstnaní existují v každé ekonomice, ale jejich příčiny a rozsah se mohou měnit. Rozdíly lze nalézt jak v zemích s rozvinutým tržním hospodářstvím, tak i v transformujících se zemích, v různých obdobích a v různých socioekonomických a organizačních segmentech hospodářství, atd.²⁵ Jak už je výše uvedeno, české ženy jsou v porovnání s ostatními zeměmi v pracovním procesu po nejdélejší dobu svého života, pracují nejdéle ze všech, bez ohledu na mateřskou (rodičovskou) dovolenou.²⁶ Mateřskou dovolenou mohou čerpat pouze ženy (matky), ale rodičovskou dovolenou mohou čerpat také muži (otcové). V České republice převládá trend, že ženy ve většině případů čerpají postupně mateřskou a na to navazující rodičovskou dovolenou. Dlouhé čerpání rodičovské dovolené zpomaluje ženy v kariérním růstu. Po návratu do práce ženy, ve většině případů, nejsou na takové úrovni, na jaké byly před nástupem na mateřskou (rodičovskou) dovolenou, a je třeba, aby se znovu zorientovaly ve své profesi. Mohou nastat případy, kdy ženám hrozí ztráta dosavadního zaměstnání nebo přeřazení na jinou pracovní pozici. V zahraničí se setkáváme s řešením, kdy podniky nabízejí ženám práci na částečný úvazek. České podniky typ částečného úvazku nabízejí velmi zřídka.²⁷ I přes tato úskalí Český statistický úřad²⁸ uvádí, že k roku 2017 zaměstnanost žen roste rychleji než zaměstnanost mužů.

²⁵FISHLOVÁ, Drahomíra. *The employment and status of women in the labour market*. Eurowork [online]. Eurofound, 2005, [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <https://www.eurofound.europa.eu/cs/observatories/eurwork/articles/the-employment-and-status-of-women-in-the-labour-market>

²⁶KUCHAŘOVÁ, Věra a Lenka ZAMYKALOVÁ. *Aktuální otázky postavení žen v ČR*. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 1998, str. 9

²⁷RAMPULOVÁ, Kateřina, Martina RAŠTICOVÁ a Ivana KOLÁŘOVÁ. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti: O podnikatelkách na startovní čáře, jejich motivech, obavách a podnikatelských snech*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 212

²⁸Český statistický úřad: *Zaměstnanost žen roste rychleji než zaměstnanost mužů*. Parlamentní listy [online]. 2017, [cit. 2018-02-24]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/Cesky-statisticky-urad-Zamestnanost-zen-roste-rychleji-nez-zamestnanost-muzu-473869>

V následující tabulce, která uvádí rozdíl v zaměstnanosti žen a mužů, je viditelné, že od roku 1993 až do roku 2017 zaměstnanost žen i mužů v České republice ve většině období narůstá.

Údaje jsou uváděny vždy k 1.1. daného roku. Je patrné, že zaměstnanost žen v posledních letech roste rychleji než zaměstnanost mužů. Podle dostupných informací je s rostoucí zaměstnaností žen spojeno i to, že mnohé ženy, které byly na mateřské (rodičovské) dovolené opouštějí svá zaměstnání, protože po dobu jejich nepřítomnosti v zaměstnání jsou „odstaveny na druhou kolej“ a nejvyšší pozice podnicích jim zůstanou trvale nedostupné. Proto ženy opouštějí korporátní pozice v podnicích a rozjíždějí své vlastní podnikání.²⁹

²⁹RAMPULOVÁ, Kateřina, Martina RAŠTICOVÁ a Ivana KOLÁŘOVÁ. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti: O podnikatelkách na startovní čáře, jejich motivech, obavách a podnikatelských snech*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 213

Tabulka č. 1 Počet zaměstnaných mužů a žen - rozdíly v letech 1993 až 2017

Rok	Počet zaměstnaných 15 – 64 let	
	Ženy (tis.)	Muži (tis.)
1993	2092,1	2667,7
1994	2130,4	2726,4
1995	2151,8	2726,7
1996	2147,5	2766,3
1997	2139,5	2756,2
1998	2116,0	2731,6
1999	2061,8	2673,6
2000	2039,7	2637,2
2001	2047,1	2642,8
2002	2031,5	2648,0
2003	2041,2	2675,3
2004	2017,9	2622,3
2005	2027,9	2649,4
2006	2060,0	2693,9
2007	2074,9	2743,1
2008	2100,0	2801,7
2009	2099,9	2811,9
2010	2059,7	2738,0
2011	2060,3	2735,1
2012	2065,3	2725,0
2013	2094,9	2732,7
2014	2105,0	2751,4
2015	2143,4	2767,0
2016	2173,3	2792,2
2017	2243,4	2829,2

Zdroj: Vlastní zpracování: **Míry zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity 2017**, ČSÚ, Praha. <https://www.czso.cz/csu/czso/cris/miry-zamestnanosti-nezamestnanosti-a-ekonomicke-aktivity-listopad-2017>

1.3. Ženy podnikatelky

„Když dva dělají totéž, není to totéž“

V předchozí kapitole jsem se věnovala ženám na trhu práce a zaměstnanosti žen. Z předešlé kapitoly je patrné, že žen na trhu práce přibývá s čímž souvisí i to, že mnoho žen se stále více osamostatňuje a zakládá své vlastní podniky. Ženám podnikatelkám se budu věnovat v této části.

Záměrně tuto kapitolu začínám tímto citátem od neznámého autora. Z citátu vyplývá, že když dva lidé dělají stejnou věc, nikdy je nemůžeme posuzovat úplně stejně. Čímž lze charakterizovat rozdíly v podnikání žen a mužů.

Pokud se rozhodneme podnikat (bez rozdílu, zdali jsme žena nebo muž) je vždy třeba mít nápad, odvalu, štěstí, ochotu a vytrvalost pracovat, protože začátky nikdy nejsou jednoduché. Ženy se liší od mužů v podnikání tím, že dokáží kreativněji vyřešit některé problémy v podnikání. Tvrdí se, že se ženy v podnikání řídí emocemi více než muži, opak je však pravdou. Vědecké studie ukazují, že se ženy zvládají více kontrolovat než muži, a právě proto lépe splňují požadavky na vedoucí pozice. Ženy podnikatelky jsou také charakteristické tím, že rychleji najdou přesnější řešení a dříve vidí možné problémy na profesní cestě, které dokáží snadno obejít nebo vyřešit. Podle průzkumů jsou ženy podnikatelky schopny obětovat pro svou práci více než muži.³⁰

V posledních letech stále přibývá žen, které otevírají své vlastní podniky. Ženy podnikatelky se nejčastěji uplatňují v malých a středních podnicích, což představuje prostor, ve kterém podnikatelka může maximálně využít svůj podnikatelský, kreativní, znalostní a dovednostní potenciál.³¹ Účast žen v podnikatelské činnosti se na celém světě značně liší. Podnikání žen se pohybuje od 1,5 % až do 45,4 %, vždy záleží na zemi, ve které se žena rozhodne podnikat. Podnikatelská aktivita žen je nejvyšší v rozvíjejících se ekonomikách, kde ženy představují 45,5 % podíl podnikatelské činnosti. To můžeme vidět na příkladu z Jižní Koree, kde ženy představují 16 % podnikatelek na tamní poměry, naproti tomu stojí Ghana, kde počet podnikatelek dosahuje až 55 %. V mnoha rozvíjejících se ekonomikách ženy začínají podnikat mnohem rychleji než muži

³⁰POCZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015, str. 66

³¹Tamtéž str. 76

a významně tak přispívají k vytváření pracovních míst a k růstu ekonomiky.³² Uvádí se, že ženy podnikatelky jsou se svou prací a způsobem života spokojenější mnohem více než ostatní. Dnešní ženy mohou podnikat bez omezení ve všech oblastech. I přesto je však zřejmé, že cesty žen k podnikání vedou přes mnohé překážky. Lze to přisuzovat tomu, že ženy čelí větším nárokům, neboť musí skloubit svou profesní kariéru s rolemi matek a manželek. Proto, aby ženy mohly proniknout do byznysu, musí vykazovat větší odhodlanost než jejich mužské protějšky.³³

Ženy nejčastěji zakládají podniky jako jsou solária, kosmetické salony, kadeřnictví, mateřské školky, ale ukazuje se, že to není jejich hlavní cíl. Snaží se mířit dál, ochotně a účinně, v posledních letech se snaží prorazit v ryze mužských odvětvích, jako jsou například finanční, technické, logistické a informační trhy.³⁴

Co se týká žen podnikatelek nebo žen ve vysokých pozicích vůbec, každoročně se o nich a jejich úspěších můžeme dočíst v různých časopisech či novinách. Například časopis Forbes každoročně vyhláší sto nejvlivnějších (nejúspěšnějších) žen světa, které zastupují funkce v politice, podnikání, celebrit či filantropek. Za nejvlivnější ženu světa časopis Forbes už po sedmé v řadě vyhlásil německou kancléřku Angelu Merkel, na druhém místě se umístila britská politička Theresa May, třetího místa se ujala filantropka Melinda Gates a na čtvrtém místě se umístila provozní ředitelka sociální sítě Facebook, Sheryl Sanberg.³⁵ V České republice časopis Forbes každoročně vyhláší Top 10 nejvlivnějších žen.

³²KELLEY, Donna J., Candida G. BRUSH, Patricia G. GREENE a Yana LITOVSKY. *The global entrepreneurship monitor (GEM): Women's Entrepreneurship Activity Levels and Characteristics*. [online]. Babson Park: Babson College, 2011, [cit. 2017-12-10]. str. 19 Dostupné z:

http://emekin.net/documentos/es/Informe_gem_2010_womens_report.pdf

³³RAŠTICOVÁ, Martina a Monika BÉDIOVÁ. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti: O podnikatelkách na startovní čáře, jejich motivech, obavách a podnikatelských snech*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 136

³⁴POCZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015, str. 67

³⁵HOWARD, Caroline. *The World's 100 Most Powerful Women In 2017*. *Forbes* [online]. 2017, [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2017/11/01/the-worlds-100-most-powerful-women-in-2017/#59f0c7333148>

Pro rok 2017 byla vyhlášena nejvlivnější českou ženou vrchní státní zástupkyně Lenka Bradáčová.³⁶

1.3.1. Podnikatelky v České republice

Nyní se zaměřím na ženy podnikatelky v České republice. Podle údajů z roku 2014 ČSÚ³⁷ uvádí, že v České republice podniká přes 290 tisíc žen. Většina žen (41 %) je ve věkové kategorii 45–59 let, což je věk, kdy ženy mají odrostlejší a samostatné děti. Další skupinou jsou ženy podnikatelky, které dovršily 60 a více let a představují v České republice 11,2 %. Nejméně žen podnikatelek najdeme u velmi mladých žen. Mladé ženy, které by se chtěly stát podnikatelkami, brzdí více faktorů. Jeden z nich představuje strach, kdy se bojí spojit pracovní život a výchovu dětí. Dalším faktorem je strach z neúspěchu nebo nedostatek zkušeností. Za další brzdny faktor vidí mladé ženy problém, kterým může být nedostatek financí pro start podnikání a horší přístup k úvěrům. Pokud porovnáme nynější dobu s rokem 1993, bylo v ČR 124 tisíc žen podnikatelek, tento počet podnikatelek do roku 2014 dvojnásobně narostl. Větší počet žen podnikatelek je také zaznamenán u starších žen. Ve věkové kategorii 50–59 let je nyní osmkrát více žen podnikatelek než před dvaceti lety. Devadesátá léta byla typická tím, že se do podnikání pouštěly mladé ženy, především věkové kategorie 15-19 let. V roce 1993 podnikalo téměř 2 tisíce žen, což bylo 1,5 % z jejich celkového počtu. Později se počet mladých podnikatelek snižoval, jelikož nastal nový trend, který představoval dosáhnout vyššího vzdělání.³⁸ Současné české ženy začínají podnikat nejčastěji ve věku 30-35 let a zaměřují se na podnikání v terciárním sektoru, tedy v obchodě a službách.³⁹

³⁶CÁPOVÁ, Irena. *Nejvlivnější ženou Česka je Lenka Bradáčová, ve světě Angela Merkel* [online]. 2017, [cit. 2018-04-08]. ISSN 2570-4877. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/nejvlivnejsi-zenou-ceska-je-lenka-bradacova-ve-svete-angela-merkel/>

³⁷STRAŠILOVÁ, Gabriela. *Počet podnikatelek se za 20 let zdvojnásobil* [online]. Praha: ČSÚ, 2014, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnásobil/>

³⁸STRAŠILOVÁ, Gabriela. *Počet podnikatelek se za 20 let zdvojnásobil* [online]. Praha: ČSÚ, 2014, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnásobil/>

³⁹ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Organizace pro podporu podnikání žen*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 167

V roce 2011 v České republice nastal velký podnikatelský „boom“ pro ženy podnikatelky.⁴⁰

1.3.2. Vzdělání podnikatelek

V následující tabulce uvádím vzdělání podnikatelek. Z tabulky je patrné, že nejvíce žen podnikatelek má středoškolské vzdělání, dále podnikají ženy s vysokoškolským vzděláním, za nimi můžeme vidět ženy podnikatelky, které jsou vyučené, a na poslední příčce jsou ženy se základním či vůbec žádným vzděláním. Ženy nejvíce podnikají v profesích jako je například vedení účetnictví, právní a poradenské činnosti, reklama, v obchodních oblastech (maloobchod a velkoobchod). Ženy podnikatelky dále působí v oblastech jako pracovnice ve službách a prodeji nebo se věnují činnostem specialistů.⁴¹

Tabulka č. 2 Vzdělání podnikatelek

Vzdělání podnikatelek:	Vysokoškolské	Středoškolské	Vyučené	Základní či vůbec žádné vzdělání
	30,3 %	42,1 %	24,2 %	3,3 %

Zdroj: Vlastní zpracování: **Počet podnikatelek se za posledních dvacet let zdvojnásobil 2014, ČSÚ, Praha.** <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnasil/>

V této kapitole, která byla věnována ženám podnikatelkám, vidíme, že to ženy jako podnikatelky nemají vůbec jednoduché. I přes to, že každoročně narůstá počet žen, které zakládají své vlastní podniky, čelí vždy těžším překážkám než muži. Na ženy je stále nahlíženo především jako na matky a manželky, proto pro ně je mnohem těžší založit

⁴⁰STRAŠILOVÁ, Gabriela. *Počet podnikatelek se za 20 let zdvojnásobil* [online]. Praha: ČSÚ, 2014, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnasil/>

⁴¹RAŠTICOVÁ, Martina a Monika BÉDIOVÁ. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti: O podnikatelkách na startovní čáře, jejich motivech, obavách a podnikatelských snech*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 135

si své vlastní podnikání. Na druhou stranu jim tato možnost otvírá jiné možnosti, ve kterých se stávají více flexibilnější a mohou se současně věnovat jak práci, tak svým dětem a domácnosti.

I dnes ve 21. století ženy čelí těmto nátlakům. Pokud se podíváme zpět do historie, ve které najdeme také ženy podnikatelky, které se svou odvahou i přes nepřízeň své doby staly významnými ženami podnikatelkami, nezbyvá nám nic víc než jim projevit náš údiv. Jmenuji zde několik významných žen podnikatelek, které zřejmě každý z nás již někdy slyšel, nebo si jejich jméno dokáže spojit s určitým výrobkem či značkou.

- **Veuve Clicquot** (podnikatelka 19. století v oblasti vinařského průmyslu)
- **Helena Rubinstein** (podnikatelka 20. století v oblasti kosmetického průmyslu)
- **Elizabeth Arden** (podnikatelka 20. století v oblasti kosmetického průmyslu)
- **Coco Chanel** (podnikatelka 20. století v oblasti módního průmyslu)
- **Estée Lauder** (podnikatelka 20. století v oblasti kosmetického průmyslu)

1.4. Podpora žen v podnikání

Role podnikatelek mnohdy obnáší skloubení profesionálky, manželky, matky. Je to také jeden z důvodů proč podnikajících žen je méně než podnikajících mužů, a proto jim různé organizace, sdružení, projekty a další nabízejí podporu v podnikání. Jeden z hlavních problémů, proč jsou role žen podnikatelek pro společnost jako celek stále podceňovány, je v tom, že pro ženy nejsou stále rovné podmínky v podnikání.⁴²

V posledních letech se pro podporu žen v podnikání zakládají různé organizace, kluby a projekty, které mají za úkol podporovat ženy podnikatelky. Například v severských zemích, jako je Norsko a Švédsko, byly zahájeny národní programy na podporu podnikání žen. V dalších zemích Evropy se čím dál častěji setkáváme s těmito národními programy podporující ženy v podnikání. Itálie má dlouholetou tradici v podpoře žen podnikatelek. V roce 1992 byl zaveden zvláštní zákon, který podporuje podniky, které jsou vlastněny ženami. Tento zákon stanovuje finanční podpory pro zakládání podniků a nabývání stávajících podniků ženami, stejně jako podmínky pro zvláštní financování zaměřené na oblasti inovace a internacionalizace. V sousedním Německu je podpora podnikatelek umožněna přes Národní agenturu pro ženské start-up aktivity a služby. Agentura je charakteristická svou velmi komplexní platformou informací a služeb týkajících se podnikání ve všech fázích vývoje podniku od zakládání přes konsolidaci až po nástupnictví.⁴³

1.4.1. Programy podporující ženy v České republice

České organizace, které podporují ženy podnikatelky, jsou převážně zaměřeny na podnikání znevýhodněných skupin nezaměstnaných žen vyššího věku. Tyto organizace, které pomáhají ženám začít vlastní podnikání, často žijí z dotací, které poskytuje Evropská unie. Tyto organizace se po ukončení financování stávají méně aktivní což může vést až k úplnému zániku. Mimo organizace, které podporují výhradně

⁴²Podnikatelky dnes a zítra – podpora podnikání žen [online]. Ipodnikatel, 2013, [cit. 2018-03-20].
Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/podnikatelky-dnes-a-zitra-podpora-podnikani-zen.ht>

⁴³ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Organizace pro podporu podnikání žen*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 168

podnikání žen v České republice, existují také další organizace, kde hlavním cílem je sdružování žen z jiných důvodů. Mezi tyto hlavní důvody patří například prosazení vlastních zájmů či politická lobby.⁴⁴

Pro představení podpory podnikání žen v České republice jsem vybrala následující⁴⁵:

1. Svaz podnikatelek České republiky

Svaz poskytuje konzultace ve všech oblastech, které se týkají podnikání. Nabízí pomoc při zpracování business plánu, přípravy na jednání v bankách nebo s případnými investory.

