

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra ekonomie

Monitoring a analýza faktorů ovlivňujících vstup do podnikání

Diplomová práce

Autor: Bc. Natálie Saňáková

Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Ing. Eva Freibauer Hamplová, Ph.D.

Hradec Králové

Duben 2022

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Monitoring a analýza faktorů
ovlivňujících vstup do podnikání vypracovala samostatně a s použitím uvedené
literatury.

V Hradci Králové dne 29.4.2022

.....
Natálie Saňáková

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí diplomové práce Ing. Evě Freibauer Hamplové, Ph.D., která mi byla velkou oporou. Děkuji za odborné vedení, připomínky, cenné rady a čas, který mi věnovala a poskytovala při zpracování diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat mým nejbližším, kteří při mně stáli a podporovali mě v tom, abych byla lepší, věřila si a dokončila studium.

Anotace

Diplomová práce má za cíl identifikovat a analyzovat faktory, které ovlivňují jedince k zakládání vlastních podniků. Díky rozboru dvou skupin, které jsou věkově i zkušenostně odlišné budou vyhodnoceny dopady ekonomických i psychologických vlivů. První skupinou jsou studenti 3. a 4. ročníků středních škol. Druhou skupinou představují podnikající FO do 40 let, kteří podnikají v různých oblastech. Diplomová práce je rozdělena do dvou částí – teoretická a praktická.

V teoretické části práce se autorka zaměřuje na definování základních ekonomických i psychologických pojmů, které ovlivňují studenty i podnikatele z ekonomického hlediska. Dále teoretická část obsahuje definice pojmů jako podnikatel, podnikání, motivace podnikatelů, psychologické vlivy, zákony a obecné poznatky z oblasti ekonomiky.

Praktická část je tvořena zanalyzovanými odpověďmi z dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření je vedeno pro každou skupinu samostatně, kdy pro studenty středních škol je za cíl zmapovat obecný přehled o ekonomice a zda jsou studenti schopni po střední škole začít podnikat. U podnikatelů dotazníkové šetření ilustruje ekonomický a psychologický přehled o vlastním podnikání.

Analýza obou skupin může sloužit jako inspirace pro zlepšení výuky ekonomiky na středních školách a dále pro přehled ekonomických vlivů u menších podnikatelů.

Klíčová slova: podnikatel, podnikání, živnost, aspekty k zahájení podnikání, podnikatelský plán, push & pull teorie

Annotation

Monitoring and analysis of factors influencing starting up a business

The thesis aims to identify and analyze the factors that affect individuals to set up their own businesses. By analysing of two groups that are different in age and experience,

the impacts of both economic and psychological effects will be assessed. The first group are the 3rd and 4th grade high school students. The second group consists of entrepreneurs under the age of 40 who do business in various fields. The thesis is divided into two parts – theoretical and practical.

In the theoretical part of the work, I focus on defining basic economic and psychological concepts that affect students and entrepreneurs from an economic point of view. Furthermore, the theoretical part contains definitions of terms such as entrepreneur, entrepreneurship, motivation of entrepreneurs, psychological influences, laws and general knowledge of economics. The practical part consists of analyzed answers from the questionnaire survey. The survey is conducted for each group separately where the aim for high schools students is to map a general overview of the economy and whether students are able to start a business right after high school. For entrepreneurs, the survey illustrates an economic and psychological overview of their own business.

The analysis of both groups can serve as an inspiration for improving the teaching methods of economics in high schools, as well as an overview of the economic effects of smaller entrepreneurs.

Key words: business person, business, trade, aspects to start a business, business plan, push & pull theory

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíle práce a metodika zpracování	3
2.1	Cíle práce	3
2.2	Metodika zpracování	4
3	Teoretická východiska práce	6
3.1	Podnikání	6
3.2	Právní úprava podnikání	8
3.3	Živnostenské podnikání	9
3.3.1	Druhy živností	9
3.4	Živnostenský rejstřík	13
3.5	Obchodní rejstřík	13
3.6	Podnikatel	15
3.6.1	Obecné rysy podnikatele	16
3.6.2	Typy podnikatelů	19
3.6.3	Typologie úspěšných podnikatelů	20
3.7	Podnik a kritéria volby právní formy podniku	22
3.8	Obchodní společnosti	23
3.9	Aspekty k zahájení podnikání	26
3.9.1	Psychologicko-sociální aspekty.....	26
3.9.2	Ekonomické aspekty	27
3.10	Podnikatelský plán a jeho struktura.....	28
3.10.1	Využití a zásady podnikatelského plánu	30
3.11	Push & Pull teorie.....	31
4	Zpracování primárních dat	32
4.1	Pořizování dat.....	32

4.2	Metody sběru dat.....	33
5	Praktická část práce.....	35
5.1	Dotazníkové šetření.....	35
	Sestavení dotazníků.....	36
	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	36
	Výzkumné otázky dotazníkového šetření.....	37
5.2	Charakteristika výzkumných vzorků.....	38
5.3	Upřesnění zkoumaných subjektů a vyhodnocení jednotlivých otázek.....	41
5.3.1	Výzkumný vzorek 1: Studenti 3. a 4. ročníků SŠ.....	41
5.3.2	Výzkumný vzorek 2: Podnikatelé do 40 let.....	52
5.3.3	Průnik výsledků obou zkoumaných vzorků z dotazníkových šetření.....	62
6	Shrnutí výsledků.....	70
7	Závěry a doporučení.....	72
8	Zdroje.....	75
8.1	Seznam použité literatury.....	75
8.2	Internetové zdroje.....	77
9	Přílohy.....	79

Seznam obrázků

Obrázek 1: Klasifikace živností	11
Obrázek 2: Obchodní korporace	25

Seznam tabulek

Tabulka 1: Věkové rozložení studentů SŠ	38
Tabulka 2: Počet podnikatelů rozdělených dle věku	39
Tabulka 3: Počty studentů na jednotlivých typech SŠ z hlediska četností	40
Tabulka 4 Počet studentů absolvující předmět fiktivní firma a roční časová dotace předmětu	43
Tabulka 5: Předpoklady k podnikání dle podnikajících FO	54
Tabulka 6: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE).....	58
Tabulka 7: Zaměření studia zkoumaného vzorku	60
Tabulka 8: Četnosti obou výzkumných vzorků z hlediska důležitosti ekonomického přehledu.....	65
Tabulka 9: Motivátory podnikatelů k zahájení podnikání	66
Tabulka 10: Motivátory studentů 3. a 4. ročníků k zahájení podnikání	67

Seznam grafů

Graf 1: Počet živnostenských oprávnění pro FO v ČR dle typů živností a pohlaví k 31.12.2021.....	11
Graf 2: Počet podnikajících FO a vydaných živnostenských oprávnění v ČR dle věkové skupiny k 31.12.2021	12
Graf 3: Počty studentů na jednotlivých typech SŠ	39
Graf 4: Zastoupení podnikatelů v jednotlivých krajích ČR.....	40
Graf 5: Paretův diagram ekonomických faktorů odrazující studenty od podnikání	44
Graf 6: Paretův diagram psychologických faktorů odrazující studenty od podnikání	45
Graf 7: Přehled studentů plánujících pokračovat v ekonomickém studiu	51
Graf 8: Nejčtenější faktory dle podnikatelů k zahájení podnikatelské činnosti	53
Graf 9: Délka podnikání u podnikatelů do 40 let	55
Graf 10: Nejvyšší dosažené vzdělání podnikatelů do 40 let	59