2. Projekt podnikavá žena

Projekt podnikavá žena spojuje akční a podnikavé ženy ze všech oblastí a nabízí pomoc a prostor pro sdílení zkušeností, názorů, příběhů i rad odborníků.

3. Business and Professional Women Praha II.

Představuje samostatný klub mezinárodní federace žen s pobočkami ve více než 95 zemích celého světa. Členkami klubu jsou ženy ve vedoucích pozicích, podnikatelky, živnostnice a manažerky. Cílem klubu je rozvíjet profesní potenciál podnikatelek a manažerek na všech úrovních a podporovat jejich ekonomickou nezávislost.

4. Top centrum podnikatelek Česká republika, z.s.

Je co-workové, poradenské a vzdělávací centrum podpořené z Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, zaštitěné občanským sdružením Top centrum podnikatelek. Projekt se zaměřuje na podporu žen podnikatelek a manažerek v Jihomoravském kraji.

⁴⁴ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Organizace pro podporu podnikání žen*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 171

⁴⁵Tamtéž str. 175 -181

5. Český svaz žen, z.s.

Je nezávislý dobrovolný spolek, působící na celém území České republiky. Organizační struktura spolku je budována na základě územního principu. Sdružuje ženy bez ohledu na jejich národnost, náboženství, politickou příslušnost, sociální postavení, profese či zájmy a je zároveň otevřen spolupráci se všemi sympatizujícími organizacemi i jednotlivci.

1.4.2. Programy podporující ženy v zahraničí

Ve světě existuje velké množství programů či organizací, které podporují ženy podnikatelky. Pro představení podpory podnikání žen v zahraničí jsem vybrala následující:⁴⁶

1. Savor the Success

Je virtuální obchodní škola a komunitní centrum pro ženy podnikatelky. Nabízí vzdělávací programy, tzv. podpůrné kruhy, a vytváří komunitu stejně smýšlejících žen.

2. Women 2.0

Světově největší organizace pro příští generaci moderních žen. Spojuje komunitu žen a pořádá akce pro začínající i stávající inovátorky v odvětví informačních technologií.

3. The Woman Entrepreneurs Organization

Jedná se o skupinu majitelek podniků, které chtějí sdílet znalosti, rozvíjet kontakty a vzájemně se podpořit v obchodních aktivitách.

⁴⁶ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Organizace pro podporu podnikání žen*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 184 – 186

4. Dell Women's Entrepreneur Network

Organizace, která je založena řízena běžným komerčním podnikem. Společnost Dell spojuje podnikatelky po celém světě.

1.4.3. Soutěže oceňující ženy v České republice i zahraničí

S programy či organizacemi, které pomáhají ženám podnikatelkám, se v posledních letech také rozvíjejí soutěže, které oceňují ženy podnikatelky v různých oblastech. Co je to vlastně soutěž? Soutěž lze definovat jako: „*Soutěž je zápolení dvou nebo více stran o něco, co je cenné pro všechny soutěžící a čeho není dost pro všechny. V ekologii přirozeně vzniká jako kompetice mezi živými organismy sdílejícími totéž prostředí a zápolícími o potravu, prostor nebo partnery. V ekonomii je hospodářská soutěž neboli konkurence vztahem firem usilujících o stejného zákazníka. Ve sportu jde o zápasy nebo turnaje, kde účastníkům jde o zisk, vítězství a další hodnocení*“.⁴⁷

V případě mé diplomové práce se jedná o soutěže, kterých se zúčastňují ženy-podnikatelky. Soutěže pro ocenění podnikatelek se snaží každoročně ocenit nejlepší ženy podnikatelky podle stanovených kritérií, které se v každé soutěži liší. Ceny pro výherkyně se také soutěž od soutěže liší, ale to, co je téměř vždy spojuje, že se nejedná o peněžitou částku, nýbrž o poskytnutí zpětné vazby a jiného úhlu pohledu na své podnikání, možnosti setkat se s významnými podnikatelskými osobnostmi, zapsání svého a firemního jména do povědomí společnosti a mnoho dalších výhod, kterým se budu věnovat v dalších částech své práce. Nyní stručně rozvedu podle mého dvě nejznámější české soutěže pro ocenění podnikatelek.

1. Ocenění českých podnikatelek

Je projekt, který byl založen na podporu podnikání českých žen. Oceňuje ženy jako osobnosti, které zastávají různé pozice, nebo se věnují významným projektům či

⁴⁷BÍLÁ, Eva. *GASTRO JUNIOR BRNO – NOWACO CUP: mezinárodní soutěž tvořivosti mládeže – motivace ve vzdělávání žáků* [online]. Brno, 2008, str. 20 [cit. 2018-04-08].

Dostupné z: https://is.muni.cz/th/166913/pedf_b/Bakalarska_prace.pdf. Bakalářská práce.

inovacím, které české firmy pod jejich vedením přinášejí na český nebo evropský trh. Hlavním cílem projektu je vyzdvihnout a šířit úspěchy žen, kterých dosáhly v podnikání.⁴⁸ Více se této soutěži budu věnovat v kapitole 6.

2. Top ženy Česka

Tato soutěž vznikla v roce 2006. Žebříček Top ženy Česka oceňuje vlivné ženy tuzemského byznysu i veřejné sféry. Anketa ukazuje ženy jako schopné manažerky, matky a manželky. Tato anketa se zároveň zabývá rovnými pracovními příležitostmi a působením žen na řídicích postech. Soutěž je vyhlašována mediálním domem *Economia* a *Hospodářskými novinami*. V odborných porotách se ženy setkávají s odborníky ze světa byznysu a veřejné sféry. Mezi nimi například najdeme řídící partnerku společnosti EY v České republice a pro střední a jihovýchodní Evropu Magdalenu Souček, nebo zakladatele a předsedu představenstva ABRA Software Jaroslavu Řasu.⁴⁹

Vybrala jsem několik zahraničních soutěží, které se věnují oceňování žen podnikatelek.

1. Best Business Women Awards

Soutěž byla založena ve Velké Británii a je považována za jednu z neprestížnějších ocenění pro ženy podnikatelky na celostátní úrovni.⁵⁰

2. Business Woman Award Veuve Clicquot

Soutěž byla založena roku 1972 ve Francii, nyní působí ve 27 zemích světa a oceňuje ženy podnikatelky, které ctí stejné zásady v podnikání jako sama *Veuve Clicquot*. Viz kapitola 3

⁴⁸ZÁVODNÁ, Lucie Sára. *Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Organizace pro podporu podnikání žen*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, str. 180

⁴⁹*Top ženy Česka* [online]. Praha: *Economia*, Nedatováno, [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.topzenyceska.cz>

⁵⁰*Best Business Woman Award*. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <https://www.bestbusinesswomenawards.com>

3. Women World Awards

Tato soutěž byla založena ve Spojených státech amerických. Každoročně ocenění Women World Awards je udělováno ženám, které vlastní podniky všech typů a velikostí. Soutěž je součástí programu SVUS ze Silicon Valley. Tato soutěž nyní působí v celé Severní Americe, Evropě, Africe, Asii, Latinské Americe a na Středním Východě⁵¹

4. Women in Business Awards of Australia

Tato prestižní soutěž byla založena v Austrálii a oceňuje, uznává a ctí ženy podnikatelky. Ocenění má za cíl probudit ambice, posílit důvěru a inspiraci nových žen podnikatelek dnes a v budoucnosti.⁵²

5. The Asian Women of Achievement Awards

Soutěž byla založena v roce 1999 ve Velké Británii. Soutěž oceňuje úspěch asijských žen ve Velké Británii napříč spektrem kultur. Ocenění hrají klíčovou roli pro asijské ženy, které podnikají na území Velké Británie. Ocenění především pojednává o nových informacích, pozitivní a rozmanité diskuzi.⁵³

⁵¹*Women World Awards*. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <https://www.womensworldawards.com>

⁵²*Women in Business Awards of Australia*. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://wibaa.com.au>

⁵³*The Asian Women of Achievement Awards*. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://www.awaawards.com/about-us/>

2. Veuve Clicquot-Ponsardin

V této kapitole představím jednu z významných francouzských podnikatelek 19. století, kterou je Veuve Clicquot. Úvodem představím její společnost Veuve Clicquot-Ponsardin. Další část je věnována jejími osobnímu životu, jak se seznámila se svým manželem, životní tragédie, která jí později dostala do vedení společnosti a přinesla jí tak roli podnikatelky, a v neposlední řadě se také věnuji specifikám jejího podnikání a zajímavostem, které společnost Veuve Clicquot-Ponsardin nabízí.

Kdo by dnes neznal známou společnost Veuve Clicquot-Ponsardin, která vyrábí šampaňské víno? Za touto společností stojí přes 200 let velmi zajímavé historie, které se budu věnovat později. Společnost Veuve Clicquot Ponsardin, jakou ji známe dnes, je společnost, která se zabývá výrobou šampaňského vína. Od roku 1987 je součástí skupiny Louis Vuitton, Moët, Hennessy, známější pod zkratkou LVMH.⁵⁴ LVMH je světový lídr v oblasti luxusních výrobků. Portfolio LVMH je tvořeno více než 60 luxusními značkami světa. Roční obrát této společnosti k roku 2016 je 37,6 miliard eur, což představuje nárůst 5 % oproti roku 2015, v oblasti ekologických tržeb je růst 6 %.⁵⁵ Současným prezidentem společnosti Veuve Clicquot-Ponsardin je Jean-Marc Gallot, který byl do funkce jmenován v roce 2014.⁵⁶

Madame Clicquot byla významná žena své doby. Veuve Clicquot-Ponsardin představuje jednu z nejnámějších značek šampaňského a šumivého vína ve světě.⁵⁷

⁵⁴ABELLAN, Alexandre. *Jean-Marc Gallot prend la direction de Veuve-Clicquot (LVMH)*. [online]. Champagne: Vitisphere, 2014, [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <https://www.vitisphere.com/actualite-63862-Champagne-JeanMarc-Gallot-prend-la-direction-de-VeuveClicquot-LVMH.htm>

⁵⁵HOLLIS, Chris. *LVMH Résultats 2016 records* [online]. Paris: LVMH, 2017, [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <https://www.vitisphere.com/actualite-63862-Champagne-JeanMarc-Gallot-prend-la-direction-de-VeuveClicquot-LVMH.htm>

⁵⁶ABELLAN, Alexandre. *Jean-Marc Gallot prend la direction de Veuve-Clicquot (LVMH)*. [online]. Champagne: Vitisphere, 2014, [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <https://www.vitisphere.com/actualite-63862-Champagne-JeanMarc-Gallot-prend-la-direction-de-VeuveClicquot-LVMH.htm>

⁵⁷SEDLÁČEK, Milan. *Veuve Clicquot: Znalec vín: Encyklopedie vína, vinařství a vinohradnictví* [online]. Valtice: Znalec vín 2011, [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.znalecvin.cz/veuve-clicquot/>

Abychom mohli správně pochopit, proč byla Veuve Clicquot tak úspěšná ve své době a její úspěch přetrvává dodnes, musíme začít s životopisnými daty této velké ženy.

2.1. Barbe-Nicole Clicquot-Ponsardin

Dnes známá Veuve Clicquot, celým svým jménem Barbe-Nicole Clicquot, rozená Ponsardin se narodila 16. prosince 1777 v Remeši. Narodila se do velmi uznávané rodiny. Její dědeček, Adrien Ponsardin, založil v roce 1728 ve svých necelých dvaceti letech přádelnu a tkalcovnu, kterou později převzal do svých rukou otec Nicole, vlastním jménem Nicolas Ponsardin, který se narodil v roce 1747 a byl velmi ambiciózní a ctížádostivý. To, že byl velmi ambiciózní, dokazuje i fakt, že za velmi krátkou dobu vystudoval práva, převzal vedení podniku, kde se mu velmi dobře dařilo, dokázal rozšířit kapacitu tkalcovny na dvojnásobek. Tato firma zaměstnávala ve své době přes tisíc lidí.⁵⁸ Matka Nicole, Jeanne-Clementine Huart-Letertre, byla velmi mladá, když se jí Nicole narodila. Později v roce 1779 se rodičům narodil syn, jménem Jean-Baptiste a v roce 1783 třetí dítě, nejmladší dcera Clémentine.⁵⁹

Dětství Barbe-Nicole a jejích mladších sourozenců bylo ovlivněno blahobytem a vnější společenskou zdrženlivostí. Téměř nikdy si jako děti nehrály s ostatními stejně starými dětmi ostatních obyvatel Remeše. Zůstávaly doma nebo na zahradě, kde si hrály za vysokým plotem obehnaným kolem celého domu. Předpokládá se, že Barbe-Nicole navštěvovala klášterní školu „*Abbaye royale de Saint-Lierre-les-Dames*“, stejně jako její mladší sestra. V klášterních školách se dívky učily číst, psát a počítat, hlavním však cílem těchto škol bylo připravit dívky na nejrůznější domácí práce a také je připravovaly na role manželek a matek.⁶⁰

Velká francouzská revoluce, která vypukla dne 14. července 1789 v Paříži, zasáhla také rodinu Barbe-Nicole. Z Paříže se dále šířily zprávy po Francii, že se ruší

⁵⁸DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 11

⁵⁹DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 7

⁶⁰GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 3

privilegia šlechty a církve. V Remeši, která se nachází v kraji Champagne-Ardenne⁶¹, se politická situace postupně také měnila, ale podle svědků revoluce v tomto kraji proběhla poměrně klidně.⁶² Otec Nicole, Nicolas, byl sice zastáncem monarchie, ale i on byl ochoten svým zaměstnancům ve svém podniku přiznat více práv. Aby se mohl více zapojovat do věcí veřejných, stal se členem *Klubu Jakobínů*⁶³ a postupně zesiloval svůj vliv v městské radě. Na jeho krocích je především znát snaha vyvést rodinu z rozbouřených časů.⁶⁴

Rok 1797 je pro Barbe-Nicole jeden z nejvýznamnějších, ve svých dvaceti letech se setkala s o tři roky starším Françoisem Clicquot, který byl jediným synem obchodníka s vínem Philippa Clicquot a jeho manželky Françoise Muiron. Rodina Clicquot žila také v Remeši, mladý François se vrátil z praxe u spřáteleného švýcarského a renomovaného bankéře v Sankt Gallen. François tam byl poslán ve svých 18 letech, aby se naučil svému řemeslu, ale také jazyky, především německy a italsky. Hlavním důvodem, však bylo, aby se vyhnul revolučním změnám ve své rodné Francii. Pokud by ve Francii zůstal, musel by pravděpodobně nastoupit k povolávacímu rozkazu k vojenské službě. Po jeho návratu jeho otec nelitoval investovaných peněz, aby ochránil svého syna před vojenskou službou, která byla v té době velmi obávaná. Otcovi se tak podařilo svého syna poslat do Švýcarska, musel však přesvědčit úřady, že jeho syn je nucen převzít vedení firmy a pro tuto funkci se musí dostatečně zaučit. Mladičký François Clicquot ve svých 23 letech se stal společníkem a zapojil se do vedení vinařské rodinné firmy. Historie firmy Clicquot sahá do roku 1772, kdy Philippe Clicquot založil podnik na výrobu vína s ambicí překročit hranice Francie a expandovat na evropský trh.⁶⁵

François Clicquot později požádal Nicolase Ponsardina o roku jeho dcery Nicole. Rodina Nicole nebyla tak majetná, jako rodina Clicquot, ale jelikož se obě rodiny velmi

⁶¹Pozn.: Champagne-Ardenne je bývalý název jednoho z francouzských regionů, od 1. 1. 2016 se sloučením tří francouzských regionů (Champagne-Ardenne, Alsaska a Lotrinska) tento region stal regionem Grand Est.

⁶²GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 3

⁶³Pozn.: Klub Jakobínů – označení pro jeden z nejvlivnějších politických klubů (jeho členové se i po popravě krále hlásili k ideálům **volnost, rovnost bratrství**), který vznikl během Velké francouzské revoluce. Název klubu je spojen s místem, kde se jeho členové setkávali v dominikánském klášteře Saint-Jacques v Paříži.