Graf 11: Důležitost ekonomického přehledu dle studentů.....	63
Graf 12: Důležitost ekonomického přehledu dle podnikajících FO.....	64
Graf 13: Obory podnikatelů do 40 let dle ČSÚ	68
Graf 14: Nejsilnější kategorie dle NACE z pohledu studentů.....	69

Seznam zkratk

GEM	Global entrepreneurship monitor
SŠ	Střední škola
LZPS	Listina základních práv a svobod
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
NOZ	Nový občanský zákoník
ZOK	Zákon o obchodních korporacích
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
DPH	Daň z přidané hodnoty
ČSÚ	Český statistický úřad
RVP	Rámcový vzdělávací program
FO	Fyzická osoba
PO	Právnícká osoba
FF	Fiktivní firma

1 Úvod

Česká republika je malou zemí s více než 10,5 miliony obyvatel a zhruba pětinu obyvatel představují podnikatelé. Pro ekonomiky států jsou podnikatelé významnou a podstatnou složkou. Podnikající osoby pomáhají ekonomice růst a hledají inovace, neotřelost a nalezení podnikatelské činnosti v nových věcech.

Podnikání je pro mnoho lidí pouze jakýmsi pojmem, který neumí více definovat a charakterizovat. Jedná se o soustavnou činnost, která má zhodnocovat zdroje podnikatele s cílem dosažení zisku. Pokud se člověk rozhodne podnikat, musí si uvědomit i negativní dopady podnikání, kterým by se měl vyhýbat a dokázat na ně náležitě reagovat a vypořádat se s nimi. Jedná se především o problémy z hlediska financí či následné existence podniku.

Každý člověk se v životě vypořádává s různými situacemi, a proto psychická stránka člověka, konkrétně podnikatele, hraje v dnešní době velkou roli. Jsme ovlivňováni ze všech možných stran a naše psychika je v mnoha směrech zatěžována. V současné době lze zaznamenat polemiky zabývající se uplatněním mladých lidí na trhu práce. Je proto důležité se ptát, co nejvíce psychicky ovlivňuje podnikatele, a proč? Pomáhá někdo podnikatelům, a pokud ano, tak jak, aby byli úspěšní? Má význam či smysl v této zemi rozjíždět vlastní podnikání? Tato diplomová práce se z jedné části zabývá právě analýzou motivace podnikatelů, faktory a stimuly ovlivňující podnikatele pro vstup do podnikání.

To, co člověka motivuje k tomu, aby započal svůj byznys lze sledovat v mnoha studiích. Jednou ze studií zkoumající podnikatelskou aktivitu v mnoha zemích světa je Global entrepreneurship monitor (dále jen GEM).

Vzhledem k autorčiným podnikatelským záměrům a její současné práci, učitelky na střední škole, vznikl název diplomové práce, ve které bude zkoumat a analyzovat: podnikatele do 40 let a studenty 3. a 4. ročníků středních škol a hledat shody a odlišnosti v motivacích k podnikání dvou diferencovaných skupin.

V období ekonomického růstu se za nejvíce ohroženou skupinu nezaměstnaných považovaly osoby nad 50 let, ale dnes je tomu jinak a na úřadu práce hledá pracovní místo čím dál tím více mladých lidí. V České republice byli studenti, jako skupina, považováni za ty, kteří vykazují nejmenší míru nezaměstnanosti. Vzhledem k tomu, že počty absolventů středních i vysokých škol rostou, míra nezaměstnanosti se naopak zvyšuje právě u studentů.

V diplomové práci budou analyzováni nejenom podnikatelé do 40 let, ale i studenti středních škol: obchodních akademií, gymnázií a střední škol s technickým zaměřením s cílem odlišnosti středních škol. U každé školy je vzhledem k typu zaměření nutné očekávat v dotazníkovém šetření rozdílné odpovědi z hlediska ekonomického přehledu. U studentů obchodních akademií a studentů s technickým zaměřením autorka předpokládá motivaci, znalost a chuť zahájit vlastní podnikatelskou činnost. Tento předpoklad je z důvodu absolvování předmětů fiktivní firma, účetnictví, ekonomie, geodézie, architektonické aplikace či jiných předmětů, které připravují studenty na budoucí zaměstnání. Na rozdíl od studentů gymnázií, u kterých je předpokladem pokračování ve studiu na vysokou školu.

2 Cíle práce a metodika zpracování

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je identifikovat a analyzovat specifikované faktory, které ovlivňují jedince k zakládání vlastních podniků a na základě rozboru dvou věkově a zkušenostně odlišných skupin vyhodnotit dopady vlivů. Dopady budou vyhodnoceny z hlediska ekonomických i psychologických vlivů na jednotlivce prostřednictvím přímého dotazování respondentů. Významnou částí diplomové práce je vedení dotazníkového šetření.

První z dotazníků je vytvořen pro studenty 3. a 4. ročníků středních škol. Konkrétně se jedná o střední školy:

- Obchodní akademie T. G. Masaryka v Kostelci nad Orlicí,
- Obchodní akademie, Střední odborná škola a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Hradec Králové,
- Biskupské gymnázium Hradec Králové,
- Gymnázium J. K. Tyla Hradec Králové,
- Střední průmyslová škola stavební, Hradec Králové,
- Střední průmyslová škola, Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Hradec Králové.

Druhý z dotazníků je připraven pro podnikatele do 40 let. V dotazníku se autorka zaměřuje na obor podnikání, věk podnikatele, dosažené vzdělání podnikatele, znalosti ekonomiky, motivace k podnikání, cíle, kterých chce jednotlivý podnikatel dosáhnout a dalších otázek.

K dosažení hlavního cíle diplomové práce je nutné analyzovat dílčí části, mezi které se zahrnuje:

- definování základních ekonomických pojmů dané problematiky (podnikání, právní formy podnikání, podnikatel, podnik, podnikatelský plán, metoda push & pull),
- specifikace psychologických faktorů ovlivňující jedince k zakládání vlastních podniků,

- analýza dvou skupin: studentů 3. a 4. ročníků středních škol a podnikatelů do 40 let,
- vlastní návrhy řešení dané problematiky.

Výstupem diplomové práce bude vyhodnocení dvou dotazníků, ze kterých pomocí vzorku 1:6 (1 podnikatel ku 6 studentům) lze charakterizovat znalost ekonomiky u studentů a zároveň u podnikatelů. Dotazníky nám charakterizují, zda podnikatelé mají vysokoškolské vzdělání nebo začali podnikat již po střední škole bez vysokoškolského vzdělání. Z dotazníků bude možné určit nejčastější psychologické i ekonomické faktory, které ovlivňují podnikatele i studenty. Tyto faktory mohou být pozitivní, ale i negativní. Autorka se bude zabývat následujícími výzkumnými otázkami:

- 1) Hodnotíte předmět fiktivní firma jako podnětný pro Vaše potenciální podnikání?
- 2) Jaké faktory odrazují studenty od vstupu do podnikání?
- 3) Jakými faktory jsou motivováni podnikatelé k zahájení podnikatelské činnosti?
- 4) Jaké jsou dle podnikatelů základní předpoklady k podnikání?
- 5) Jaké jsou, dle podnikatelů, základní předpoklady k podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. (zákon o živnostenském podnikání)?
- 6) Jaká osobní motivace vedla podnikatele k tomu, aby, začali podnikat? Jakou motivaci mají studenti středních škol k tomu, aby se rozhodli zahájit vlastní podnikání?