⁶⁴GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 3

⁶⁵LVMH: *Veuve Clicquot champagne d'exception - Vins & Spiritueux - LVMH* [online]. Paris: LVMH, 2015, [cit. 2017-11-27]. Dostupné z: <https://www.lvmh.fr/les-maisons/vins-spiritueux/veuve-clicquot/>

dobře znaly a setkávaly se i v obchodních vztazích, nic nebránilo tomu, aby Nicolas Ponsardin svou dceru provdal do rodiny Clicquot.⁶⁶ Od roku 1798 se podle starého zvyku v regionu Champagne-Ardenne pár jmenoval Clicquot-Ponsardin. O rok později 1799 se manželům narodila jediná dcera Clémentine.⁶⁷

François Clicquot postupně rozvíjel rodinné vinařské podnikání. Vína Clicquot se prodávala ve Francii, ale také v ostatních částech Evropy. Zákazníci pocházeli především ze šlechtických rodin. Roku 1798 vytvořil François pro svůj podnik značku. Značka Clicquot byla na korcích vín a představovala kotvu, tuto kotvu můžeme vidět na korcích vín dodnes. Společnost Clicquot prodávala hlavně červená a také bílá vína, ale i „Vin mousseux“⁶⁸. Nicole Clicquot-Ponsardin byla velmi zvědavá a zajímala se o podnikání svého manžela, ten, se svou ženou probíral každodenní chod společnosti a s tím spojené problémy, se kterými se musel v práci setkávat. Ukázalo se, že Nicole byla velkou oporou pro svého manžela. Vinohrady, které ležely v oblasti Champagne, okolí Verzenay, Verzy, Epernay a Bouzy spolu manželé často navštěvovali.⁶⁹

Víno Clicquot patřilo na počátku 19. století k velmi luxusním výrobkům, které si mohli dovolit velmi dobře situovaní zákazníci. François, kvůli politické situaci ve Francii, ale také kvůli naplnění ambicí svého otce se rozhodl postupně expandovat na zahraniční trh. Postupně začal prozkoumávat nejrůznější obchodní cesty, nebo případné obchodní zastoupení. Byl několikrát ve Švýcarsku, Bavorsku a Rakousku. Při jedné své obchodní cestě v Basileji, roku 1801 se seznámil s Louisem Bohnem.⁷⁰ Se svolením svého otce se rozhodl Louise Bohna zaměstnat. Louis Bohne zůstal ve společnosti Clicquot dvacet let, patřil k jedné z nejspolehlivějších „duší“ ve společnosti. S vlivem narůstající konkurence

⁶⁶LVMH: *Veuve Clicquot champagne d'exception - Vins & Spiritueux - LVMH* [online]. Paris: LVMH, 2015, [cit. 2017-11-27]. Dostupné z: <https://www.lvmh.fr/les-maisons/vins-spiritueux/veuve-clicquot/>

⁶⁷HOMS, George J. *Clémentine Clicquot* [online]. Cannes: Geni, 2015, [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <https://www.geni.com/people/Clémentine-Clicquot/6000000022192097229>

⁶⁸Pozn.: Vin mousseux – šumivé víno

⁶⁹DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 31

⁷⁰JOHNSON, Hugh. *Vintage: The Story of Wine*. 2. [online]. New York: Simon & Schuster, 1989, str. 334 [cit. 2017-11-28]. Dostupné

z: https://books.google.cz/books?id=x9kgAQAAIAAJ&dq=Vintage%3A%20The%20Story%20of%20Wine.&hl=cs&source=gbs_book_other_versions

se Bohne přestěhoval do Ruska, kde byl poměrně nevyužitý trh, aby tento trh využil a nabídl vína Clicquot. Bohne se seznámil s carem Alexandrem I. a carevnou Jelizavetou Alexejevovou⁷¹, toto přátelství vedlo k velkému rozmachu vín Clicquot na ruském trhu.⁷²

Na podzim roku 1805 do úspěšného podnikání manželů Clicquot-Ponsardin zasáhla nešťastná událost, která s sebou přinesla předčasnou smrt Françoise Clicquota. François Clicquot zemřel na následky „zhoubné horečky“ podle lékařské zprávy. Tato nešťastná událost zasáhla celou rodinu, otec Philippe Clicquot se rozhodl podnik zavřít. Nejtěžší chvíle prožívala i Nicole, přišla o svého manžela. Na svém rameni musela utěšovat rodiče, kteří přišli o svého jediného syna, a také jejich jedinou dceru Clémentine. Nicole však našla oporu ve svém otci a také v Louisi Bohnovi, kterému její zesnulý manžel velmi důvěřoval.⁷³

⁷¹Pozn.: Jelizavet Alexejevna – německy Luise Marie Auguste Prinzessin von Baden, česky Luisa Bádenská, byla bádenská princezna a manželka ruského cara Alexandra I.

⁷²KLADSTRUP, Don a Petie Kladstrup. *Champagne: How the World's Most Glamorous Wine Triumphed Over War and Hard Times*. [online]. New York: Harper Perennial, 2006, str. 81 [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=UDY6HwKT43oC&printsec=frontcover&dq=Champagne:+How+the+World's+Most+Glamorous+Wine+Triumphed+Over+War+and+Hard+Times&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKewjwhK-D-b7YAhXQDewKHS_7Bq8O6AEIKDAA#v=onepage&q=Champagne%3A%20How%20the%20World's%20Most%20Glamorous%20Wine%20Triumphed%20Over%20War%20and%20Hard%20Times&f=false

⁷³MAUREL, Frédéric. *Babe-Nicole Clicquot-Ponsardin (1777-1866): Elle a fait du champagne le fleuron du luxe à la française* [online]. Gennevilliers: Prisma media, 2016, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <https://www.capital.fr/economie-politique/barbe-nicole-clicquot-ponsardin-1777-1866-elle-a-fait-du-champagne-le-fleuron-du-luxe-a-la-francaise-1098618>

2.2. Vdova Podnikatelka

Bez svého manžela, ale ne bez svého ducha pro podnikání a k vínu. Nicole se ve svých 27 letech stala vdovou.⁷⁴ Rozhodla se tak pokračovat v práci svého manžela a postavila se do vedení vinařského podniku. Revoluční změny a s tím spojené politické změny ve Francii se staly stabilní. Stále však nebyla doba přívětivá k uznání rovnoprávnosti postavení žen, natož žen ve vedení nějaké firmy či společnosti.⁷⁵



Obrázek č. 1

Louis Bohne, který už několik let pracoval u společnosti Clicquot, navrhl, aby se Veuve Clicquot (Nicole Clicquot)⁷⁶ spojila s jiným vinařským producentem, kterým byl Jerome Alexandre Fourneaux. Veuve Clicquot souhlasila a společnost se tak na nějakou dobu přejmenovala na „*Veuve Clicquot Fourneaux et Cie.*“⁷⁷ Veuve Clicquot se rozhodla vsadit na pozitivní trend z předchozích let v obchodu se zahraničím, především s Velkou Británií. Bohužel, doba nebyla klidná a kvůli Napoleonským válkám se jejich značka stala obětí této doby. Napoleon se pokusil britské hospodářství „vyhladovět“. Anglie ihned v březnu 1806 zareagovala na Napoleonovy hrozby a využila své mocné námořnictvo na blokádu Francie. Blokáda znamenala, že jakékoliv výrobky byly z přístavů ve Francii vráceny zpět do Anglie. Jakýkoliv styk s Angličany byl zakázán. To s sebou přineslo velké ztráty pro společnost Veuve Clicquot Fourneaux et Cie. Madame Clicquot a její obchodní partner ztratili kolem 50 000 lahví šampaňského, což představovalo jednu

⁷⁴DU VIN, La dame. *Without her husband, but not without Champagne!* [online]. Perlage Blog, 2014, [cit. 2017-11-29]. Dostupné z: http://www.perlageblog.com/2014/07/en_us-senza-marito-ma-non-senza-champagne/

⁷⁵DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 44

⁷⁶Pozn.: Nicole Clicquot od smrti svého manžela označováno jako Veuve Clicquot. Veuve – tehdy vdova bylo ve Francii běžně užívaným pojmem.

⁷⁷BANK, John a Susan VINNICOMBE. *Women With Attitude: Lessons for Career Management* [online]. London: Taylor & Francis, 2003, [cit. 2017-12-01]. str. 42 Dostupné z: <https://books.google.cz/books?hl=cs&id=bvWBAGAAQBAJ&q=Veuve+Clicquot+Fourneaux+et+Cie#v=onepage&q=Jerome%20Alexandre%20Fourneaux&f=false>

třetinu jejich roční produkce. Anglie se svojí blokádou u pruských přístavů tak zavřela trh a společnost Veuve Clicquot Fourneaux et Cie se tak dále potýkala s obtížemi. Další snaha byla využít Amsterdam jako způsob překonání blokády, bohužel i tato snaha selhala. Vzhledem k bouřlivým tržním podmínkám a v důsledku probíhajících Napoleonských válek se společnost Veuve Clicquot Fourneaux et Cie rozhodla překročit blokádu a zaslat vína do Ruska. Toto byl velmi riskantní, drahý a časově náročný akt. Nakonec však 80 000 lahví vína bezpečně dorazily do Ruska a byly prodány. Veuve Clicquot a její partner zaplatili polovinu nákladů na vybavení obchodní lodě *Pactole*. Rok 1810 byl pro společnost krizovým rokem, prodej lahví se snížil pouze na 10 000 lahví za rok. Nízký obrat společnosti tak znamenal odchod Alexandra Fourneaux ze společnosti.⁷⁸

Rok 1810 s sebou přinesl rozpad značky Veuve Clicquot Fourneaux et Cie, to však pro Veuve Clicquot neznamenal krizi. Veuve Clicquot se tak rozhodla i přes překážky těžké doby založit značku Veuve Clicquot-Ponsardin a dokázat tak svou velkou odvahu. Veuve Clicquot ve svém novém podniku byla nucena propustit mnoho zaměstnanců, aby navýšila jmění firmy. Obrat firmy klesl o 80 %, obchodní zástupci měli stále menší úspěch. Louis Bohne se snažil situaci vyřešit. Bohužel export se vůbec nehýbal. V důsledku napoleonských válek původní odběratelé vín přišli o peníze ba dokonce o svůj majetek. V některých částech Evropy, kde dříve společnost byla velmi úspěšná, nyní trpěla. Francie a všechno kolem ní bylo vnímáno kvůli Napoleonovi velmi negativně.⁷⁹

Napoleon navštívil dne 13. března 1814 Remeš když se vracel do Paříže po neúspěšném válečném tažení. Napoleon se rozhodl v Remeši přenocovat, i když se s Veuve Clicquot nikdy neseťkal, měl k ní velmi blízko. Její bratr Jean-Baptiste nabídl Napoleonovi svůj dům k přespaní. Napoleon nakonec využil tento dům na tři dny. Veuve Clicquot měla obavy před možnými nebezpečnými krádežemi. Kvůli tomu nechala své sklepy zazdít. Ruská vojska také v Remeši přenocovala – někteří se rozhodli využít toho,

⁷⁸BANK, John a Susan VINNICOMBE. *Women With Attitude: Lessons for Career Management* [online]. London: Taylor & Francis, 2003, [cit. 2017-12-01]. str. 43 Dostupné z: <https://books.google.cz/books?hl=cs&id=bvWBAGAAQBAJ&q=Veuve+Clicquot+Fourneaux+et+Cie#v=onepage&q=Jerome%20Alexandre%20Fourneaux&f=false>

⁷⁹DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 46

že Rusové jsou v Remeši, a otevřeli své sklepy, mezi ty odvážlivé patřila také Veuve Clicquot. Věděla, že pokud Rusové budou pít její víno, budou muset také zaplatit. Dále ji k otevření sklepů vedla fakta, že kdo jednou okusí její víno, ponese s sebou touhu se jej napít znova. V tu dobu Veuve Clicquot začala připravovat velký obchodní úspěch své kariéry. I přesto, že stále platil zákaz exportu, Veuve Clicquot byla přesvědčena, že bude podepsána mírová smlouva.⁸⁰ Rozhodla se vyslat Louise Bohna do přístavu v Le Havre, aby tam připravil loď do Ruska. Dne 6. června 1814 vyplula sedmdesáti tunová loď s více než deseti tisíci lahvemi značky „Veuve Clicquot Ponsardin“. Kapitán lodi měl striktní zákaz přijmout jakékoliv jiné zboží na palubu loď. Veuve Clicquot čekala více než měsíc na zprávu. Louis Bohne se přihlásil z přístavu v Dánsku se zprávou, že žádné velké potíže při cestě nebyly. Krátce nato přišla zpráva z přístavu Königsberg⁸¹, kde Louis Bohne ukázal své skvělé obchodnické taktiky. Louis Bohne dokázal prodat víno za mnohem vyšší cenu, když tvrdil, že náklad je určen do Petrohradu a vše je již prodané. Jakmile skončila blokáda, Madame Clicquot poslala další lodní náklad přímo do Petrohradu. Úspěch na sebe nenechal dlouho čekat a přinesl zisk 73 000 rublů, bylo jasné, že riziko, které Veuve Clicquot podstoupila, se vyplatilo. Pro Veuve Clicquot byl úspěch v podnikání důležitý už kvůli její dceři Clémentine, která již dovršila patnáct let života. Clémentine navštěvovala klášterní školu „Couvent des Anglaises“ v Paříži. Roku 1817 se vrátila do Remeše, kde její dědeček z otcovy strany Philippe Clicquot byl starostou a matka Nicole Clicquot velmi uznávanou, ale také velmi zaměstnanou podnikatelkou. Když dívka překročila patnáctý rok života, byl nejvyšší čas se vdát. Veuve Clicquot se proto rozhodla najít odpovídajícího ženicha. A později se tak stalo. Madame Clicquot našla pro svou dceru Clémentine čtyřiatřicetiletého hraběte Louise de Chevigné. Nakonec se v září 1817 konala svatba. Louis de Chevigné nepatřil mezi bohaté nápadníky, ale měl šlechtický původ, dobré vzdělání, uměl vystupovat a byl také považován za muže šarmantního zevnějšku. Veuve Clicquot s výběrem zetě byla velmi spokojená. Našla v něm partnera, se kterým se mohla radit o obchodech, ale také o hudbě a literatuře.⁸²

⁸⁰DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 47

⁸¹Pozn.: Königsberg německý název a do roku 1945 i oficiální název pro v současnosti ruské město Kaliningrad

⁸²GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 7

2.3. Specifika podnikání Veuve Clicquot-Ponsardin

Z předchozího textu vyplývá, že Madame Clicquot a její manžel se ve své společnosti věnovali vinařskému umění. Nyní přichází část seznámit se s výrobou vína v jedné z nejznámějších a nejúspěšnějších vinařských společností své i nynější doby.

Veuve Clicquot se svými spolupracovníky a zaměstnanci snažila o perfekcionista postup, který by zaručil kvalitu jejich vín. Vdova Clicquot byla osoba, která se snažila své výrobky, ale také celou svou společnost, inovovat. V roce 1810 vynalezla tzv. „pupitr“.⁸³ Před pupitrem, a tedy rokem 1810, se šampaňské víno kvasilo tak, že lahve stály vedle sebe. Později se muselo přelévát vykvašené víno z láhve do láhve přes tryhtýřek, kde unikala velká část CO₂. Kvašením v pupitrech a odstraňováním kalů degoržováním⁸⁴ se dosahuje tlaku v láhvi hotového šampaňského nebo jiných sektových vín až 8 barů. Spolu s pupitrem souvisí také „remuage“⁸⁵, uvádí se, že dvacet let Veuve Clicquot držela v tajnosti své inovace.⁸⁶ V roce 1816 Madame Clicquot vynalezla první „riddling table“⁸⁷, kde byly lahve umístěny pod úhlem 45°, který zaručuje křišťálově čisté šampaňské víno. Později tento proces přijali další výrobci šampaňského.⁸⁸

Jak už jsem výše zmínila, vína Veuve Clicquot byla velmi oblíbená na ruském trhu. V roce 1818 díky Louisi Bohnovi a jeho silnému obchodnímu duchu prodej francouzských vín v Rusku stoupal. Za jeden rok byl počet prodaných lahví kolem 150 000, což tvořilo dvě třetiny obrátu společnosti.⁸⁹

⁸³Pozn.: Pupitr je zařízení pro výrobu šumivého vína. Je tvaru velkého A, skládá se ze dvou perforovaných dřevěných ploch, do kterých se vkládají lahve vybavené tirážním líkěrem. V láhvích umístěných v pupitrech probíhá druhotné kvašení a vzniklé kaly se ručně setřásají. Celý proces trvá v průměru 3 měsíce.

⁸⁴Pozn.: Degoržování je odstraňování usazenin v hrdle láhve při klasické výrobě šumivých vín.

⁸⁵Pozn.: Remuage: česky: remuáž. Při remuáži dochází k setřásání kalů v láhvi při výrobě šumivého vína klasickou šampaňskou metodou v pupitru, nebo při strojním setřásání v gyropaletě. Při ručním setřásání pracovník (remuer) pootočí lahvi a zároveň o pupitr zaklepe, tím dochází k pohybu kalů k zátce láhve. Celý proces trvá cca 3 měsíce a úhel uložení láhve se během doby střásání mění, potom se láhev podchladí na cca -10°C a degoržuje.