2.2 Metodika zpracování

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí, a to teoretické a části praktické. Při zpracování teoretické části diplomové práce bylo použito několik typů zdrojů z důvodu vytvoření a poskytnutí objektivního přehledu o probírané problematice. V této práci byly využity literární zdroje, které jsou psány českým i anglickým jazykem. Literární zdroje byly využity převážně k pohledu na teoretickou část problematiky. Byly využity i veřejně dostupných zdrojů, jako například webová stránka ministerstva průmyslu a obchodu (dále jen MPO), kde byly využity statistické údaje o podnikatelích.

Výzkumná část diplomové práce je tvořena zejména díky dotazníkovému šetření a následnému porovnání jejich výsledků mezi sebou a testování závislosti stanovených veličin, které byly popsány v teoretické části práce.

Jako výchozí zdroj informací, dat a výsledků bylo využito dvojí terénní šetření. První šetření bylo provedeno u podnikatelů ve věkové skupině 18–40 let, kteří podnikají jako FO. Výzkum byl proveden u 50 podnikatelů, podnikajících v České republice, kteří tvořili vzorek osob, kteří podnikají na českém trhu. Druhý terénní průzkum proběhl u studentů 3. a 4. ročníků středních škol v Královéhradeckém kraji. Celkem odpovědělo na dotazníkové šetření 328 studentů ze šesti SŠ.

Dotazníkové šetření bylo vytvořeno v online prostředí. Podnikatelé byli oslovováni v počátku na základě osobní známosti a poté prostřednictvím sociální sítě – Facebook. Průzkum byl veden od začátku prosince 2021, do konce ledna 2022. Celkově bylo osloveno 83 podnikatelů, tudíž návratnost dotazníků byla nad 60 %.

Dotazníkové šetření na středních školách se vyplňovalo také online formou, ale každou střední školu autorka diplomové práce navštívila osobně a studentům vysvětlila, proč dotazník vyplňují, cíl diplomové práce a jakým způsobem budou výsledky analyzovány. Osobní kontakt se studenty byl pro autorku důležitý z hlediska některých psychologických faktorů, které se odrážejí i v odpovědích studentů 3. a 4. ročník. Tyto faktory budou vyhodnoceny v praktické části diplomové práce.

Pro zpracování části praktické diplomové práce bylo využito několik nástrojů. Pro tvorbu rozborů kontingenčních tabulek, četností a k zobrazení popisných statistik byl využit program Microsoft Excel.

3 Teoretická východiska práce

Teoretická část diplomové práce vymezuje základní pojmy, se kterými se nadále bude pracovat v dalších částech diplomové práce. V teoretické části je cílem definovat a charakterizovat ekonomické a psychologické pojmy související s motivy podnikání a následně jsou využity v praktické části diplomové práce.

3.1 Podnikání

Pojem podnikání je pro každého člověka známý, ale každý jedinec má svoji představu o tom, co to podnikání je. V dnešní době se používá pro podnikání označení „byznys“, význam vycházející z angloamerického výrazu business. Business je označení pro podnik a činnost s ním spojeným.

Podnikání má mnoho pojetí a definice není úplně jednoduchá, jak by si každý člověk mohl myslet. Na podnikání lze nahlížet z pohledu psychologie, ekonomie, sociologie nebo práva. V každém pojetí lze vyzdvihnout jiné aspekty podnikání. Níže je charakterizováno několik pojetí, které definují pojem podnikání z hlediska odborné literatury dle Vebera a Srpové (Veber, Srpová, 2012):

- **Ekonomické** – podnikání je dynamický proces vytváření přidané hodnoty. V ekonomickém pojetí je nutno zapojit jiné zdroje a ekonomické aktivity, způsobem navýšení jejich původní hodnoty.
- **Psychologické** – je zaměřeno na nalezení specifických vlastností podnikatele. Nalezení typických vlastností má identifikovat potenciálně úspěšné podnikatele. Podnikatelská činnost je nezbytná k dosažení konkrétních specifikací. Psychologické pojetí podnikání pomáhá k získání, dosáhnutí, vyzkoušení a splnění něčeho určitého. V psychologickém pojetí je podnikání prostředek k seberealizaci.
- **Právnícké** – podnikáním byla dle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník §2, zrušen k 1. 1. 2014, rozuměna soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažením zisku.

- **Sociologické** – podnikání je vytváření blahobytu pro všechny zúčastněné osoby, nacházení směru pro nejefektivnější využití zdrojů pomocí tvoření nových pracovních pozic a příležitostí.

Další z definic podnikání charakterizuje GEM, který definuje podnikání jako *„jakýkoli pokus na vytvoření nového byznysu nebo nové podnikatelské jednotky, jako je samostatná výdělečná činnost, vytvořené nové firmy, nebo expanze existující podnikání, učiněný jedincem, týmem jedinců nebo zavedenou firmou.“* Pojetí dle GEM je velmi rozsáhlé a zprostředkovává rozdíly při stanovení rozdílů ve vymezení podnikání v různých státech světa a srovnává podnikatelskou aktivitu na celosvětové úrovni.

V odborné literatuře dle Váchy a Čuby (Vácha, Čuba, 1991), se podnikáním rozumí taková ekonomická činnost hospodářského subjektu, vyznačující se samostatným a iniciativním využíváním vlastních nebo svěřených, ale i vypůjčených prostředků k dosažení co největšího ekonomického efektu.

I když pro pojem podnikání existuje mnoho definic, kdy některé z nich jsou charakterizovány výše v diplomové práci, tak lze pro všechny pojetí pojmu podnikání charakterizovat obecné rysy:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces. (Veber, Srpová, 2012)

A další podstatné rysy podnikání dle Synka a Kislingerové (Synek, Kislingerová, 2015):

- Základním motivem podnikání je snaha o dosažení zisku jakožto přebytku výnosů nad náklady.
- Zisk se dosahuje uspokojováním potřeb zákazníků. V centru pozornosti podnikatele je zákazník s jeho zájmy, požadavky, potřebami, preferencemi atd.
- Potřeby zákazníků uspokojuje podnikatel svými výrobky a službami prostřednictvím trhu, což vede k tomu, že musí čelit riziku.

- Snahou podnikatele je sledovat takovou strategii a politiku, která by riziko snížila na přijatelnou úroveň. To, co se v daném případě považuje za ještě přijatelné riziko, závisí na konkrétních okolnostech, předmětu podnikání, dynamice okolního světa a v neposlední řadě i na osobním založení podnikatele. Jako obecná tendence se prosazuje snaha většiny podnikatelských subjektů o minimalizaci rizika.
- Pro jakékoliv podnikání je charakteristické, že na jeho počátku vkládá podnikatel do svého podniku kapitál, a to vlastní nebo vypůjčený. Velikost tohoto kapitálu je značně diferencovaní a závisí jak na předmětu podnikání, tak i na jeho rozsahu.

3.2 Právní úprava podnikání

Subjekt, který chce zahájit svoji podnikatelskou činnosti se musí při vykonávání své činnosti řídit legislativou státu, ve které chce začít vykonávat svou činnost. V Listině základních práv a svobod (LZPS) lze definovat právní úpravu podmínek pro podnikání v České republice. Právo podnikat a provozovat hospodářskou činnost má každý občan. Toto právo je zakotveno v LZPS.

Pokud se chce člověk stát podnikatelem je nutné, aby se v právních předpisech orientoval a rozuměl jim. Mezi nejdůležitější právní předpisy se považuje občanský zákoník, zákon o obchodních korporacích, zákon o živnostenském podnikání a zákoník práce.

- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (NOZ), který vymezuje základní pojmy (FO, PO, podnikatel, podnikání, korporace, orgány atp.), obsahuje úpravu obecných otázek souvisejících s podnikáním. Jedná se o základní právní předpis, který se použije vždy, pokud zvláštní zákon neobsahuje vlastní právní úpravu.
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích (ZOK), ve kterém najdeme podrobnou úpravu jednotlivých typů obchodních společností a družstva.
- Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, kde se vymezují jednotlivé typy živností, podmínky pro vznik a zánik živnostenského oprávnění, práva a povinnosti živnostníků apod.

- Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, který upravuje výkon závislé činnosti. Obsahuje podrobnou úpravu vzniku, změny či zániku pracovního poměru a práv a povinností zaměstnavatele a zaměstnanců.

3.3 Živnostenské podnikání

Živnostenské podnikání, neboli živnost, je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených Živnostenským zákonem. (Zákon č. 455/1991 Sb, Zákon o živnostenském podnikání, §2)

V §6 a §7, Živnostenského zákona lze najít podmínky, které musí podnikatel splnit, aby mohl provozovat živnost. Jedná se o:

- **Všeobecné podmínky**
 - plná svéprávnost (dosažení věku 18 let),
 - bezúhonnost,
 - způsobilost k právním úkonům,
 - předložení dokladu o tom, že FO nemá daňové nedoplatky, pokud na území České republiky podniká,
 - předložení dokladu o tom, že FO nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, pokud na území České republiky podniká nebo podnikala.
- **Zvláštní podmínky**
 - odborná způsobilost,
 - jiná způsobilost.

3.3.1 Druhy živností

Živnosti lze rozdělit do dvou skupin – ohlašovací a koncesované.

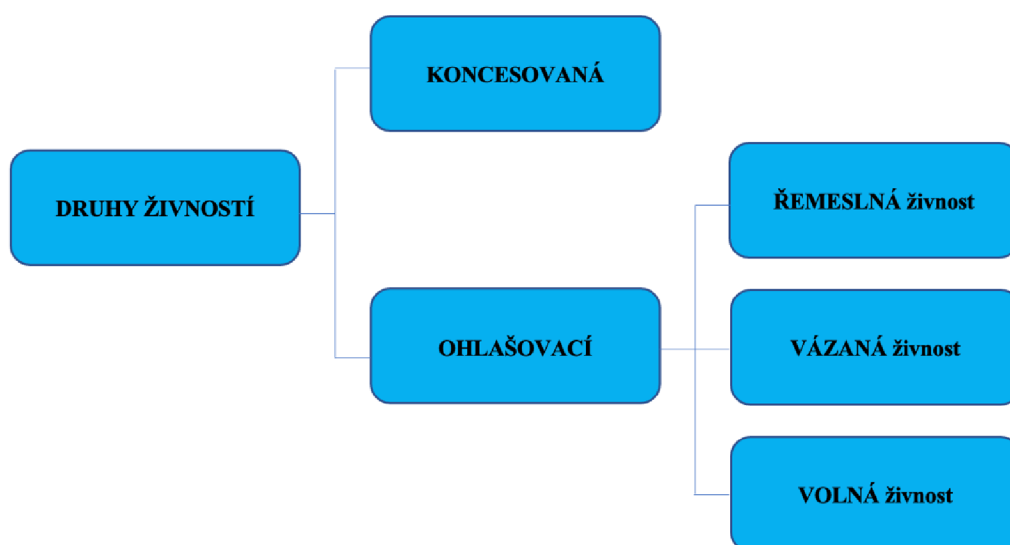
Ohlašovací živnost – může být provozována na základě pouhého ohlášení libovolnému živnostenskému úřadu. Je nutné, aby žadatel splnil všechny podmínky stanovené zákonem a následně živnostenský úřad uskuteční zápis do živnostenského rejstříku. Ohlašovací živnosti lze rozdělit ještě do 3 skupin:

- *Živnosti řemeslné* – tyto živnosti jsou více popsány v příloze č. 1 Živnostenského zákona. Jedná se o živnosti, pro jejichž provozování je nutné splnit jak všeobecné podmínky stanovené zákonem, tak je nutné mít u určitou odbornou způsobilost. Za odbornou způsobilost lze považovat vyučení v oboru, praxe aj.
- *Živnosti vázané* – jsou specifikovány v příloze č. 2 Živnostenského zákona. I u živností vázaných je nutné splnit podmínku odborné způsobilosti. Odborné způsobilosti jsou také definovány v příloze č. 2 k živnostenskému zákonu.
- *Živnosti volné* – jsou vyjmenovány v příloze č. 4 Živnostenského zákona. Jedná se o živnosti, které nevyžadují prokázání žádné odborné ani jiné způsobilosti. K tomu, aby mohl člověk získat živnostenské oprávnění pro volnou živnost, je nutné splnit pouze všeobecné podmínky pro provozování živnosti. Tento typ ohlašovací živnosti je nejjednodušším způsobem živnostenského podnikání.