⁸⁶SEDLÁČEK, Milan. *Veuve Clicquot: Znalec vín: Encyklopedie vína, vinařství a vinohradnictví*[online]. 2011, Znalec vín, Valtice [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.znalecvin.cz/veuve-clicquot/>

⁸⁷Pozn.: Riddling table – volný překlad hřebenový stůl, do kterého se dávají lahve hrdlem dolů

⁸⁸*Veuve Clicquot: Our history* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.veuveclicquot.com/en-int/our-house/our-history>

⁸⁹GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 9

V roce 1821 po skončení napoleonských válek zastihla další smutná zpráva společnost Veuve Clicquot-Ponsardin, ale také samotnou Madame Clicquot. V témže roce zemřel ve Štrasburku nešťastnou náhodou Louis Bohne. Jeho ztrátu Veuve Clicquot nesla velmi těžce, oporou jí však byla její rodina.⁹⁰ Po smrti Louise Bohna byla Veuve Clicquot bez obchodního zástupce. Naštěstí zanedlouho se u ní objevil mladičký Edouard Mathias Werlé, původem z Německa, který zastoupil zemřelého Louise Bohna.⁹¹

Roku 1822 se Veuve Clicquot rozhodla své vinařské umění rozšířit o založení banky. Vznikla tak banka s názvem „*Veuve Clicquot-Ponsardin & Cie*“. Tento krok, můžeme považovat za úspěšný, protože mnoho podnikatelů z oblasti Champagne mělo k domu i jménu Clicquot důvěru. Chod banky zasáhla vazba na Pařížskou banku, která se dostala do platební neschopnosti v době hospodářských obtíží (1827-1831). Naštěstí pro Nicole se mladičký Werlé zapojil do vyjednávání jak s Paříží, tak i se zákazníky banky. Banka utrpěla ztráty odhadované na 270 000 franků.⁹² O pár let později, přesněji roku 1831 se Veuve Clicquot rozhodla z Werlého udělat svého společníka. Založili novou společnost, do které každý vložili sto tisíc franků. Veuve Clicquot do společnosti dále vložila vína, budovy, ale i nadále byla jejich majitelkou.⁹³ Oblast, která zůstala výhradně v rukou Veuve Clicquot, byla oblast kontaktu s východní Evropou. Vážila si svých ruských zákazníků z vyšších vrstev, kterým byla vděčná za velký prvotní finanční úspěch firmy. Občas se objevovaly zvěsti, že je v plánu zakázat vozit výrobky do Ruska, popřípadě na ně uvalit vysoké clo. Edouard Werlé proto neváhal a začal hledat nový trh, na který by společně mohli vína vyvážet. Novými trhy byla převážně Velká Británie a USA. Na těchto trzích však už působili konkurenti Veuve Clicquot. To však nic nemění na tom, že vína Veuve Clicquot-Ponsardin představovala vysokou kvalitu a objem prodeje tak neustále stoupal.⁹⁴

⁹⁰MAZZEO, Tilar J. *The Widow Clicquot*. New York: HarperCollins Publishers, 2009, str. 172

⁹¹DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 99

⁹²GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 15

⁹³MAZZEO, Tilar J. *The Widow Clicquot*. New York: HarperCollins Publishers, 2009, str. 189

⁹⁴DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 102

To, že se Veuve Clicquot velmi dařilo, jí roku 1841 přivedlo k tomu, aby přijala do své společnosti dva nové společníky do vinných sklepů a účetnictví. Toto rozhodnutí bylo také ovlivněno tím, že samotné Nicole Clicquot bylo již 64 let a pomalu se rozhodla k odchodu ze společnosti.⁹⁵

Když se Veuve Clicquot rozhodla stáhnout do ústraní, její společník Edouard Werlé převzal z velké části vedení společnosti. Madame Clicquot mu velmi důvěřovala a on sám byl odhodlaný a plný energie pokračovat v krocích, které Veuve Clicquot nestihla udělat, nebo které byly vyžadovány novou dobou. Jedna z prvních modernizací, kterou Edouard Werlé uskutečnil, byla nová struktura odbytu firmy.⁹⁶

V roce 1886 Barbe-Nicole Clicquot-Ponsardin zemřela a veškeré vedení podniku bylo v rukou Edouarda Werlého. To, že Veuve Clicquot pověřila Edouarda Werlého jako svého nástupce se později ukázalo jako výborná volba. Werlé ukázal své výtečné manažerské schopnosti. Dále stejně jako Veuve Clicquot dokázal udržet podnik na vedoucí pozici mezi konkurencí a podíly dědiců neustále zvětšoval. V roce 1884 převzal po Edouardovi Werlém vedení podniku jeho syn Alfred Werlé.⁹⁷ Smutnou zprávou je, že v čele podniku již nikdy nebyla a ani nyní nestojí žena. I přesto však můžeme říci, že se z malého vinařství z roku 1772 stala velká společnost a její výrobky jsou i nadále vyhledávaným a velmi luxusním zbožím.

⁹⁵DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, str. 104

⁹⁶Tamtéž str. 106

⁹⁷GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, str. 22

2.4. Zajímavosti domu Veuve Clicquot-Ponsardin

Při psaní práce mne zaujaly některé zajímavosti, které dům Veuve Clicquot-Ponsardin skrývá. Společnost Veuve Clicquot-Ponsardin za svou dobu svého působení má neuvěřitelné množství zajímavostí, já představím podle mého názoru ty nejzajímavější.⁹⁸

- Pokud se vrátíme do roku 1818, společnost v tom roce představila nový produkt, odklonila se od tradice a uvedla na trh první růžové šampaňské víno. Toto šampaňské víno bylo vytvořeno smícháním šampaňského vína s červenými víny.



(Obrázek č. 2)

- Rok 1887 se zapsal jako rok registrace první ochranné známky „Yellow label“. Společnost Veuve Clicquot-Ponsardin neustále inovovala své výrobky a s tím byla i spojena inovace. Dne 12. února 1887 byla zaregistrována nová známka značky Veuve Clicquot-Ponsardin. Tato známka představovala žlutou barvu, na svou dobu velmi neobvyklá barva. Jak se však ukázalo, zákazníci byli touto barvou přitahováni, ba dokonce ji považovali za originální. V dnešních dnech je žlutá barva typická pro výrobky Veuve Clicquot-Ponsardin.
- 1972 vytvoření prestižní soutěže podnikatelek, která je poctou podnikatelského ducha Madame Clicquot.
- V roce 2010 nastal zázračný objev Baltského moře. V červenci 2010 bylo objeveno 47 lahví šampaňského značky Veuve Clicquot-Ponsardin u finského ostrova Aland. I přesto, že láhve strávily téměř dvě století pod hladinou moře, jejich obsah je velmi dobře zachován.
- Veuve Clicquot Crayères⁹⁹ v roce 2015 byly zapsány na seznam světového dědictví UNESCO.

⁹⁸*Veuve Clicquot: Our history* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-20]. Dostupné z:

<https://www.veuvecliquot.com/en-int/our-house/our-history>

⁹⁹Pozn.: Crayères – pro český jazyk neexistuje vhodný překlad, můžeme to však přeložit jako vinný sklep, nebo místo, kde jsou vína uchovávána.

3. Veuve Clicquot Business Award

V této části představím jednu z nejvýznamnějších a nejstarších cen na světě. Cenu, která se zabývá oceňováním žen podnikatelek, touto cenou je Veuve Clicquot Business Award. Dále zmíním stručnou historii vzniku ceny a její současné působení ve světě. Představím nutné kroky pro nominaci do soutěže. Další část se věnuje kategoriím soutěže BWA. Následuje podkapitola, která je zaměřena na ocenění, kde se dozvíme, co oceněním Veuve Clicquot ženy získají. Poslední část je věnována oceněným ženám.

Letos¹⁰⁰ toto ocenění také oslavuje své 45. výročí od svého vzniku.



Obrázek č. 3

3.1. Historie ceny Veuve Clicquot

Madame Clicquot byla velkou průkopnicí své doby. V roce 1805 po smrti jejího manžela se stala vdovou a získala tak označení Veuve Clicquot. Díky této nešťastné události převzala vedení v podniku jejího manžela a pokračovala v průkopnickém vývoji průmyslových inovací, kde ukázala svou jedinečnou a tvůrčí schopnost.

Cena Veuve Clicquot vznikla v roce 1972 na počest dvoustého výročí založení společnosti Clicquot. Již od počátku založení ceny Business Woman Award jsou ženy oceňovány cenou „*la Grande Dame de Champagne*“¹⁰¹ za své jedinečné a průkopnické vlastnosti. Podnikatelky se setkávají s různými překážkami, překonávají hranice a zároveň se v této soutěži podílejí na rozvoji podnikatelského ducha, silné tvořivosti a také talentu. Ocenění Veuve Clicquot se stalo mezinárodní cenou a od svého počátku bylo oceněno více než 300 žen z 27 různých zemí světa. Každý rok v květnu se

¹⁰⁰Pozn.: míněno k roku 2017

¹⁰¹Pozn.: La Grande Dame de Champagne – volný překlad Významná dáma šampaňského

v jednotlivých zemích¹⁰², ve kterých se podnikatelky přihlásily do soutěže, vyhláší jména výherkyň.¹⁰³

3.2. Nutné kroky k nominaci do soutěže

Do soutěže může být nominována každá podnikatelka, která je starší dvaceti let, jež navrhne obchodní partner či jiná osoba. Žena, která se chce zúčastnit kterékoliv ze soutěží Veuve Clicquot, musí projít třemi následující kroky. První krok je vybrat si soutěž, do které se chce nominovat (Veuve Clicquot Business Award, Veuve Clicquot New Generation Award, Veuve Clicquot Social Purpose Award). Ve druhém kroku následuje malá anketa k tomu, aby se mohly dostat ke třetímu kroku, tedy k podrobnějšímu formuláři (viz příloha 1-3), ve kterém dále zodpovídá otázky ohledně její společnosti. Nominace může být provedena samotnou podnikatelkou nebo i cizí osobou. Na otázky v krátké anketě je na výběr ze dvou možností Ano nebo Ne. Pokud na jedinou otázku odpovíme Ne, nominace se okamžitě přeruší a registrace nemůže postupovat do soutěže.¹⁰⁴

1. otázka

Nominujete ženu, která podniká?

2. otázka

Nominujete ženu, která je majitelka společnosti nebo ve vedoucí pozici ve společnosti?

3. otázka

Je sídlem nominované ženy jeden ze států, ve kterých se soutěž koná?

(27 zemí jako Francie, Kanada, Velká Británie, Švýcarsko atd.)

4. otázka

Jsou příjmy nominované ženy ročně větší než 15 milionů liber¹⁰⁵?

¹⁰²Pozn.: V některých zemích soutěž probíhá (vyhlášení výsledků) co dva roky

¹⁰³*Business Woman Awards: History* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com/about/>

¹⁰⁴*Business Woman Awards: Nominations* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com/the-veuve-clicquot-business-woman-award-criteria/>

¹⁰⁵Vždy záleží na příjmech a měně země, ve které se ženy přihlašují

3.3. Kategorie soutěže BWA

Soutěž Veuve Clicquot Business Awards má tři kategorie soutěží, do kterých se ženy podnikatelky mohou přihlásit.¹⁰⁶

3. Veuve Clicquot Business Award
3. Veuve Clicquot New Generation Award
3. Veuve Clicquot Social Purpose Award

Tyto kategorie si postupně rozebereme v další části textu.

1. VEUVE CLIQUOT BUSINESS AWARD

Cena *Veuve Clicquot Business Award* je hlavní cenou společnosti Veuve Clicquot. Cena byla založena v roce 1972 na počest podnikání vdovy Clicquot a oceňuje významné ženy podnikatelky, které sdílí stejné kvality v podnikání jako Veuve Clicquot. Mezi tyto kvality lze zařadit odvahu, ochotu rozvíjet podnik, motivaci. Ocenění Veuve Clicquot je vysoce ceněno a vyhledáváno na mezinárodní úrovni. Díky tomuto ocenění byly ženy prvně oceněny za jejich podnikání.¹⁰⁷



Obrázek č. 4

Hlavním důvodem tohoto ocenění je oslavování úspěchu žen podnikatelek. Podle kritérií, která uvedu níže, chtějí porotci také vidět, jak ženy podnikatelky nebo ženy ve vedoucích pozicích s příjmy minimálně 15 miliónů liber¹⁰⁸ tvoří klíčový úspěch v jejich podnikání. Důležitým bodem je také vliv těchto žen na své okolí. Pro získání ceny BWA jsou kandidátky primárně posuzovány podle následujících kritérií:

¹⁰⁶*Business Woman Awards: Step one choose your categorie* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuvecliquotaward.com/nomination-form-step-1/>

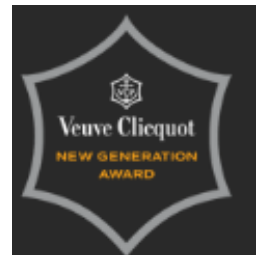
¹⁰⁷*Business Woman Awards: Veuve Clicquot Business Award* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuvecliquotaward.com/nomination>

¹⁰⁸Pozn.: Záleží v jakém státě se podnikatelky přihlašují, dle toho se přizpůsobují příjmy i měna.

- **Podnikatelka:** Nominovaná žena musí mít podnikatelského ducha a dále jej rozvíjet ve své organizaci.
- **Žena ve vedoucí pozici:** Nominovaná žena ve vedoucí pozici podniku musí být hnací silou společnosti, přičemž rozhoduje o svém současném ale také budoucím úspěchu ve společnosti.
- **Žena vzorem/příkladem:** Nominovaná žena, musí být vzorem ve své společnosti a také v širší společnosti.

2. VEUVE CLICQUOT NEW GENERATION AWARD

Cena *Veuve Clicquot Nová generace*¹⁰⁹ oceňuje inovace a tvůrčí vize žen podnikatelek ve věku od 25 do 35 let. Toto ocenění vzniklo při ceně Veuve Clicquot Business Award v roce 2014.



Obrázek č. 5

Hlavním cílem tohoto ocenění jsou inovace. Vítězky v této kategorii New Generation Award odrážejí hodnoty Veuve Clicquot jako jsou inovace, odvahy a snaha jednat v tomto okamžiku, aby optimalizovaly mezeru na dnešním trhu a přinesly novou nabídku na trh.¹¹⁰ Pro získání ceny Nové generace jsou kandidátky posuzovány podle následujících kritérií:

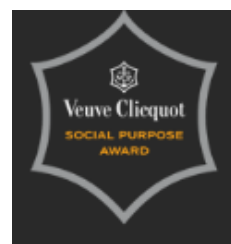
- **Tvůrčí vize:** Nominovaná žena musí být hlavním hybatelem změn ve svém oboru.
- **Podnikatelka:** Od myšlenky až po vytvoření musí být žena podnětem inovace a hnací silou její realizace.
- **Žena průkopnice:** kandidátka musí přeměnit inovaci v životaschopný model.

¹⁰⁹Prix Clémentine ve francouzštině

¹¹⁰*Business Woman Awards: Veuve Clicquot Neg Generation Award* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuvecliquotaward.com/nomination>

3. VEUVE CLICQUOT SOCIAL PURPOSE AWARD

Název *Veuve Clicquot Social Purpose Award* můžeme volně přeložit jako „cena za společenské účely“. Oceňuje podnikatelky, které umísťují společenský záměr do své společnosti, neziskové organizace nebo společnosti, a jako výsledek mají pozitivní dopad na společnost.



Obrázek č. 6

Hlavním cílem tohoto ocenění je dopad na společnost, kterou podnikatelka sama řídí, ale také sociální dopad na vnější společnost. Vedle níže uvedených kritérií chce skupina poradců vidět, jak ženy ve vedoucích pozicích vkládají do podnikání svůj záměr, aby vyřešily problém, který existuje uvnitř či vně jejich organizace.¹¹¹ Pro získání ceny Social Purpose Award jsou kandidátky posuzovány dle následujících kritérií:

- **Sociální mise:** Hlavním posláním společnosti je mít pozitivní dopad na společnost, kterou kandidátka řídí.
- **Podnikání:** Kandidátka musí představit podnikatelský přístup k realizaci sociální mise v její organizaci.
- **Životaschopnost:** organizace musí úspěšně fungovat nejméně po dobu pěti let

Další kritérium, které porota při rozhodování o vítězky ve všech kategoriích hodnotí je, aby nejúspěšnější z uchazeček nechybělo charisma, elán, odvaha, ochota riskovat, motivace a samozřejmě se musí jednat o úspěšný podnik.

¹¹¹*Business Woman Awards: Veuve Clicquot Social Purpose Award* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <http://www.veuvecliquotaward.com/nomination>

3.4. Co oceněním Veuve Clicquot Business Award ženy získají?

Ženy, které jsou oceněny kteroukoliv cenou Veuve Clicquot, se ze všech zemí sjedou do Remeše do domu Veuve Clicquot, kde se setkávají na dvoudenním setkání s prezidentem společnosti Veuve Clicquot-Ponsardin, organizátory soutěže, se členy porot všech zemí, ale hlavně samy mezi sebou. To vede k tomu, že mohou navázat nové mezinárodní kontakty a stejně tak nové pracovní možnosti, nebo dokonce najít nové přítelkyně.

Ocenění Veuve Clicquot je cenou nehonoranou a přesto čestnou. Držitelky jakéhokoliv ocenění Veuve Clicquot získají nejen ve svých zemích, ale i v zahraničí velké renomé. Stávají se tak členkami „*Cercle des Amis de la Veuve*“, což je mezinárodní síť všech držitelek této ceny od roku 1972. Jako ocenění každá dáma získá vinný keř z některé z oblasti vinic, které vlastní společnost Veuve Clicquot-Ponsardin. Navíc oceněné ženy získávají každý rok k narozeninám láhev šampaňského vína „*La Grande Dame*“.¹¹²

3.5. Oceněné ženy z minulých let a specifika jejich podnikání

Jelikož žen podnikatelek, které byly oceněny, je od roku 1972 mnoho, rozhodla jsem se ve své práci zmínit jen určitou část žen, které toto ocenění dostaly. Rozdělím také ocenění podle jednotlivých zemí (Francie, Velká Británie, Švýcarsko, Kanada), kde ženy byly oceněny.

1. Vítězky ve Francii

Lze říci, že oceněných žen ve Francii cenou Veuve Clicquot je ze všech 27 zemí, kde je cena udělována, nejvíce. Z tohoto důvodu jsem vybrala podle mého nejzajímavější ženy podnikatelky, které toto ocenění získaly:¹¹³

¹¹²PIAGET, May. *Un cep de vigne à son nom et une bouteille pour son anniversaire* [online]. Genève: Le temps, 2003, [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.letemps.ch/economie/un-cep-vigne-nom-une-bouteille-anniversaire>

¹¹³*Business Woman Awards: Past Winners* [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <https://www.veuveclicquot.com/en-int/business-woman-awards>

- V roce 1972, tedy v prvním roce fungování soutěže, vyhrála Gisèle Picaud, která pracovala jako stavební inženýrka pro průmyslovou společnost Bouygues.
- V roce 1987 cenu získala Gilberte Beaux, která byla prezidentka investiční společnosti Générale Occidentale
- V roce 1999 byla oceněna Michèle Cassegrain, ředitelka společnosti Longchamp, která se věnuje výrobě koženého zboží.
- V roce 2005 získala cenu Annie Famose, trojitá vítězka Olympijských her v Grenoblu. Annie Famose byla zakladatelkou a prezidentkou první nezávislé skupiny sportovních obchodů a horských restaurací.
- V roce 2015 byla oceněna Hélène Darroze, která je oceňovaná a renomovaná šéfkuchařka ve své vlastní restauraci „Hélène Darroze“.
- V roce 2017 cenu BWA získala Sarah Lavoine, která v roce 2002 založila své architektonické studio, kde se věnuje architektonickým projektům, ve kterých se inspiruje svým prostředím, barvami a současným uměním.