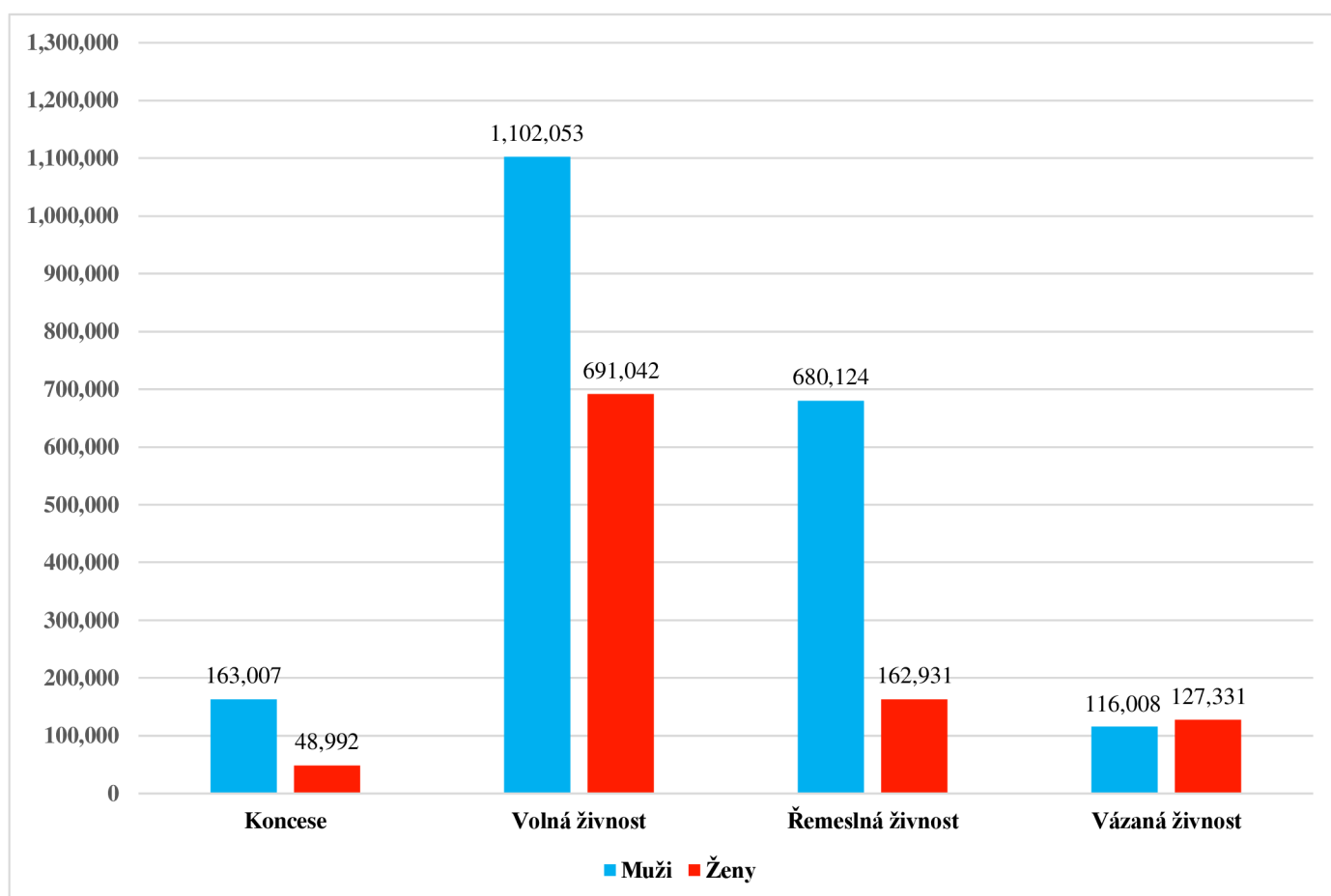
Koncesovaná živnost – může být provozována po udělení zvláštního oprávnění k podnikání, tzv. koncese (povolení), kterou uděluje živnostenský úřad. Činnosti, které se provozují jako koncesovaná živnost lze najít v příloze č. 3 Živnostenského zákona. Aby zájemce mohl provozovat koncesovanou živnost je nutné splnit všeobecné požadavky a také prokázat odbornou způsobilost k vykonávání dané činnosti.

U podnikatelů lze definovat výhody a nevýhody. Výhody, které lze získat na základě podnikání živností jsou: nízké náklady na založení podniku, nízký počáteční kapitál, minimum formálně – právních povinností, možnost zahájení činnosti ihned po ohlášení a samostatnost a volnost při rozhodování. (Veber, Srpová, 2012)

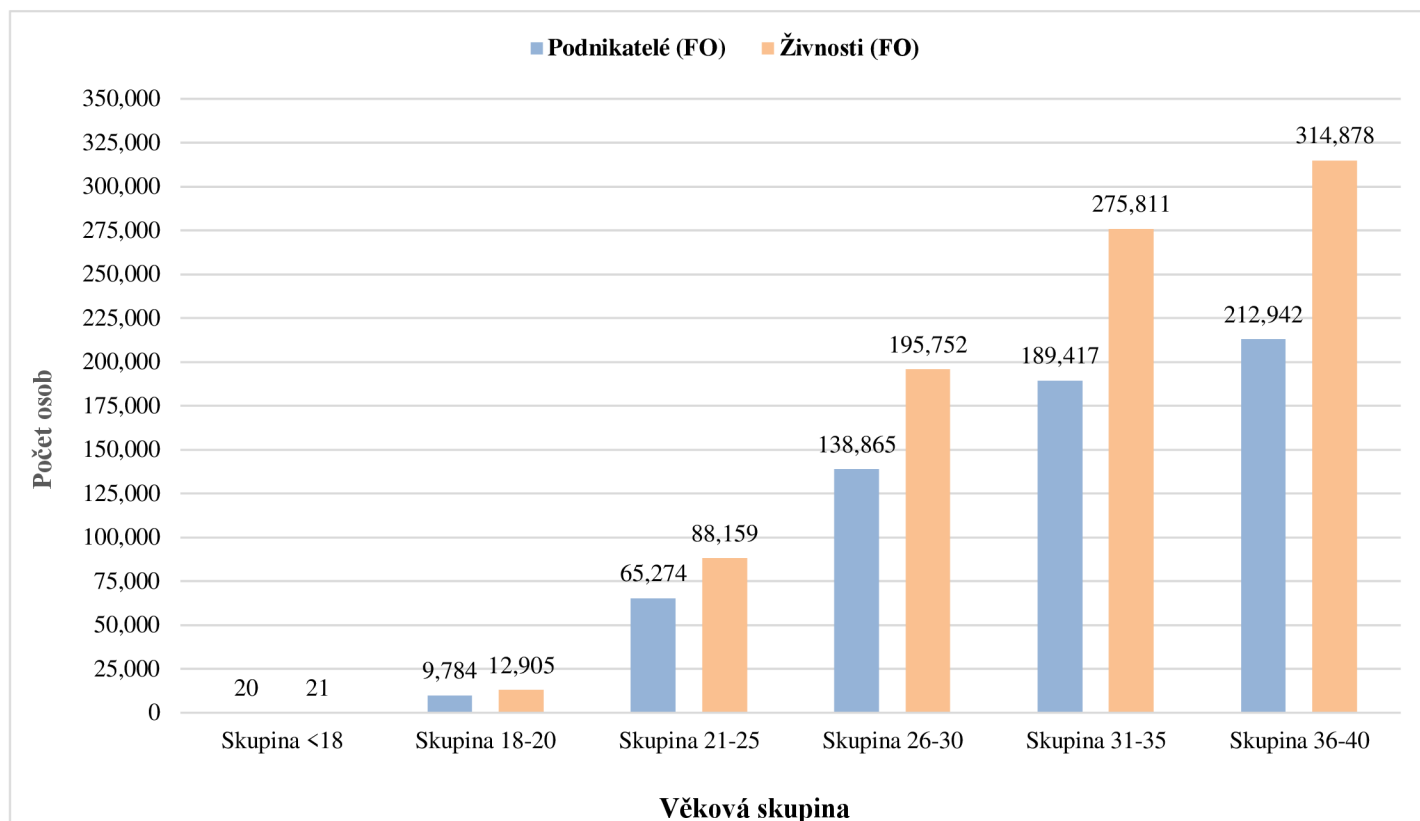
Pokud podnikatel v podnikatelské činnosti pociťuje neúspěch, tak lze činnost velmi jednoduchým způsobem ukončit nebo přerušit. Jedním z největších rizik, které podnikatel podstupuje je to, že ručí celým svým majetkem. Pokud podnikatel podniká na živnost je menší pravděpodobnost získání cizího kapitálu pro rozvoj podnikání. Pokud bychom se bavili o finanční náročnosti, tak oproti korporacím (spolky, obchodní společnosti, družstva) je podnikání na živnost méně náročné. Další nevýhodou je zátěž z hlediska povinných odvodů na zdravotní a sociální pojištění, které musí každá FO odvádět osobně státu.



Obrázek 1: Klasifikace živností
zdroj: vlastní zpracování dle Zákona o živnostenském podnikání, 1991



Graf 1: Počet živnostenských oprávnění pro FO v ČR dle typů živností a pohlaví k 31.12.2021
zdroj: vlastní zpracování dle ministerstva průmyslu a obchodu (www.mpo.cz)



Graf 2: Počet podnikajících FO a vydaných živnostenských oprávnění v ČR dle věkové skupiny k 31.12.2021
zdroj: vlastní zpracování dle ministerstva průmyslu a obchodu (www.mpo.cz)

Ve výše uvedených grafech jsou vydaná živnostenská oprávnění pro FO a podnikající FO charakterizovány ve dvou sférách – pohlaví a věk, dle statistických dat o podnikatelích, které vychází z webových stránek ministerstva průmyslu a obchodu. (www.mpo.cz)

V grafu č. 1 lze vidět počty živnostenských oprávnění udělené pro FO, z pohledu koncesovaných a ohlašovacích živností (řemeslné, vázané, volné), které jsou následně rozděleny dle pohlaví. Mužů podnikajících jako FO je v ČR dvakrát více než žen. V celkovém součtu je mužů podnikajících jako FO 2.061.192 a žen 1.030.296. Celkem je k 31. 12. 2021 v České republice 3.091.488 osob podnikajících jako FO.

Graf č. 2 charakterizuje dvě skupiny 1) podnikající FO a 2) vydaná živnostenská oprávnění pro FO dle věku. Podnikajících FO je oproti vydaným živnostenským oprávněním méně, z důvodu toho, že některé FO mohou mít více živnostenských oprávnění.

V grafu je poslední věková skupina 36-40 let z toho důvodu, že v praktické části diplomové práce budou zkoumáni podnikatelé do 40 let. Podnikajících FO do 40 let je

616.302 a počet živnostenských oprávnění do 40 let je 887.526 a představují necelých 29 % z celkového počtu živností, které jsou uvedeny v grafu č. 1.

3.4 Živnostenský rejstřík

Registr živnostenského podnikání, slouží k vyhledávání podnikatelských subjektů ve veřejné části živnostenského rejstříku a k získání aktuálních a historických údajů o podnikatelských subjektech vedených ve veřejné části živnostenského rejstříku. (www.rzp.cz) Provozovateli živnostenského rejstříku jsou obecní, městské a krajské úřady v rozsahu daném zákonem. Do rejstříku se zaznamenávají údaje o FO i PO, stanovené živnostenským zákonem. O podnikatelích se do rejstříku zapisuje identifikační číslo osoby (IČO), předmět podnikání, vznik, adresa bydliště, doba platnosti živnostenského oprávnění a další údaje opět dané živnostenským zákonem. Jedná se o veřejný seznam, a do výše uvedených údajů může každý nahlížet. V rejstříku nelze zjistit údaje o pokutách uložených živnostenskými úřady a sankční opatření uložené jinými správními orgány v souvislosti s podnikáním. Údaje o místě pobytu na území ČR, bydlišti mimo území ČR a rodných čísel, kterou jsou sdělovány pouze podnikatelům, jichž se údaje týkají, správnímu orgánu, který tyto údaje potřebuje pro výkon své činnosti a v případech stanovených zvláštními právními předpisy. Nahlížet a pořizovat výpisy či opisy je oprávněna pouze osoba, která osvědčí právní zájem.

3.5 Obchodní rejstřík

Obchodní rejstřík je veřejný registr, do kterého se zapisují zákonem stanovené údaje o podnikatelích nebo o organizačních složkách jejich podniků. (www.obchodnirejstrik.cz) Součástí obchodního rejstříku je sbírka listin, které musí obchodní společnosti ze zákona každý rok dokládat do rejstříku. Obchodní rejstřík je veřejně přístupný i v online formě. Právnícké osoby mají povinnost se do obchodního rejstříku zapsat a tento zápis je rozhodující pro získání statutu podnikatele. Každý člověk může do rejstříku nahlížet, hledat informace a zhotovovat si z něj výpisy.

Do rejstříku se zapisují dané údaje o podnikatelích, které jsou stanovené zákonem. Obchodní rejstřík vede rejstříkový soud, v sídlech krajských soudů. Rejstříkové soudy najdeme v Praze, Českých Budějovicích, Hradci Králové, Plzni, Brně, Ostravě a Ústí nad Labem.

Do obchodního rejstříku se zapisují:

- obchodní společnosti a družstva dle zákona upravujícího právní poměry obchodních společností a družstev,
- FO, které mají sídlo v České republice a požádají o zápis (povinný je zápis, pokud průměrné výše výnosů / příjmů snížených o DPH a za poslední dvě po sobě jdoucí období přesahující částku 120 milionů Kč),
- další osoby, stanoví-li povinnost jejich zápisu zvláštní právní předpis.

Základní informace, které můžeme nalézt v obchodních rejstříku:

- název organizace,
- sídlo,
- IČO,
- předmět podnikání,
- jména společníků a jednatelů,
- zakládající listina,
- datum založení či zániku společnosti,
- výše základního kapitálu a
- veškeré změny související s podnikem. (Zákon č. 304/2013 Sb., zákon o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob)

Pokud se podnik rozhodne ukončit podnikatelskou činnost musí podat návrh na výmaz z obchodního rejstříku. Výmazem z obchodního rejstříku subjekt zaniká.

3.6 Podnikatel

Podnikatel je pojem, který v mnoha lidech vyvolává spoustu psychologických dojmů, názorů a otázek. Ať už je to strach z neúspěchu, rychle vydělané peníze, společenský status či možnost být „pánem svého času.“ Byly vybrány dva citáty, které se autorce velmi líbí a souvisejí s podnikáním. První je od rakouského ekonoma a spisovatele P. Druckera a druhý citát je od úspěšné podnikatelky Mary Kay Ash.

„Kdykoliv vidíte úspěšné podnikání, kdosi jednou udělal odvážné rozhodnutí“.

Peter Drucker

„Na světě jsou tři typy lidí: ti, kteří způsobují, že se věci dějí, ti, kteří pozorují, co se děje, a ti, kteří se diví, co se stalo.“ Mary Kay Ash

Při pojmu **podnikatel** je možné narazit na mnoho definic. Podnikatel je fyzická osoba (OSVČ, jednatel) nebo právnická osoba (společnost, družstvo). Podnikatele lze charakterizovat jako subjekt, který vykonává aktivity související s podnikáním, s rizikem úbytku nebo ztráty vlastního kapitálu. Podnikatel je také původce a nositel podnikání, který vkládá své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost a nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení.

Pro podnikatelský subjekt je důležité, aby uměl vyhledávat příležitosti a stanovovat si nové cíle. Nutností je také umět hospodařit s finančními prostředky a rozumět předmětu podnikání. Subjekt by měl být obdařen několika základními vlastnostmi jako je sebedůvěra, vytrvalost, schopnost učit se novým věcem, dlouhodobé nasazení apod. (Veber, Srpová, 2012)

Dle §420, NOZ je za podnikatele považován ten, kdo „*samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku*“. Dále je dle NOZ podnikatel definován jako osoba, která:

- je zapsaná v obchodním rejstříku,
- podniká na základě živnostenského oprávnění,
- podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění dle zvláštních předpisů,
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsaná do evidence dle zvláštního předpisu.