2. Vítězky ve Velké Británii

Ve Velké Británii bylo ocenění Veuve Clicquot Business Award zavedeno v roce 1974 a cena nesla název „*Woman in a Man's World Award*“.¹¹⁴ BWA je první a nejdéle působící cena oceňující ženy podnikatelky ve Velké Británii. V Británii se oslavuje ženský talent a odhodlanost žen. Slavnostní předání se koná každý rok v květnu v Londýně. Mezi předchozí vítězkyně například patří:

- V roce 2012 oceněná Anya Hindmarch, která je módní návrhářkou
- V roce 2013 ocenění získala Dame Marjorie Scardino, bývala generální ředitelka společnosti Pearson PLC, a která získala také Řád britského impéria (MBE).
- V roce 2017 Alison Brittain, která je generální ředitelkou Whitbread

¹¹⁴BANK, John a Susan VINNICOMBE. *Women With Attitude: Lessons for Career Management* [online]. London: Taylor & Francis, 2003, str. 70 Dostupné z: <https://books.google.cz/books?hl=cs&id=bvWBAGAAQBAJ&q=Veuve+Clicquot+Fourneaux+et+Cie#v=onepage&q=Jerome%20Alexandre%20Fourneaux&f=false>.

- V roce 2017 ocenění Veuve Clicquot New Generation získala Alice Bentinck za svou start-up společnost Entrepreneur First, která pomáhá absolventům technologických univerzit najít uplatnění v technologických firmách.

3. Vítězky ve Švýcarsku

- V roce 1985 ocenění BWA získala Maria Mumenthaler, zakladatelka a prezidentka společnosti Manpower Switzerland s. a.
- V roce 1993 byla oceněna Jane Royston, zakladatelka společnosti NatSoft s. a. Společnost se věnuje informačním technologiím.
- V roce 2003 ocenění získala Graziella Zanoletti, zakladatelka a prezidentka ženevské společnosti Elite Rent-a-car, která se zabývá půjčováním luxusních automobilů, lodí a letadel.
- V roce 2005 byla oceněna Gabriela Manser, prezidentka společnosti Appenzelloises Gontenbad, která se specializuje na výrobu minerálních vod.

4. Vítězky v Kanadě

- V roce 1986 ocenění BWA získala Lise Watier, zakladatelka společnosti Lise Watier Cosmétiques, která se věnuje výrobě kosmetiky.
- Roku 2012 ocenění BWA získala Christiane Germaine, spoluzakladatelka a spoluprezidentka společnosti Groupe Germain Hospitalité, která provozuje luxusní hotely po celé Kanadě.

4. Česká soutěž pro ocenění českých podnikatelek

V této části se vrátíme do České republiky, kde se můžeme setkat s několika různými soutěžemi pro ženy podnikatelky. Já jsem si pro srovnání ve své práci vybrala soutěž s názvem „*Ocenění českých podnikatelek*“. S projektem Ocenění českých podnikatelek je spojeno jméno Heleny Kohoutové, zakladatelky projektu. V další části si samotnou zakladatelku i celý projekt OCP představíme.

4.1. Helena Kohoutová

Helena Kohoutová je podnikatelkou, která se v roce 1997 rozhodla založit agenturu Helas. Předtím než, se Helena Kohoutová rozhodla naplno věnovat byznysu, rozhodovala se mezi uměleckou kariérou a kreativním byznysem. Dříve se totiž věnovala opernímu zpěvu, kdy cestovala po České republice, ale i do zahraničí. V roce 1993 přijala úvazek na kanadském konzulátu. Díky polovičnímu úvazku v Kanadě a své práci v České republice, kde pracovala jako manažerka dětského pěveckého kroužku, získala první podnět, který vedl k začátku jejího podnikání.



Obrázek č. 7

V Kanadě, odstartovala svůj první projekt, který spočíval ve výměně pěveckých souborů mezi Českou republikou a Kanadou. Tento projekt trval čtyři roky a díky němu Helena Kohoutová získala velmi cenné zkušenosti, se kterými se vrátila zpátky do České republiky.¹¹⁵ Po návratu z Kanady tak založila Agentura Helas, která se specializuje na pořádání společenských, odborných, kulturních a sportovních akcí. Agentura pořádá své akce v historických sálech v prostorách Kláštera minoritů sv. Jakuba v Praze, kde je

¹¹⁵PROCHÁZKOVÁ, Eva. *Helena Kohoutová: Zakladatelka Agentury Helas* [online]. Praha: Profesní magazine Best of., 2014, [cit. 2018-01-07]. Dostupné z: <http://www.ibestof.cz/business/helena-kohoutova---zakladatelka-agentury-helas.html>

možné uspořádat setkání až pro 300 osob.¹¹⁶ Motto Agentury Helas je¹¹⁷: „*Friendly Business – náš společný úspěch*“

Mezi další projekty, které Helena Kohoutová založila, patří:

1. **Helas New Encounters Club** – vznikl v roce 1997 a zaměřuje se na navazování kontaktů na výjimečné a osobní úrovni.
2. **Cosmopolitan Executive Helas Ladies Club** – vznikl v roce 1999, který podporuje, inspiruje a sdružuje ženy s aktivním přístupem k životu, manažerky, podnikatelky a ženy činu. Inspiraci k založení tohoto klubu Helena Kohoutová našla v prvorepublikových tradičních dámských klubech. Cílem tohoto klubu je stát se součástí přátelské komunity žen, které mají obdobné pracovní i životní zkušenosti. Členky se v klubu vzájemně podporují a pomáhají si. Tento klub vedl také zakladatelku k vizi založit projekt, který bude ženy podnikatelky oceňovat.
3. **Ocenění českých podnikatelek** – jak už jsem zmínila, vize založení tohoto ocenění vznikla díky Cosmopolitan Executive Helas Ladies Club. Ocenění vzniklo v roce 2008.
4. **Ocenění českých lídrů** – je nejnovějším projektem Agentury Helas, toto ocenění volně navazuje na OCP a rozšiřuje své zaměření na velké firmy, které jsou vlastněny ze 100 % českými občany.

Ocenění českých podnikatelek i Ocenění českých lídrů jsou projekty, které mají stejná pravidla i hodnocení. Vzniká tak podnikatelský prostor, ve kterém jsou sdruženy výhradně české společnosti podnikající transparentně s výbornými ekonomickými výsledky a vynikajícím ratingem a scoringem.¹¹⁸

¹¹⁶Agentura Helas [online]. Praha: Web Agentury Helas, Nedatováno, [cit. 2018-01-07].

Dostupné z: <https://www.helas.org>

¹¹⁷PARLAMENTNÍ LISTY. *Společné atributy úspěšných podnikatelek* [online]. Praha: Parlamentní listy, 2016, [cit. 2018-01-15]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/Spolecne-atributy-uspesnych-podnikatelek-461225>

¹¹⁸Agentura Helas [online]. Praha: Web Agentury Helas, Nedatováno, [cit. 2018-01-07]. Dostupné z: <https://www.helas.org>

5. Ocenění českých podnikatelek

Ocenění českých podnikatelek vzniklo za účelem oceňovat české ženy podnikatelky, které se do soutěže samy přihlásí, nebo je přihlásí jiná osoba. Ocenění českých podnikatelek vzniklo pod záštitou Agentury Helas.



Obrázek č. 8

V další částech textu se podrobněji budu věnovat celé soutěži OCP. V první části textu se budu věnovat historii a vzniku ceny, další část obsahuje nutné kroky do soutěže. Třetí podkapitola je zaměřena na kategorie soutěže OCP. Poté si řekneme, co ženy získají svou registrací a vítězstvím v soutěži. Poslední část, která je věnována OCP, je zaměřena na tři poslední roky, ve kterých byly ženy oceněny a za jejich podnikání.

5.1. Historie a vznik ceny

Jak již bylo řečeno, OCP vzniklo v roce 2008, kdy Helena Kohoutová a její agentura Helas již několik let provozovaly kluby, které mají za úkol seskupení úspěšných osob, podnikatelů atp. v České republice. Ocenění českých podnikatelek vzniklo za účelem oceňovat české ženy podnikatelky, které se rozhodly realizovat své sny, vize a nápady. Ženy, které podnikají transparentně a dosahují výborných výsledků a ženy, jež podporují lokální byznys, ale také se snaží expandovat za hranice České republiky. Odborná porota, která vše vyhodnocuje, se skládá z 22 členů. Ocenění českých podnikatelek si klade zároveň za cíl vyzdvihnout a šířit úspěchy žen dosažené v podnikání při respektování nepsaných mravních norem vzájemného obchodu.¹¹⁹

¹¹⁹Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/budujeme-hrde-cesko/>

5.2. Nutné kroky k nominaci do soutěže

Do projektu OCP se může přihlásit každá žena podnikatelka, která se sama přihlásí, nebo ji přihlásí jiná osoba. Žena podnikatelka se do soutěže přihlásí na základě finanční analýzy z veřejně dostupných údajů všech společností v České republice. Nominace vznikají na základě dostupnosti uzávěrek za předchozí roky. Přihláška do soutěže je on-line. Musejí být však splněny následující podmínky:¹²⁰

- Musí být českou občankou
- Žena, která je nominována do soutěže, musí být 100% majitelkou společnosti v hodnoceném období
- Její společnost (obchodní společnosti a podnikatelky s podvojným účetnictvím) byla založena nejpozději k 1. lednu 2013
- Obrat společnosti má roční obrat 10 a více milionů korun českých

Registrace do soutěže OCP je rozdělena do 4 částí: první část se skládá ze základních údajů o společnosti, druhá část představuje finanční analýzu (roční obraty, hospodářské výsledky za určité roky, atp.) třetí část se zaměřuje na zákazníky, nové technologie, atp.) a poslední, čtvrtá, část představuje souhlas se zpracováním osobních údajů.

¹²⁰Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <http://oceneneskychpodnikatelek.cz/soutezni-kategorie/>

5.3. Kategorie soutěže OCP

Soutěž OCP má 5 různých kategorií, ve kterých jsou ženy podnikatelky oceňovány.¹²¹ Charakteristika jednotlivých kategorií následuje v další části textu.

1. Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí

V této kategorii jsou oceňovány první tři místa. Tato kategorie má další tři podkategorie, ve kterých jsou ženy oceňovány.

- **Malá společnost (roční obrat 10 – 30 miliónu Kč)**
- **Střední společnost (roční obrat 30 – 80 miliónu Kč)**
- **Velká společnost (roční obrat 80 miliónu Kč a více)**

2. Cena ČSOB – výjimečná podnikatelka

V této kategorii se hodnotí výjimečná podnikatelka bez ohledu na počet zaměstnanců, dále vliv na obohacení trhu nebo společnosti, zohlednění sociálních a dalších aspektů její činnosti. Oceňuje se pouze první místo soutěže. Patronem této ceny je generální partner, tedy ČSOB.

3. Cena za výjimečný růst firmy

Tady se hodnotí řízený výjimečný růst činnosti společnosti za poslední tři sledované roky bez ohledu na kategorii (malá, střední, velká společnost), ve které se společnost nachází. Je udělena pouze jedna cena.

4. Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny

Zde se hodnotí inovativní přístup firmy za poslední tři sledované roky bez ohledu na velikost firmy. Uděluje se pouze cena pro první místo.

¹²¹*Ocenění českých podnikatelek* [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <http://oceneneskychpodnikatelek.cz/soutezni-kategorie/>

5. Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft

V této kategorii se hledají příklady toho, jak české firmy pomocí moderních technologií zlepšily své podnikání v různých oblastech. Například, jak díky moderním technologiím lépe a efektivněji oslovují své zákazníky nebo dávají svým zaměstnancům prostor pro hledání vlastních cest k dosažení cílů a umožňují jim lépe sladit pracovní a osobní život, nebo že zlepšují procesy a provoz (od výroby přes logistiku, administrativu až po marketing), či díky moderním technologiím inovují stávající nebo vytváří nové produkty a služby.

5.4. Co Oceněním českých podnikatelek ženy získají?

Pokud se kterákoliv žena podnikatelka rozhodne přihlásit do soutěže OCP získá zdarma tyto výhody:¹²²

- Novou zkušenost a výjimečnou příležitost se podívat na své podnikání tak říkajíc „shora“
- Možnost zamyslet se „Jak se tvoří hodnota firmy“
- Příležitost poděkovat svému pracovnímu kolektivu a svým klientům
- Osobně se setkat a hovořit s předními ekonomy a renomovanými odborníky v přátelské komorní atmosféře a získat cenné podnikatelské rady a tipy
- Stanou se čestnými členkami „*Klubu Ocenění českých podnikatelek*“ a přístup na společensko-odborná setkání, která jsou pořádána v rámci celé České republiky
- Obdrží VIP pozvánku na konferenci WOMEN IN BUSINESS a SLAVNOSTNÍ GALA VEČER, kde jsou předána ocenění
- Benefity od partnerů projektu
- Příležitost zviditelnit svoji firmu či značku a budovat pozitivní image své firmy
- Možnost sdílet a získávat nové zkušenosti a potkat se s novými lidmi

¹²²Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/co-touto-registraci-ziskate/>

5.5. Oceněné ženy z minulých let a specifika jejich podnikání

Ročník 2017:¹²³

1. Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí

- *Malá společnost:* Eva Hronová – Revatech, s.r.o. – je rodinná společnost, která dodává elektrotechnický a mechanický sortiment a další montážní materiál pro elektrotechniku, elektroniku a energetiku
- *Střední společnost:* Zdenka Homolová – Nerez Cidlina, s.r.o. – je rodinná společnost, která se specializuje na zakázkovou výrobu z nerezů pro potravinářský, chemický a farmaceutický průmysl. Dále se věnují výrobě strojů a zámečnickým pracím.
- *Velká společnost:* Lucie Tomášková – LT Sezam, s.r.o. je společnost, která se specializuje na maloobchodní a velkoobchodní prodej autopříslušenství, elektronického a mechanického zabezpečení do automobilů.

2. *Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka:* Darina Vodrážková – Daquas, s.r.o. je obchodní společnost, která se zabývá obchodem se softwarovými licencemi.

3. *Výjimečný růst firmy:* Sylva Jílková – Termstav, s.r.o. je společnost, která se specializuje na technologické zařízení budov (vytápění, chlazení) a zdravotnickou (vodovod, plynovod).

4. *Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny:* Eva Dokoupilová – Medical Plus, s.r.o. je revmatologická a osteologická ambulance a specializuje se na biologickou léčbu revmatických chorob.

5. *Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft:* Michaela Povýšilová – Technoaqua, s.r.o. je rodinná firma, která se zabývá

¹²³Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-30]. Dostupné z: <http://oceneneskychpodnikatelek.cz/vitezky/>

dodávkami měřicí techniky a přístrojů do oblasti vodního hospodářství pro nejrůznější společnosti, která nakládají s vodami.

Ročník 2016:¹²⁴

1. Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí

- *Malá společnost:* Květoslava Havlínová – Virteco, s.r.o. je internetový obchod, který se zaměřuje na rozvoj kreativity dětí. E-shop prodává hračky od zahraničních i českých dodavatelů, které podporují schopnost soustředění u dětí.
- *Střední společnost:* Stanislava Heritesová Weigelová – Westrans Děčín, s.r.o. je společnost, která se zaměřuje na mezinárodní a vnitrostátní zasilatelství, mezinárodní obchod, logistiku a služby související s přepravou zásilek zejména v mezinárodním obchodě.
- *Velká společnost:* Marta Nováková – U&Sluno, a.s. je společnost, která patří k předním poskytovatelům informačních technologií a poradenských služeb pro oblast obchodu, logistiky a distribuce.

2. *Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka:* Diana Rysková – Mediol, s.r.o. se specializuje na výrobu transportních prostředků pro všechny pacienty.

3. *Výjimečný růst firmy – pod patronací Microsoft:* Helena Mikulínová – Callis Inter, s.r.o. tato společnost se zaměřuje na oblast personálních a poradenských služeb.

4. *Cena za inovativní řešení – pod patronací České pojišťovny:* Jarmila Podhorná – Firma Naděje se zaměřuje na výrobu bylinných tinktur¹²⁵, dále se specializuje na výrobu přípravků bez nežádoucích účinků

¹²⁴Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-30]. Dostupné z:

<http://oceneneskychpodnikatelek.cz/vitezky/>

¹²⁵Pozn.: Tinktura znamená původně barvivo nebo léčivo. Slovo se běžně používalo v lékárnictví, lze je vidět na lahvích v historických lékárnách. Dnes znamená druh tekutého léčiva, výluh (obvykle z rostlin) získaný extrakcí vhodným rozpouštědlem, nejčastěji alkoholem.

a cenově dostupných, které působí na organismus příznivě jako prevence i regenerace a zlepšení stavu při různých zdravotních problémech. Paní Jarmila Podhorná, společně se svou společností Naděje, byla také dne 10. 9. 2016 oceněna Univerzitou Palackého v Olomouci za reprezentaci Univerzity Palackého v České republice a zahraničí.