U kterékoliv činnosti si můžeme charakterizovat slabé / silné stránky či výhody a nevýhody. U podnikání fyzických osob to není výjimkou. Proto je důležité si vypsát základní klady a zápory, které si lze definovat právě u osob samostatně výdělečně činných.

- **Výhody OSVČ**
 - nízké správní výlohy nutné pro založení,
 - minimum formálně-právních povinností,
 - podnikatelské činnosti lze zahájit hned po ohlášení,
 - samostatnost a volnosti při rozhodování,
 - není požadován počáteční kapitál,
 - jednoduché přerušování nebo ukončení činnosti.

- **Nevýhody OSVČ**
 - vysoké požadavky na odborné i ekonomické znalosti podnikatele,
 - vysoké riziko vyplývající z neomezeného ručení majetkem podnikatele,
 - omezený přístup k bankovním úvěrům,
 - možné finanční problémy v podnikání se mohou projevit v rodině podnikatele. (Veber, Srpová, 2012)

3.6.1 Obecné rysy podnikatele

Dle Synka a Kislingerové (Synek, Kislingerová, 2015), lze na podnikatele nahlížet i z jeho osobnostních rysů. Každý člověk má jiné přednosti a lidský charakter, proto se každý člověk liší od jiného. Díky charakteristickým rysům a odlišnostem se z daného člověka stává podnikatel. Podnikatel je člověk, který je nositelem a tvůrcem inovací, změn a je velmi silně motivovaný k využívání podnikového, technického i lidského potenciálu. Pro osobnost podnikatele jsou důležité rysy jako tvořivost, schopnost využívat a vytvářet příležitosti či přicházet s novými myšlenkami. Podnikatel, který umí využít ve svůj prospěch a prospěch podniku silné stránky a zároveň využít stránky firmy, které se považují jako slabiny a skloubit vše dohromady se považuje za velmi schopného podnikatele.

Společné rysy, které jsou specifické pro podnikatele jako osobu dle Vebera a Srpové (Veber, Srpová, 2010):

- podstupování rizika,
- sebedůvěra, vytrvalost, dlouhodobé nasazení, schopnost učit se ze zkušeností,
- umění nacházet příležitosti, vytyčovat si nové cíle,
- zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání,
- rozumět předmětu podnikání.

Pro začínající podnikatele je možné charakterizovat typické rysy podnikatele. Tyto rysy mají umožnit porovnání vlastních představ o podnikání s realitou. Za typické rysy podnikatele lze řadit:

1) **Dlouhodobé zaměření** – Nad podnikatelskými aktivitami je nutné přemýšlet dlouhodobě. Člověk, který se rozhodne pro podnikání, tak jeho předpokladem je, že se podnikání bude věnovat delší dobu. Někteří podnikatelé mohou založit podnik či živnost s krátkodobým cílem, ale je to velmi netypické. Podnikatelé dlouhodobě budují svůj podnik a posilují podnikatelské pozice.

2) **Podnikavost** – Každý podnikatel chce být ve své podnikatelské činnosti úspěšný a je velkou výhodou, když má podnikatel kouzlo osobnosti neboli charisma. Díky svému charisma může podnikatel ovlivňovat své podřízené, kteří ochotněji přijímají nápady, myšlenky a názory. Proto, aby byl člověk úspěšný ve své podnikatelské činnosti, musí zvolit vhodný předmět podnikání a být podnikavý. Pojem podnikavost je celostní charakteristika, dělí se na:

- **Dispozice**, která označuje znalosti, kompetence či know-how a dělí se na:
 - Schopnosti – jsou neměnné a převážně vrozené,
 - Dovednosti – lze je naučit opakováním či trénováním
 - Vědomosti – jsou to znalosti získané (odborné, komunikační, podnikatelské atd.).
- **Osobní vlastnosti** obecně charakterizují osobnost podnikatele. Pro osobní vlastnosti jsou typické dva druhy:
 - Specifické – svědomitost, iniciativnost, cílevědomost, vytrvalost, rozhodnost, samostatnost, zodpovědnost, vztah k druhým lidem a k práci,

- Nespecifické (všeobecné) – důvěryhodnost, bezúhonnost, důslednost, poctivost, čestnost, zásadovost, zdvořilost, ohleduplnost, přesnost.

3) **Motivace** – Jedná se o výrazný faktor v podnikání a je vázána na vnitřní podněty člověka. Motivace sjednocuje psychickou a fyzickou aktivitu člověka směrem ke stanovenému cíli. Každý jedinec, který chce začít s podnikáním musí mít důvod, proč chce začít. Zda člověk nemá vůli být úspěšný, nepomohou mu k dosažení cíle ani znalost či zdroje podnikání. Více o motivační faktorech v kapitole 3.11. Push & Pull teorie.

4) **Aktivita, iniciativa** – V celém světě je mnoho podniků a spousta podnikatelů podniká ve stejném oboru. Konkurence je tudíž pro podnikatele velká a je důležité, aby podnikatel nebyl pasivní, ale zároveň by neměl konat dříve, než bude požádán o poskytnutí služeb či zboží. Podnikatelská osobnost musí být proaktivní, dynamická, optimistická, iniciativní, kreativní, mít pozitivní myšlení apod.

5) **Podstupování rizika** – Pokud se podnikatel rozhodne k tomu, aby vykonával podnikatelskou činnost musí počítat s riziky, které se v podnikání vyskytují. Většina důležitých rozhodnutí má jednoznačně charakter rozhodování za nejistoty či rizika. Lidé, kteří nejsou schopni rozhodovat, neradi přijímají odpovědnost, odkládají důležité rozhodnutí a přenášejí své rozhodovací pravomoci na podřízené by neměli začít podnikat.

6) **Dobrý zdravotní stav** – Mezi obecné rysy podnikatele patří i zdravotní stav, a to jak fyzický, tak psychický. Podnikatel často nemá stanovenou pravidelnou pracovní dobu a je vystaven mnohé řadě stresorů.

V literatuře od Vebera a Srpové (Veber, Srpová, 2010) je zanalyzováno desatero úspěšného podnikatele:

1. **Vytrvalost** – podnikání je běh na delší trať. Reakce na podnikatelské zásahy se neprojeví okamžitě, ale s časovým odstupem. Podnikatel musí být vytrvalý a neměl by se nechat odradit od další činnosti jakýmkoliv nezdarem.
2. **Sebedůvěra** – podnikatel musí věřit ve své schopnosti. Musí zhodnotit rizika, dílčí neúspěchy a neustupovat před překážkami.