Ročník 2015:¹²⁶

1. Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí

- *Malá společnost:* Lucie Viterová – HomeCare Promedica, s.r.o. je firma, která se specializuje na pečovatelské služby. HomeCare Promedica se snaží svým pacientům zcela nahradit hospitalizaci v nemocnici.
- *Střední společnost:* Ivana Černožorská – NC Wega, spol s.r.o. tato společnost se zaměřuje na zpracování plechu – pálení laserem, lisování, ohraňování, svařování a také drobné zámečnické práce.
- *Velká společnost:* Jaroslava Valová – SIKO koupelny a.s. se zabývá maloobchodním a velkoobchodním prodejem. Hlavním předmětem činnosti je vybavení koupelen a v posledních letech také vybavení kuchyní.

2. *Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka:* Pavla Čechová Švepešová – Stroom Dub o.p.s. je společnost trvalého rozvoje občanům s omezením a provozuje sociální služby, sociální rehabilitaci a sociálně-terapeutické dílny.

3. *Výjimečný růst firmy – pod patronací Microsoft:* Eva Vejšická – Elron cz, s.r.o. firma provádí činnosti v oblasti nakládání s kompostovatelnými odpady a na prodej elektroinstalačního materiálu, svítidel a kabelů.

¹²⁶Ocenění českých podnikatelek [online]. Nedatováno, [cit. 2017-11-30]. Dostupné z: <http://oceneneskychpodnikatelek.cz/vitezky/>

4. *Cena za inovativní řešení – pod patronací Allianz:* Terézia Svátová – Terezia Company, s.r.o. je rodinná firma, která se zabývá vývojem, výrobou a distribucí přírodních doplňků stravy z léčivých hub a rostlin.

6. Porovnání soutěží Veuve Clicquot Business Award a Ocenění českých podnikatelek

V této části práce se budu věnovat porovnání dvou soutěží, které oceňují ženy podnikatelky. Tato část bude rozdělena do tří podkapitol, ve kterých budu soutěž BWA a OCP porovnávat. Rozhodla jsem porovnávat historii soutěží, kritéria pro registraci do soutěže, dále pak kategorie soutěží a v neposlední řadě také porovnáám, co oceněním v těchto dvou soutěžích ženy získají.

6.1. Porovnání historie soutěží BWA a OCP

Obě soutěže, pro ocenění podnikatelek, byly založeny za účelem oslavování úspěchu žen. Historie soutěží Veuve Clicquot Business Woman a Ocenění českých podnikatelek se velmi liší. Veuve Clicquot Business Woman Award byla založena již v roce 1972, což s sebou nese dlouhou tradici, úspěch a určitou prestiž v celém světě. Od roku 1972 soutěž BWA ocenila ve svých kategoriích kolem 320 žen. Aby porovnání BWA bylo adekvátní k soutěži OCP, od roku 2008 BWA ocenila ve svých kategoriích 83 žen z 27 různých zemí světa. Jelikož pro porovnání je vždy potřeba nejméně dvou stran, nyní se podíváme do České republiky na Ocenění českých podnikatelek.

Ocenění českých podnikatelek je velmi mladá soutěž. Tato soutěž vznikla v roce 2008. I přesto, že tato soutěž je relativně mladá, tak je velmi vyhledávaná českými podnikatelkami, které svůj úspěch chtějí sdílet a oslavovat s ostatními ženami. Od své působnosti soutěž ocenila ve svých kategoriích k roku 2017¹²⁷ 102 českých podnikatelek.

Pokud se zaměříme na porovnání od stejného roku, tedy roku 2008, dojdeme ke skutečnosti, že Ocenění českých podnikatelek ocenilo o 6 podnikatelek více než Business Woman Awards. Zde si můžeme položit otázku, jak je možné, že česká soutěž, která je výrazně mladší, než BWA ocenila o 6 žen víc? Podle mého s tím souvisí rozdílný počet a rozsah kategorií v těchto dvou soutěžích.

¹²⁷Pozn.: Vítězky roku 2017 byly oznámeny v listopadu 2017

6.2. Kritéria pro registraci do soutěží

Jestliže se chceme přihlásit do jakékoliv soutěže, musíme splnit podmínky a registrovat se. Každá soutěž má svá pravidla. Pro vstup do soutěží BWA i OCP je nutná registrace, která s sebou přináší určitá kritéria, kterým se nyní budu věnovat. Kritéria se u těchto soutěží velmi liší.

Registrace do Business Woman Awards¹²⁸ probíhá online formou. Aby ženy mohly být registrovány do soutěže Veuve Clicquot Business Woman Award, musí splnit 3 kroky. Nejdříve si zvolí soutěž, do které se chtějí nominovat (Veuve Clicquot Business Award, Veuve Clicquot New Generation nebo Veuve Clicquot Social Purpose Award). Druhý krok spočívá v tom, že musí ženy projít krátkým dotazníkem, který spočívá ve čtyřech otázkách, kde se volí odpověď Ano x Ne (viz podkapitola 2.2.). Pokud se na všechny otázky, které jsou v krátkém dotazníku odpoví Ano v posledním kroku následuje podrobnější formulář (viz Příloha 1–3), kde se vyplňují údaje o společnosti, kterou žena vlastní. Jestliže se na krátký dotazník odpoví Ne, dále se k podrobnějšímu formuláři nepokračuje.

Registrace do soutěže Ocenění českých podnikatelek¹²⁹ je dle dostupných zdrojů, výrazně snazší než u soutěže Business Woman Awards. Stejně, jako u BWA, registrace do soutěže Ocenění českých podnikatelek probíhá formou online. Ženy, které mají zájem se do soutěže OCP přihlásit, musí vyplnit finanční analýzu, a dále musí splnit několik podmínek (viz podkapitola 4.2.). Nominace vznikají na základě splnění daných podmínek a dostupnosti finančních uzávěrek za předchozí tři roky. Registrace do soutěže OCP probíhá ve čtyřech částech. První část obsahuje základní údaje o společnosti a majitelce společnosti, druhá část spočívá ve finanční analýze (roční obraty, hospodářské výsledky za poslední tři roky, atp.) třetí část se zaměřuje na zákazníky, nové technologie, atp.), čtvrtá část představuje souhlas se zpracováním osobních údajů (viz přílohy 4–8).

Pokud si podrobně projdeme přílohy 1–8, můžeme vidět, že rozdílů při registraci v soutěžích je opravdu mnoho. První z mých postřehů je ten, že soutěž BWA se více zaměřuje na majitelku společnosti jako takovou, registrace se dotazuje na podrobnější

¹²⁸Pozn.: Nominace do soutěže BWA pro rok 2019 budou otevřeny v září 2018.

¹²⁹Pozn.: Nominace do soutěže OCP pro rok 2018 jsou otevřeny od března do září 2018

údaje o majitelce a registrační formulář je výrazně kratší a vyžaduje otevřené a rozvinutější odpovědi. Vedle toho registrační formulář soutěže OCP je delší a zajímá se spíše o podnik než o majitelku samotnou. Odpovědi se také liší, jsou spíše ve formě uzavřených odpovědí. Otevřené odpovědi jsou pouze pro údaje o společnosti, počet zaměstnanců a finanční analýze za poslední tři roky.

6.3. Kategorie soutěží

Každá soutěž má své kategorie, ve kterých se soutěží. Kategorie mohou být věkové, kategorie žen a mužů, kategorie různých disciplín, různých odvětví, atd.

V této části se budu věnovat porovnání kategorií v soutěžích Business Woman Award a Ocenění českých podnikatelek.

Soutěž Veuve Clicquot Business Woman Award je mezinárodní soutěž, která působí již od 20. století ve 27 zemích světa. I přes to, jak je soutěž uznávaná a vyhledávaná téměř po celém světě, se v soutěži setkáme pouze se třemi kategoriemi (Business Woman Awards, Veuve Clicquot New Generation Award a Veuve Clicquot Social Purpose Award). Každá kategorie oceňuje ženy podnikatelky v různých oblastech. Business Woman Awards oceňuje ženy podnikatelky, které sdílí stejné hodnoty jako samotná Veuve Clicquot. Veuve Clicquot New Generation, je oproti BWA výrazně mladší a zaměřuje se na ocenění žen, které se snaží využít změn a inovací. Poslední kategorií BWA je Veuve Clicquot Social Purpose Award, nebo také cena za společenské účely, kde jsou ženy podnikatelky oceňovány za to, jaký má jejich podnikání vliv na společnost, ať už na tu, kterou řídí nebo na vnější společnost.

Ocenění českých podnikatelek je česká soutěž pro ocenění podnikatelek, která v České republice působí od roku 2008. I přes to, že Ocenění českých podnikatelek působí v České republice krátce, tak ve svých kategoriích ocenilo více než osmdesát českých žen podnikatelek. OCP má k roku 2017 pět kategorií, do roku 2016 byly kategorie čtyři.

První kategorie s názvem *Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí* je rozdělena do tří menších podkategorií:

1. Malá společnost
2. Střední společnost
3. Velká společnost

V této kategorii a jejích podkategoriích jsou hodnoceny první tři místa, tudíž cenu *Česká podnikatelka, která firmu vlastní a řídí* celkem získá v každém ročníku devět žen.

Další kategorií je *Cena ČSOB – Výjimečná podnikatelka*, tato kategorie je pod patronací ČSOB a hodnotí se pouze první místo, kdy jsou ženy oceňovány za obohacení trhu nebo společnosti. ČSOB je dlouhodobým generálním partnerem soutěže Ocenění českých podnikatelek.

Třetí kategorie je udělována za *Výjimečný růst firmy* (někdy je také tato kategorie pod patronací jednoho z partnerů soutěže, v předchozích ročnících tímto patronem byl Microsoft). V této kategorii je hodnocen růst společnosti za poslední tři roky, nezáleží na tom, zda podnik patří do kategorie malého, středního nebo velkého. Hodnotí se pouze první místo, kde je růst společnosti největší.

Předposlední kategorie soutěže OCP je *Cena za inovativní řešení ve společnosti* (i v této kategorii se můžeme setkat s patronem soutěže, v roce 2017 a v 2016 tímto patronem byla Česká pojišťovna). Zde se hodnotí inovativní přístup společnosti za poslední tři roky bez ohledu na velikost firmy. Je hodnoceno pouze první místo.

Poslední tedy pátá kategorie nese název *Cena za digitální transformaci – pod patronací Microsoft* (tato kategorie byla prvně udělena v roce 2017). Tato kategorie hodnotí, jak ženy ve svých společnostech využívají technologie, aby zlepšily své podnikání v různých oblastech.

V této části můžeme vidět, že co se týče kategorií, se tyto soutěže velmi liší nejen v počtu kategorií, ale také v záměru těchto kategorií. U Veuve Clicquot Business Woman Awards vidíme tři kategorie, kde v každé kategorii vyhrává pouze jedna žena podnikatelka z každé země, kde soutěž působí. Kategorie BWA jsou zaměřeny pouze třemi směry, kdy první a nejstarší kategorie Business Woman Award oceňuje ženy podnikatelky za jejich odvahu riskovat, motivaci rozvíjet podnik a další hodnoty, která sama Veuve Clicquot uznávala. Další kategorie Veuve Clicquot New Generation Award oceňuje pouze ženy ve věkové kategorii 25–35 let za nové inovace. Poslední kategorií BWA je Veuve Clicquot Social Purpose Award, kde jsou ženy oceňovány za sociální dopad ať už na svou vlastní společnost a nebo vnější.

Ocenění českých podnikatelek má těchto kategorií pět. V první kategorii se ženy oceňují za to jak velkou společnost vlastní a řídí. Tato kategorie je rozdělena na tři další podkategorie podle velikosti společnosti. Další kategorie oceňuje ženy za jejich

výjimečnost, tedy za to, o co se svým podnikáním zasazují, o přínos na trhu nebo ve společnosti. Ve třetí kategorii je posuzován podnik, který ukazuje za poslední tři roky největší růst společnosti. Čtvrtá kategorie se podobá kategorii Veuve Clicquot New Generation, jelikož v obou těchto kategoriích jsou hodnoceny inovace. Poslední kategorií OCP je Cena za digitální transformaci, ve které se hodnotí, jak ženy ve své společnosti využívají technologie.

6.4. Rozdíl ocenění žen v soutěžích

Na závěr každé soutěže přichází vyhlášení výsledků a výherců soutěže. Vyhlášení výsledků ve většině případů představuje určitý slavnostní ceremoniál. Soutěže, které jsem si vybrala pro porovnání, při vyhlášení výherkyň splňují určité podmínky. Každoroční vyhlášení výsledků doprovází slavnostní ceremoniál v podobě galavečerů, kterých se všechny nominované ženy zúčastní.

V soutěži BWA dochází k vyhlášení předběžných výsledků vždy březnu a slavnostní předání probíhá v květnu. V letošním roce vyhlášení výsledků připadá na středu 9. května 2018, kdy budou vyhlášeny výherkyně pro rok 2018. Cena Veuve Clicquot Business Woman Award je nehonorovaná, pokud žena vyhraje soutěž, nedostane se jí žádné finanční částky nýbrž celosvětové renomé a prestiž. Po vyhlášení výsledků se ženy, které ocenění získaly, sjedou v Remeši v domě Veuve Clicquot, kde mají možnost se setkat s ředitelem společnosti, organizátory soutěže a s ostatními vítězkami. Vítězky jsou přijaty do „*Cercle des Amis de la Veuve*“ dále jim je předán vinný keř, který symbolizuje původ ceny. Navíc je každé výherkyni každoročně k narozeninám předána láhev šampaňského vína „La Grande Dame“.

V soutěži Ocenění českých podnikatelek ocenění, které ženy získají při výhře v soutěži, je nehonorované. OCP nabízí ženám zpětnou vazbu, při které mají možnost nahlédnout na svůj podnik z jiné perspektivy. Dále nabízí výherkyním možnost se setkat s významnými českými ekonomy a získat tak cenné rady a zkušenosti. Výherkyně se stanou čestnými členkami „Klubu Ocenění českých podnikatelek“ a získají tak možnost zúčastnit se společensko-odborných setkáních, která jsou pořádána po celé České republice. Získají dále VIP vstupenku na slavnostní galavečer, kde jsou předána ocenění. Vyhlášení výsledků výherkyň Ocenění českých podnikatelek probíhá vždy v listopadu.

U obou soutěží vidíme, že hlavní cenou, kterou ženy získají je především povědomí společnosti, ať už do světové nebo do domácí, o jejich podniku. Oceněním ženy podnikatelky získají nové zkušenosti a otevírají se jim nové možnosti, jak dále rozvíjet sebe a své podnikání. Plusem u BWA spatřuji, že ženy dostanou vinný keř, který symbolizuje podnikání a odkaz Veuve Clicquot. Obě ceny si kladou za cíl ocenit ženy podnikatelky za jejich podnikání, což podle mého názor obě soutěže splňují.

7. Vyhodnocení soutěží Business Woman Award a Ocenění českých podnikatelek

Závěrečná část je věnována vyhodnocení soutěží Business Woman Award a Ocenění českých podnikatelek.

V předchozích částech textu jsem se věnovala porovnání jednotlivých částí mezi těmito soutěžemi. Jak již bylo zmíněno soutěž Business Woman Award vznikla v roce 1972, tudíž tato soutěž s sebou nese dlouhou tradici a historii. Soutěž Business Woman Award ve svých třech kategoriích za dobu svého působení ocenila více než 300 žen podnikatelek, které se věnují různým odvětvím v podnikání. Je nutné podotknout, že kategorie až do roku 2014 byla pouze jedna (Business Woman Award). V roce 2014 se soutěž rozrostla o další dvě kategorie (Business Woman Award New Generation a Social Purpose Award). Dalším faktem je, že soutěž působí ve 27 zemích po celém světě, ale ne v každé zemi probíhá každoroční vyhlášení vítězek. Některé země, například Švýcarsko, oceňuje ženy podnikatelky co dva roky. Ženy podnikatelky, které vyhrají jakoukoliv kategorii BWA, se stávají čestnými členkami „*Cercle des Amis de la Veuve*“. Oceněné ženy jsou obdarovány vinným keřem z vinic Veuve Clicquot-Ponsardin a každoročně ke svým narozeninám získávají láhev šampaňského vína. Dále se výherkyně sjíždějí do domu Veuve Clicquot v Remeši, kde mají možnost setkat se s pořadatelem celé soutěže.

Naproti tomu česká soutěž Ocenění českých podnikatelek je velmi mladá. Vznikla v roce 2008 i za tuto relativně krátkou dobu tato soutěž ocenila ve svých kategoriích více než 80 českých žen podnikatelek. Soutěž OCP má k roku 2018 pět různých kategorií, ve kterých oceňuje české podnikatelky. Slavnostní vyhlášení výherkyň probíhá každoročně. Výherkyně se stávají členkami „Klubu Ocenění českých podnikatelek“ a získávají mnoho výhod od partnerů soutěže.

Dle mého názoru a dostupných informací BWA hodnotí spíše osobnost ženy podnikatelky jako takové než samotný vývoj podniku. Porota se při hodnocení zaměřuje na ženy a mezi klíčové a rozhodující hodnoty pro nejúspěšnější podnikatelku patří jejich charisma, elán, odvaha riskovat a v neposlední řadě jejich pozitivní dopad na společnost.

Ocenění českých podnikatelek se naproti tomu zaměřuje právě na podnik, který ženy řídí a vlastní. OCP se spíše zaměřuje na finanční stránku podniku, kdy podniky

dosahují výborných výsledků a podporují tak lokální trh. Ženy jsou oceněny také za to, že se při svém podnikání snaží využívat nových technologií a vyvíjejí nebo využívají nové inovace pro rozvoj podnikání.

Z toho vyplývá, že soutěž Business Woman Award a Ocenění českých podnikatelek jsou soutěže v podstatě odlišné, jen s určitými stejnými prvky. Hlavní cíl, který obě soutěže splňují, je ocenit ženy podnikatelky v určitých kategoriích za určité časové období (většinou za jeden kalendářní rok). Každá soutěž má své odlišné kategorie, do kterých jsou ženy nominovány na základě jednotlivých kritérií, jež je nutno splnit. Obě soutěže pro vyhlášení výsledků a předání cen pořádají slavnostní galavečery, kde se všechny zúčastněné ženy podnikatelky seznámí s organizátory akce, řediteli soutěže, ale i s mimořádnými hosty. Navíc soutěž BWA pořádá slavnostní galavečer spojený s návštěvou Remeše, kde se v domě Veuve Clicquot setkávají výherkyně v soutěži ze všech států, kde soutěž působí.

Závěr

Předložená diplomová práce se ve své teoretické části zabývá ženami. První kapitola je věnována ženám ve společnosti, kdy popisují tři století (19. století, 20. století a 21. století), ve kterých dle mého názoru lze nejlépe vidět formování rolí žen ve společnosti. V následující kapitole, se věnuji ženám na trhu práce, tedy jak si současné ženy stojí na pracovním trhu, dále se také věnuji zaměstnanosti žen v České republice, která neustále roste. Poté následuje kapitola, která se věnuje ženám podnikatelkám. V poslední části teorie popisují také programy, které podporují ženy podnikatelky, jak v České republice tak i v zahraničí.

Další část mé diplomové práce je věnována jedné z nejvýznamnějších podnikatelek, která již v 19. století ovládla svým podnikáním svět. Tato diplomová práce si kladla za cíl představit francouzskou podnikatelku Veuve Clicquot, která se ve svých 27 letech stala vdovou, a dostala se tak do vedení vinařské společnosti, kterou řídil a vlastnil její manžel. V úvodních kapitolách zmiňuji několik životopisných dat a událostí Madame Clicquot, kdy postupně dospívám ke kapitolám o jejím podnikání. Veuve Clicquot zastávala jisté zásady, díky kterým její počínání ve vedení společnosti byly specifické. Na její počest a dvoustému výročí podniku, v roce 1972, byla založena soutěž pro ocenění podnikatelek Business Woman Award. Soutěž nejdříve působila pouze ve Francii, ale za nedlouho se rozšířila do Velké Británie a nyní působí ve 27 různých zemích světa a má na svém kontě více než tři sta oceněných žen podnikatelek. Soutěž BWA má tři kategorie, ve kterých hodnotí ženy podnikatelky. Aby bylo možné se do soutěže přihlásit, musí kandidátky splňovat stanovená kritéria. Výherkyně jsou vybrány odbornou porotou, kdy jim je jako ocenění věnován vinný keř z oblasti Champagne, kde se vyrábí víno Veuve Clicquot-Ponsardin, dále výherkyně získávají od společnosti každý rok ke svým narozeninám láhev šampaňského vína, a především jsem jim dostává velké prestiže a renomé jak na národní, tak mezinárodní úrovni, a v neposlední řadě se stávají uznávanými členkami „Cercle des Amis de la Veuve“.

Název práce však nese název porovnání soutěží, proto jsem si pro porovnání s BWA vybrala jednu českou soutěž, která nese název Ocenění českých podnikatelek. Tato soutěž vznikla pod záštitou paní Heleny Kohoutové a její agentury Helas jako projekt pro ocenění českých žen podnikatelek. Soutěž Ocenění českých podnikatelek

vznikla v roce 2008. I přes to, že Ocenění českých podnikatelek je relativně mladý projekt, za dobu svého působení bylo oceněno více než osmdesát českých žen podnikatelek. OCP k roku 2018 má 5 kategorií, ve kterých jsou ženy hodnoceny podle předem stanovených kritérií. Ocenění českých podnikatelek nabízí svým výherkyním velké množství příležitostí, ve kterých ženy podnikatelky mohou nadále rozvíjet samy sebe a své podniky. Ocenění českých podnikatelek má každý rok velkou podporu různých sponzorů, kteří se účastní soutěže a podporují tak samotné podnikatelky. OCP nabízí svým výherkyním příležitost zviditelnit svou firmu, značku či výrobek na domácím trhu, dále nabízí novou zkušenost, kdy se podnikatelky na své podnikání mohou podívat tak říkajíc „shora“, stávají se čestnými členkami Klubu Ocenění českých podnikatelek a mnoho dalšího.

Mým cílem bylo tyto dvě soutěže porovnat. Dospěla jsem k výsledku, že obě soutěže sice oceňují ženy podnikatelky za jejich úspěchy, ale pokud se zaměříme blíže, uvidíme, že každá ze soutěží při hodnocení výsledků považuje za důležitější kritérium něco jiného. Business Woman Award oceňuje úspěch podnikatelek a jejich podniků, ale především hledá ve svých nominovaných ženách ženy, které mají stejné zásady v řízení a vedení podniku jako měla Veuve Clicquot. Ocenění českých podnikatelek se při hodnocení výsledků právě zaměřuje na samotný podnik. Domnívám se a doufám, že je to jenom otázkou času, kdy v České republice bude pro ženy stejná soutěž pro ocenění jejich pracovního nasazení.

Myslím, že by se každá úspěšná žena podnikatelka měla přihlásit do jakékoliv soutěže oceňující její tvrdou práci. Každá má totiž šanci na výhru a pokud by náhodou nevyhrála v roce, ve kterém se přihlásila, může to zkusit v následujících letech znovu a znovu, a přitom by se měla řídit citátem, který kdysi pravil Konfucius „*Náš největší úspěch není v tom, že nepadneme, ale v tom, že vždy vstaneme, kdykoli padneme.*“

Résumé

Le sujet très discuté d'aujourd'hui, ce sont des femmes entrepreneurs. Ce mémoire de master se focalisera sur les femmes entrepreneurs ; en particulier sur les prix qui leurs sont décernés.

Le premiers chapitres du mémoire présentent tout d'abord les femmes exerçant leurs activités dans les sociétés de renommée mondiale et puis celles qui sont actives au niveau national. Successivement, nous centrons sur la position des femmes sur le marché du travail. Nous pouvons constater qu'augmente le nombre des femmes sur le marché du travail. Mais, ce sont des femmes entrepreneurs qui font l'objet principal du présent mémoire de master. Nous avons découvert que leur nombre s'accroît mondialement. Nous mettons l'accent également sur plusieurs femmes entrepreneurs importantes du XIX^e jusqu'au XXI^e siècle. Le dernier chapitre est consacré aux organisations, aux programmes, et aux projets qui soutiennent l'entrepreneuriat féminin.

La deuxième partie du mémoire décrit l'une des entrepreneurs les plus connues qui est la Veuve Clicquot. Madame Clicquot est devenue veuve à l'âge de 27 ans. Grâce à ce fait, elle devient propriétaire de la Maison de Champagne de renommée internationale. En l'occasion du bicentenaire de la Veuve Clicquot, la Maison récompense les femmes qui s'engagent avec succès dans le monde des affaires par le prix Veuve Clicquot de la femme d'affaires. Le prix de la Veuve Clicquot a 3 catégories en appréciant plus de trois cents femmes entrepreneurs dans 27 pays différents à travers le monde.

La partie suivante de notre mémoire de master a pour but de présenter la récompense décernée aux femmes entrepreneurs en République tchèque. Concrètement, nous avons choisi le prix qui s'appelle « La Récompense des entrepreneurs tchèques ». La fondatrice de cette compétition est Helena Kohoutová, l'entrepreneur tchèque. Cette récompense tchèque est très jeune. Elle a été fondée en 2008. Le prix a été décerné à plus de 80 femmes entrepreneurs, dans 5 catégories.

Dans notre mémoire de master, nous avons comparé deux récompenses destinées aux femmes entrepreneurs. De différents critères sont pris en considération. Le prix de la Veuve Clicquot apprécie les femmes courageuses n'ayant pas peur d'affronter un risque. Au contraire, « La Récompense des entrepreneurs tchèques » met l'accent sur les entreprises possédées et gérées par les femmes, sur leur croissance financière, etc.

Nous présumons que chaque femme entrepreneuse a le droit de s'inscrire à un concours qui récompense son travail acharné. Tout le monde a une chance de réussir. Il convient de mentionner la citation de Confucius : « *La plus grande gloire n'est pas de ne jamais tomber, mais de se relever à chaque chute.* »

Použité zkratky

LVMH - Moët Hennessy Louis Vuitton

BWA – Business Woman Award

MBE – The Most Excellent Order of the British Empire

S. A. – Société Anonyme – francouzsk  zkratka pro akciovou společnost

OCP – Ocenění českých podnikatelek

Zdroje

ABELLAN, Alexandre. *Jean-Marc Gallot prend la direction de Veuve-Clicquot (LVMH)*. [online]. Champagne: Vitisphere, 2014, [cit. 2017-11-09]. Dostupné z: <https://www.vitisphere.com/actualite-63862-Champagne-JeanMarc-Gallot-prend-la-direction-de-VeuveClicquot-LVMH.htm>

Agentura Helas [online]. Praha: Web Agentury Helas, nedatováno, [cit. 2018-01-07]. Dostupné z: <https://www.helas.org>

AMERICAN EXPRESS OPEN. *Number of Women-Owned Businesses Growing 2.5 Times Faster Than National Average* [online]. New York: American Express, 2017, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://about.americanexpress.com/news/pr/2017/state-of-women-owned-businesses-2017-report.aspx>

BANK, John a Susan VINNICOMBE. *Women With Attitude: Lessons for Career Management* [online]. London: Taylor & Francis, 2003, 328 s. [cit. 2017-12-01]. ISBN 0-203-21809-4. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?hl=cs&id=bvWBAGAAQBAJ&q=Veuve+Clicquot+Fourneaux+et+Cie#v=onepage&q=Jerome%20Alexandre%20Fourneaux&f=false>

BEAUVOIR, Simone de. *Druhé pohlaví*. Přeložil Josef KOSTOHRYZ, přeložil Hana UHLÍŘOVÁ. Praha: Orbis, 1966, Malá moderní encyklopedie.

Best Business Woman Award. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <https://www.bestbusinesswomenawards.com>

BÍLÁ, Eva. *GASTRO JUNIOR BRNO – NOWACO CUP: mezinárodní soutěž tvořivosti mládeže – motivace ve vzdělávání žáků* [online]. Brno, 2008, 48 s. [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/166913/pedf_b/Bakalarska_prace.pdf. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Ing. Pavla Stejskalová.

BOCK, Gisela. *Ženy v evropských dějinách: od středověku do současnosti*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2007, 381 s. Utváření Evropy. ISBN 978-80-7106-494-7.

Business Woman Awards: Past Winners [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-19]. Dostupné z: <https://www.veuveclicquot.com/en-int/business-woman-awards>

CÁPOVÁ, Irena. *Nejvlivnější ženou Česka je Lenka Bradáčová, ve světě Angela Merkel* [online]. 2017, [cit. 2018-04-08]. ISSN 2570-4877. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/nejvlivnejsi-zenou-ceska-je-lenka-bradacova-ve-svete-angela-merkel/>

ČERMÁK, Jindřich. *Postavení ženy ve společnosti se zaměřením na Českou republiku* [online]. E-polis.cz, 2003, [cit. 2018-01-19]. ISSN 1801-1438. Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/postaveni-zeny-ve-spolecnosti-se-zamerenim-na-ceskou-republiku.html>

Český statistický úřad: *Zaměstnanost žen roste rychleji než zaměstnanost mužů. Parlamentní listy* [online]. 2017, [cit. 2018-03-24]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/Cesky-statisticky-urad-Zamestnanost-zen-roste-rychleji-nez-zamestnanost-muzu-473869>

DE BRISSAC, Elvire. *Voyage imaginaire autour de Barbe Nicole Ponsardin: Veuve Clicquot 1777 - 1886*. Nouv. éd. Saint-Amand-Montrond: Grasset, 2009, 168 s. ISBN 978-2-246-75671-2.

DU VIN, La dame. *Without her husband, but not without Champagne!* [online]. Perlage Blog, 2014, [cit. 2017-11-29]. Dostupné z: http://www.perlageblog.com/2014/07/en_us-senza-marito-ma-non-senza-champagne/

EUROPEAN COMMISSION. *Female entrepreneurs* [online]. Luxembourg: European Commission, 2014, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z:

https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en

FISHLOVÁ, Drahomíra. The employment and status of women in the labour market. *Eurowork* [online]. Eurofound, 2005, [cit. 2018-02-24]. Dostupné z:

<https://www.eurofound.europa.eu/cs/observatories/eurwork/articles/the-employment-and-status-of-women-in-the-labour-market>

GERŠLOVÁ, Jana. La Grande Dame šampaňského. *Hospodářské dějiny = Economic History*. 2013, 28 (1), 29. ISSN 0231-7540.

GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. Přeložil Jan JAŘAB. Praha: Argo, 1999, 595 s. ISBN 80-7203-124-4.

HOLLIS, Chris. *LVMH Résultats 2016 records* [online]. Paris: LVMH, 2017, 26. ledna 2017, [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <https://www.vitisphere.com/actualite-63862-Champagne-JeanMarc-Gallot-prend-la-direction-de-VeuveClicquot-LVMH.htm>

HOMS, George J. *Clémentine Clicquot* [online]. Cannes: Geni, 2015, [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <https://www.geni.com/people/Clémentine-Clicquot/6000000022192097229>

HOWARD, Caroline. The World's 100 Most Powerful Women In 2017. *Forbes* [online]. 2017, [cit. 2018-04-08]. ISSN 0015-6914. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolinehoward/2017/11/01/the-worlds-100-most-powerful-women-in-2017/#59f0c7333148>

HUBINKOVÁ, Zuzana. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 3., aktualiz., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada, 2008, 280 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-1593-3.

JOHNSON, Hugh. *Vintage: The Story of Wine*. 2. New York: Simon & Schuster, 1989, 480 s. ISBN 978-0671687021. Dostupné z:

https://books.google.cz/books?id=x9kgAQAAIAAJ&dq=Vintage%3A%20The%20Story%20of%20Wine.&hl=cs&source=gbs_book_other_versions

KÁFOŇKOVÁ, Jarmila. *POSTAVENÍ ŽEN V ČESKÉ SPOLEČNOSTI V POSLEDNÍCH 100 LETECH* [online]. Brno, 2006, 52 s. [cit. 2018-01-28]. Dostupné z: https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/3640/káfoňková_2007_bp.pdf?sequence=1. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí práce PaedDr. Lenka Rogožanová.

KELLEY, Donna J., Candida G. BRUSH, Patricia G. GREENE a Yana LITOVSKY. *The global entrepreneurship monitor (GEM): Women's Entrepreneurship Activity Levels and Characteristics*. [online]. Babson Park: Babson College, 2011, [cit. 2017-12-10]. str. 19 Dostupné z: http://emekin.net/documentos/es/Informe_gem_2010_womens_report.pdf

KLADSTRUP, Don a Petie Kladstrup. *Champagne: How the World's Most Glamorous Wine Triumphed Over War and Hard Times*. New York: Harper Perennial, 2006, 320 s. ISBN 978-0060737931. Dostupné z:

https://books.google.cz/books?id=UDY6HwKT43oC&printsec=frontcover&dq=Champagne:+How+the+World's+Most+Glamorous+Wine+Triumphed+Over+War+and+Hard+Times&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwjwhK-D-b7YAhXQDewKHS_7Bq8Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Champagne%3A%20How%20the%20World's%20Most%20Glamorous%20Wine%20Triumphed%20Over%20War%20and%20Hard%20Times&f=false

KŘÍŽKOVÁ, Alena. Životní strategie žen a mužů v řízení (a) podnikání. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007, 175 s. Sociologické disertace. ISBN 978-80-9330-125-5.

KUCHAŘOVÁ, Věra a Lenka ZAMYKALOVÁ. *Aktuální otázky postavení žen v ČR*. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 1998, 77 s. ISBN 9788023840698.

MAUREL, Frédéric. *Barbe-Nicole Clicquot-Ponsardin (1777-1866): Elle a fait du champagne le fleuron du luxe à la française* [online]. Gennevilliers: Prisma media, 2016, [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <https://www.capital.fr/economie-politique/barbe-nicole-clicquot-ponsardin-1777-1866-elle-a-fait-du-champagne-le-fleuron-du-luxe-a-la-francaise-1098618>

MAZZEO, Tilar J. *The Widow Clicquot*. New York: HarperCollins Publishers, 2009, 304 s. ISBN 9780061288586.

LIPOVETSKY, Gilles. *Třetí žena: Neměnnost a proměny ženství*. Vyd. 2. Praha: Prostor, 2007, 329 s. ISBN 978-80-7260-171-4.

LVMH: Veuve Clicquot champagne d'exception - Vins & Spiritueux - LVMH [online]. Paris: LVMH, 2015, [cit. 2017-11-27]. Dostupné z: <https://www.lvmh.fr/les-maisons/vins-spiritueux/veuve-clicquot/>

MAŘÍKOVÁ, Hana, Alena KŘÍŽKOVÁ a Marta VOHLÍDALOVÁ. *Živitelé a živitelky: reflexe (a) praxe*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012, 303 s. Gender sondy. ISBN 978-80-7419-100-8.

PARLAMENTNÍ LISTY. *Společné atributy úspěšných podnikatelek* [online]. Praha: Parlamentní listy, 2016, [cit. 2018-01-15]. Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/Spolecne-atributy-uspesnych-podnikatelek-461225>

PIAGET, May. *Un cep de vigne à son nom et une bouteille pour son anniversaire* [online]. Genève: Le temps, 2003, [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: <https://www.letemps.ch/economie/un-cep-vigne-nom-une-bouteille-anniversaire>

POCZATKOVÁ, Blanka a Martina BRŇOVJÁKOVÁ. *Podnikání a ženy*. Havířov: in-PRESS CZ, 2015, 222 s. ISBN 978-80-905178-4-4.

Podnikatelky dnes a zítra – podpora podnikání žen [online]. Ipodnikatel, 2013, [cit. 2018-03-20]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/podnikatelky-dnes-a-zitra-podpora-podnikani-zen.html>

PROCHÁZKOVÁ, Eva. *Helena Kohoutová: Zakladatelka Agentury Helas* [online]. Praha: Profesní magazine Best of., 2014, [cit. 2018-01-07]. Dostupné z: <http://www.ibestof.cz/business/helena-kohoutova---zakladatelka-agentury-helas.html>

SEDLÁČEK, Milan. *Veuve Clicquot: Znalec vín: Encyklopedie vína, vinařství a vinohradnictví* [online]. Valtice: Znalec vín, 2011, [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.znalecvin.cz/veuve-clicquot/>

SHEPARDOVÁ, Molly D., Jane K. STIMMLEROVÁ a Peter DEAN. *Cesta do pánského klubu: Osm způsobů jak uspět v kariéře pro ženy*. 1. Tetčice: Impossible, 2014, 275 s. ISBN 978-80-87673-03-4.

SKOUPÁ, Adéla. Kurzy za 365 milionů mají ženám po mateřské pomoci zpět do zaměstnání nebo rozjet vlastní byznys. *Hospodářské noviny* [online]. Praha: Economia, 2017, [cit. 2018-03-22]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-65630560-kurzy-za-365-milionu-maji-zenam-po-materske-pomoci-zpet-do-zamestnani-nebo-rozjet-vlastni-byznys>

STRAŠILOVÁ, Gabriela. *Počet podnikatelek se za 20 let zdvojnásobil* [online]. Praha: ČSÚ, 2014, [cit. 2018-01-10]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnásobil/>

TARANTOVÁ, Martina. *Postavení žen ve společnosti*. Praha, 2007, 92 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Mgr. Marie Šafaříková.

Top ženy Česka [online]. Praha: Economia, Nedatováno, [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.topzenyceska.cz>

The Asian Women of Achievement Awards. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://www.awaawards.com/about-us/>

Veuve Clicquot: Our history [online]. Reims: Veuve Clicquot, Nedatováno, [cit. 2017-12-20]. Dostupné z: <https://www.veuveclicquot.com/en-int/our-house/our-history>

VEVERKOVÁ, Lenka. *Postavení žen ve světě* [online]. Praha: Idnes, 2008, [cit. 2018-01-25]. Dostupné z: <https://veverkova.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=29310>

VRÁNOVÁ, Nina. *Žena 21. století: Má vše, ale zároveň nic* [online]. Praha: Žena, 2017 [cit. 2018-01-19]. Dostupné z: <https://www.zena.cz/vztahy/zena-21-stoleti-vice-hraje-mene-zije/r~04955182991511e7a7160025900fea04/?redirected=1516387937>

Women in Business Awards of Australia. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <http://wibaa.com.au>

Women World Awards. [online] Nedatováno, [cit. 2017-04-09]. Dostupné z: <https://www.womensworldawards.com>

Ženy na trhu práce: realita a perspektivy: [sborník textů mezinárodního kolektivu autorek k problematice rovného zacházení na trhu práce. Praha: Gender Studies, 2007, 60 s. ISBN978-80-86520-23-0. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: https://aa.ecn.cz/img_upload/8b47a03bf445e4c3031ce326c68558ae/zeny_na_trhu_prace_tiskova_verze_celek-cut.pdf

Ženy-podnikatelky v minulosti a současnosti. Editor Pavla SLAVÍČKOVÁ. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2016, 292 s. ISBN 978-80-7422-508-6.

Obrázky

Obrázek č. 1 Portrét Veuve Clicquot s pravnučkou Anne de Mortemart-Rochechouart od malíře Léon Cogniet

Dostupné z: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Veuve-Clicquot-Boursault.jpg>

Obrázek č. 2 Pink Label – Růžová etiketa

Dostupné z: <https://www.wine.com/product/veuve-clicquot-brut-rose/87191>

Obrázek č. 3 Logo soutěže Veuve Clicquot Business Woman Award

Dostupné z: <http://creatorscommune.com/nominate-an-inspiring-female-entrepreneur-for-the-veuve-clicquot-business-women-award/>

Obrázek č. 4 Logo soutěže Veuve Clicquot Business Woman Award

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com>

Obrázek č. 5 Logo soutěže Veuve Clicquot New Generation Award

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com>

Obrázek č. 6 Logo soutěže Veuve Clicquot Social Purpose Award

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com>

Obrázek č. 7 Portrét Heleny Kohoutové zakladatelky Agentury Helas a OCP

Dostupné z: <http://ocp-zpravodaj.cz/2013/1/43-snazime-se-o-sdileni-zkusenosti>

Obrázek č. 8 Logo soutěže Ocenění českých podnikatelek

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz>

Tabulky

Tabulka č. 1 Míry zaměstnanosti, nezaměstnanosti a ekonomické aktivity 2017, ČSÚ, Praha.

Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cris/miry-zamestnanosti-nezamestnanosti-a-ekonomicke-aktivity-listopad-2017>

Tabulka č. 2 Počet podnikatelek se za posledních dvacet let zdvojnásobil 2014, ČSÚ, Praha.

Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/pocet-podnikatelek-se-za-20-let-zdvojnasil/>

Seznam příloh

Příloha č. 1 Registrace do soutěže BWA: Údaje o majitelce společnosti

Příloha č. 2 Registrace do soutěže BWA: Údaje o majitelce společnosti

Příloha č. 3 Registrace do soutěže BWA: Poslední část nominace

Příloha č. 4 Registrace do soutěže OCP: Základní údaje o společnosti

Příloha č. 5 Registrace do soutěže OCP: Počet zaměstnanců v posledních 3 letech

Příloha č. 6 Registrace do soutěže OCP: Roční obrat společnosti v posledních 3 letech

Příloha č. 7 Registrace do soutěže OCP: Doplnění údajů o společnosti

Příloha č. 8 Registrace do soutěže OCP: Souhlas se zpracováním osobních údajů

Přílohy

Příloha č. 1 – Registrace do soutěže BWA: Údaje o majitelce společnosti

STEP 3 MAKE YOUR NOMINATION

**TYPE YOUR ANSWERS AND PRESS
SUBMIT TO NOMINATE**

1. NOMINEE DETAILS

4. WHAT KEY SUCCESSSES HAS THE NOMINEE ACHIEVED IN HER CAREER HISTORY TO DATE?

Type your answer here (Max 300 characters)

Character Count: 300

5. HOW HAS THE NOMINEE DEMONSTRATED ENTREPRENEURIAL SPIRIT IN THE WAY SHE HAS GROWN THE BUSINESS?

Type your answer here (Max 500 characters)

Character Count: 500

6. HOW HAS THE NOMINEE'S LEADERSHIP IMPACTED THE SUCCESS OF THE COMPANY?

Type your answer here (Max 500 characters)

Zdroj: Veuve Clicquot Award - Nomination [online]. [cit. 2017-12-20].

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com/nominations>

Příloha č. 2 – Registrace do soutěže BWA: Údaje o majitelce společnosti

STEP 3 MAKE YOUR NOMINATION

**TYPE YOUR ANSWERS AND PRESS
SUBMIT TO NOMINATE**

7. WHAT EXAMPLES CAN YOU SHARE OF THE NOMINEE ACTING AS A ROLE MODEL OUTSIDE OF HER ORGANISATION?

Type your answer here (Max 500 characters)

Character Count: 500

8. HOW HAS THE NOMINEE EMBEDDED PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY WITHIN HER BUSINESS?

Type your answer here (Max 500 characters)

Character Count: 500

Zdroj: Veuve Clicquot Award - Nomination [online]. [cit. 2017-12-20].

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com/nominations>

Příloha č. 3 – Registrace do soutěže BWA: Poslední část nominace

9. IN FIVE WORDS HOW WOULD YOU DESCRIBE THE NOMINEE?

Type your answer here (Max 50 characters)

Character Count: 50

Please note, should the nominee be successfully taken through to the second phase of judging, they will need to be available to send a short 3 minute video between the 17th - 30th November.

I confirm that I have checked all the information supplied in the Nomination Form and that it is true to the best of my knowledge. I give my consent for the information to be shared with the Veuve Clicquot Business Woman Awards Team and Judging Panel.

Nominator name

Date



SUBMIT FORM

Zdroj: Veuve Clicquot Award - Nomination [online]. [cit. 2017-12-20].

Dostupné z: <http://www.veuveclicquotaward.com/nominations>

Příloha č. 4 – Registrace do soutěže OCP: Základní údaje o společnosti

Údaje o společnosti

* Název firmy *

Adresa firmy

* IČ *

Web

Obor podnikání /NACE

Co je předmětem Vaší činnosti

Rok založení společnosti

Věk zakladatelky

* Heslo *

Opakovat * Heslo *

Zástupci společnosti

Majitelka společnosti

* Telefonní číslo *

Mobilní číslo

* E-mail *

Kontaktní osoba

* Telefonní číslo *

Mobilní číslo

OCP ZPRAVODAJ

Údaje vyplňte nejpozději do 22. 9. 2017 do 12:00 hod, do tohoto data je také můžete doplnit či upravit

Zdroj: Ocenění českých podnikatelek – Registrace [online]. [cit. 2018-01-10].

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/registrovat/>

Příloha č. 5 – Registrace do soutěže OCP: Počet zaměstnanců v posledních 3 letech

Údaje vyplňte nejpozději do 22. 9. 2017 do 12:00 hod, do tohoto data je také můžete doplnit či upravit

Počet zaměstnanců pro rok 2014

Počet zaměstnanců pro rok 2015

Počet zaměstnanců pro rok 2016

Zdroj: Ocenění českých podnikatelek – Registrace [online]. [cit. 2018-01-10].

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/registrovat/>

Příloha č. 6 – Registrace do soutěže OCP: Roční obrat společnosti v posledních 3 letech

Hodnoty v mil. zaokrouhleno na 2 desetinná místa

Roční obrat v mil. Kč pro rok 2014	Celková suma aktiv v mil. Kč pro rok 2014
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Roční obrat v mil. Kč pro rok 2015	Celková suma aktiv v mil. Kč pro rok 2015
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Roční obrat v mil. Kč pro rok 2016	Celková suma aktiv v mil. Kč pro rok 2016
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek před zdaněním v mil. Kč pro rok 2014	Vlastní kapitál v mil. Kč pro rok 2014
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek před zdaněním v mil. Kč pro rok 2015	Vlastní kapitál v mil. Kč pro rok 2015
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek před zdaněním v mil. Kč pro rok 2016	Vlastní kapitál v mil. Kč pro rok 2016
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek po zdanění v mil. Kč pro rok 2014	Cizí zdroje v mil. Kč pro rok 2014
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek po zdanění v mil. Kč pro rok 2015	Cizí zdroje v mil. Kč pro rok 2015
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>
Hospodářský výsledek po zdanění v mil. Kč pro rok 2016	Cizí zdroje v mil. Kč pro rok 2016
<input type="text" value="00,00"/>	<input type="text" value="00,00"/>

Zdroj: Ocenění českých podnikatelek – Registrace [online]. [cit. 2018-01-10].

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/registrovat/>

Příloha č. 7 – Registrace do soutěže OCP: Doplnění údajů o společnosti

Kdo je váš stávající zákazník?

Hledáte nové zákazníky? V jakém oboru?

Co Vás v současné době nejvíce trápí ve Vašem podnikání?

- Interní záležitosti firmy
- Externí záležitosti firmy
- Ochrana dat
- Průmyslová špionáž
- Nestabilita či nekorektnost obchodních partnerů
- a) v ČR
- b) v zahraničí
- Nezaplacené pohledávky

- Dostupnost financování
- Náklady za energie
- Hledáte ve svém oboru těžce nové zaměstnance

Která z oblastí interního řízení se vás dotýká?

- Zvýšení efektivity obchodního týmu
- Zvýšení efektivity práce pomocí moderních technologií
- Zlepšení komunikace uvnitř firmy
- Zvýšení jazykových dovedností
- Zvýšení manažerských dovedností
- Zpracování externích informací do interních systémů
- Vzdělávání managementu
- Vzdělávání zaměstnanců
- Jiné

Vylepšila vaše firma díky moderním technologiím jednu z těchto oblastí? Pokud ano, jak?

- Lepší a efektivnější oslovování a obslužení zákazníků
- Větší flexibilita a sladění osobního a pracovního života vašich zaměstnanců
- Zlepšení procesu a provozu uvnitř firmy
- Inovace stávajících či vytváření zcela nových produktů a služeb

Upřesněte

Napište zde a nebo pošlete samostatnou zprávu na helas@helas.org (tato otázka je hodnocena pro Cenu za inovativní řešení)

Co pro vás bylo v minulosti největší překážkou?

- Nedostatečné finance
- Nedostatek kvalifikovaných lidí
- Podcenění strategické analýzy trhu

- Podceněný marketing a propagace

- Vysoké náklady
- Špatná logistika
- Platební morálka tuzemských obchodních partnerů
- Platební morálka zahraničních obchodních partnerů
- Celní překážky
- Jiné

Jakým způsobem si zjišťujete obchodní informace o svých lokálních či zahraničních zákaznících?

- Na internetu pomocí vyhledávačů (Google)
- Prostřednictvím lokálních agentur
- Od mezinárodních dodavatelů lokálních informací (CRIF, Bisnode, Coface, D&B)
- Jiným způsobem

OCP ZPRAVODAJ

OCP ZPRAVODAJ

Připravujete expanzi Vaší firmy? Prosím, buďte konkrétnější:

- nové pobočky
- nový trh
- výstavba nového areálu (kdy a rozsah?)
- zavedení nového produktu
- zavedení inovativních opatření
- zavedení úsporných opatření
- získání nové zakázky
- zavedení nových technologií
- hledáte financování pro rozvoj firmy
- změna interních procesů
- pokud můžete, vypište, co konkrétně
- jiné

Zajímá vás zvýšení visibility firmy na českém trhu

- Ano
- Ne

Zajímá vás zvýšení visibility firmy na zahraničním trhu

- Ano
- Ne

Zajímá Vás ratingové hodnocení Vaší firmy?

- Ano
- Ne

Zavedla Vaše firma nějaké inovativní řešení v posledních 4 letech?

- Nový produkt
- Nový obchodní model
- Změny stávajících produktů služeb

Moderní technologie / IT

- Využíváme cloudových technologií
- Pracujeme nejen z kanceláře
- IT infrastrukturu řešíme s externí firmou

Hledáte investora? Za jakým účelem?

- Hledáme strategického partnera.
- Chceme firmu prodat.
- Zvažujeme akvizici jiné firmy

Máte v plánu se dále vzdělávat?

- Jazykové kurzy
- Profesní studium MBA, LL.M.
- Nové technologie

- Facebook a sociální sítě
- Personální management
- Marketing a komunikace
- Jiné

- Služby se sociálním dopadem na společnost
- Zrealizovali jste ve vaší firmě projekt úsporného osvětlení?
- Výroba vlastní elektrické energie např. prostřednictvím solárních panelů?
- Uvedli jste na trh produkty, které šetří energie nebo chrání životní prostředí?
- Motivujete zaměstnance k třídění odpadů či je jinak motivujete k úsporám energií?
- Vyměnili jste svůj vozový park a nakoupili automobily na CNG?
- Číníte kroky pro zvýšení úspornosti budov? (např. zateplení fasády, nová okna atd.)
- Realizuje vaše firma jiná úsporná opatření, kterými můžete inspirovat ostatní a zlepšit tak svůj image?
- Realizovali jste projekt, který snižuje energetickou náročnost Vaší firmy nebo výroby?

Upřesněte

Export

Exportujete?

- Ano
- Ne

Zdroj: Ocenění českých podnikatelek – Registrace [online]. [cit. 2018-01-10].

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/registrovat/>

Příloha č. 8 – Registrace do soutěže OCP: Souhlas se zpracováním osobních údajů

Souhlas se zpracováním osobních údajů

Společnost Agentura Helas s.r.o., která je zakladatelem projektu OCENĚNÍ ČESKÝCH PODNIKATELEK (dále OCP) je povinna v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně údajů a o změně některých zákonů, získat Váš souhlas se zpracováním Vašich osobních údajů a podle zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů, získat Váš souhlas s využitím Vaší elektronické adresy a adresy Vaší společnosti v souvislosti se šířením sdělení propagace v rámci projektu OCP v podobě tiskových zpráv, PR článků, marketingových materiálů a pozvánek na odborné setkání a konference a na kulturní a jiné a dále uvedením Vaší společnosti v registru OCP v neveřejné části webové stránky projektu.

Vaše osobní údaje jsou zpracovány za účelem propagace projektu OCP, zasílání marketingových materiálů a pozvánek na odborné semináře, konference a společné setkání pořádaná klubem OCP a Helas New Encounters Club. Představení firmy a kontaktní údaje budou viditelné v REGISTRU PODNIKATELEK OCP v neveřejné části webu OCP. Správcem a zpracovatelem Vašich osobních údajů jsou společnosti Agentura Helas s.r.o. a přidružení partneři. Udělení souhlasu je dobrovolné.

Svým souhlasem potvrzujete, že jste byli v souladu s §11 a §21 zákona č. 101/2000 Sb. informováni o svých právech souvisejících se zpracováním údajů, a také o ostatních podmínkách, týkajících se zpracování osobních údajů a způsobu jejich zpracování či zpřístupnění. Svým souhlasem udělujete souhlas se zpracováním uvedených údajů a k šíření obchodních sdělení v rámci elektronické komunikace a na dobu neurčitou, souhlas je udělen v rozsahu a k účelům uvedeným výše a při vědomí všech výše uvedených skutečností.

* Souhlas se zpracováním osobních údajů *

Souhlasím

Registrujte se

Zdroj: Ocenění českých podnikatelek – Registrace [online]. [cit. 2018-01-10].

Dostupné z: <http://oceneniceskychpodnikatelek.cz/registrovat/>