3. **Odpovědnost** – podnikatel odpovídá za své závazky dodavatelům, za dodržení smluvních podmínek svým zákazníkům, za dodržení pracovních smluv svým zaměstnancům, odpovídá za placení daní, za dodržování zákonů apod. Podnikatel musí mít morální odpovědnost za všechny aspekty, nejen právní.
4. **Informovanost** – podnikatel musí mít vrozené části a také získané. Podnikatel musí využívat co nejvíce informací o konkurenci, o zákaznících, o zboží a kapitálu a také o situaci na trhu práce.
5. **Iniciativní chování** – podnikatel by měl konat dříve, než o to bude požádán či donucen a zároveň by neměl být pasivní.
6. **Monitoring, využití příležitostí a silných stránek** – podnikatel by měl znát své přednosti a umět je využívat ve svůj prospěch. Měl by prozkoumávat okolí a hledat příležitosti pro své podnikání.
7. **Koncepce cena / kvalita / čas** – pokud chce být podnikatel ve svém oboru podnikání profesionálem, musí považovat za samozřejmé konkurenční atributy: cenu, kvalitu a čas. Zákazníci již nejsou orientováni pouze na cenu, hledají odpovídající kvalitu a požadují pružné reagování na jejich požadavky.
8. **Úsilí o úspěch** – subjektivní úspěch znamená stupeň naplnění určitých představ podnikatele, uspokojení z podnikání, seberealizace apod. Objektivní úspěch je převážně vyjádřen hospodářským výsledkem. Obě stránky nemusí být v souladu.
9. **Racionální chování** – podnikatel musí být schopen zvažovat alternativy, uplatňovat hospodárné přístupy a předvídat své podnikatelské aktivity.
10. **Respektování okolní reality** – podnikatel podniká v prostředí, které se globalizuje, ve kterém platí řada zákonů, existuje daná demografická struktura. Podnikatel by měl své podnikání přizpůsobit daným skutečnostem.

3.6.2 Typy podnikatelů

Na webových stránkách ministerstva pro průmysl a obchod (www.mpo.cz) lze nalézt přesné klasifikační zařazení jednotlivého podniku. Do klasifikačních kritérií lze považovat: počet zaměstnanců a počet finančních prostředků. Podnikatele lze charakterizovat jako:

- **Samostatný podnikatel** – je každý podnikatel, který není klasifikován jako partnerský ani jako spojený podnikatel,
- **Spojený podnikatel** – podnikatel vlastní většinu hlasovacích práv společníků, členů nebo akcionářů jiného podnikatele
 - podnikatel má právo uplatňovat dominantní vliv nad jiným podnikatelem dle smlouvy uzavřené s tímto podnikatelem nebo dle ustanovení v jeho zakladatelské listině nebo v zakladatelské smlouvě,
 - podnikatel má právo jmenovat nebo odvolat většinu členů správního, řídicího nebo dozorčího orgánu jiného podnikatele,
 - podnikatel, který je majitelem akcií nebo členem jiného podnikatele, sám kontroluje dle dohody s ostatními akcionáři, společníky nebo členy uvedeného podnikatele většinu hlasovacích práv akcionářů, společníků nebo členů v uvedeném podnikateli.
- **Partnerský podnikatel** – je každý podnikatel, jež není klasifikován jako spojený podnikatel a který vlastní výlučně nebo společně 25–50 % kapitálu nebo hlasovací práv jiného podnikatele.

3.6.3 Typologie úspěšných podnikatelů

Nelze úplně jasně charakterizovat každého podnikatele. Každý podnikatel má jiný styl vedení, motivaci a jinou osobnost. Typologií podnikatelů je mnoho a můžeme tak v každém dělení podnikatelů vnímat rozdíly. V dnešní době lze považovat za nejvíce propracovanou Mínerovu (2000) typologii podnikatelů. Tato typologie předpokládá čtyři základní typy podnikatele, kteří zabezpečují chod a růst podniku. Každý typ má jiné způsoby, jak dosáhnout zisku a zároveň jiné způsoby, díky kterým se snaží překonávat nástrahy. Některé podnikatele je možné zařadit do více typů. U každého z typů lze charakterizovat různou kombinací osobnostních znaků: (Lukeš, Nový, 2005)

A) Výkonově orientovaní podnikatelé

Podnikatelé zařazení do této skupiny mají vysokou míru výkonné motivace, touhu po zpětné vazbě za dosažený výkon. Dalšími znaky je touha plánovat a stanovovat si cíle do budoucna. Výkonově orientovaní podnikatelé mají silnou osobní angažovanost pro

svoji firmu, touhu získávat informace, učit se. Jedná se o osobnostní typ A, který představuje jedince, neustále se snažícího dosahovat vyšších cílů za méně času, a pokud je potřeba, bojuje proti opačným směrem působícím lidem či situacím.

B) Skuteční manažeři

Tito podnikatelé mají pozitivní postoj k autoritě, touhu soupeřit s ostatními, direktivní kognitivní styl. Skuteční manažeři mají touhu prosadit se, projevovat moc, vystupovat z davu a touhu uskutečňovat manažerské úkoly. Dále lze znaky ještě rozšířit o kvalitní manažerské schopnosti, sebeprosazení, potřebu dosahovat výsledků v povolání, rozhodnost a slabou potřebu jistoty pracovního místa a seberealizaci.

C) Tvůrci expertních nápadů

Podnikatelé zařazení do této skupiny je možné nazývat vynálezci a inovátoři z toho důvodu, že jejich základní firemní strategií je vývoj nových produktů. Podnikatelé se snaží o inovace a upřednostňují koncepční kognitivní styl. Charakteristické rysy jsou vysoká inteligence a vyhýbání se přijímání rizika. Touha vyhnout se rizikům zpomaluje přílišný zápal pro nápady, které by mohly firmu ohrozit. Lidé, kteří jsou koncepční v kognitivním stylu, mají rádi nové nápady a rádi řeší problémy.

D) Empatičtí superprodejci

Lze je označit jako empatické extroverty. Jsou empatičtí v kognitivním stylu a touží pomáhat druhým. Tito podnikatelé kladou vysokou hodnotu na společenské procesy, mají silnou potřebu harmonických sociálních vztahů a považují prodejní sílu za rozhodující součást firemní strategie. Lidé, kteří jsou empatičtí v kognitivním stylu, jsou přátelštější, společenštější a podporující. Osobní zájem, empatie a touha pomoci motivuje zákazníky k tomu, aby se opětovně vraceli a nakupovali produkty nebo služby, které empatický super prodejce prodává. (Pelantová, 2015)

Každý z těchto podnikatelských typů má své vlastní cesty k úspěchu a specifická rizika, kterým musí čelit. Lukeš a Nový (Lukeš, Nový, 2005) napsali ve své knize „Psychologie podnikání“, že Rauch a Frese (2000) analyzovali oblast psychologických výzkumů u podnikatelů a zjistili, že:

- podnikatelé mají vyšší výkonovou motivaci než zbytek populace,
- je pozitivní vztah mezi vnitřním místem kontroly a podnikáním,
- příliš velké přijímání rizika je spojeno s neúspěchem podnikání.

3.7 Podnik a kritéria volby právní formy podniku

Pojmy podnikání a podnikatel mají mnoho definic a ani podnik není výjimkou. Podnik úzce souvisí právě s podnikáním a podnikatelem. Jedná se o základní jednotku, které realizuje výrobu či poskytuje služby.

V ekonomické literatuře se velmi často a běžně užívají pojmy „firma, obchodní závod, účetní jednotka“ jako synonyma pro pojem podnik.

Dle Srpové a Řehoře (Srpová, Řehoř, 2010), je v teoretické rovině **podnik** chápán jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně vstupů na výstupy. Podnikem se rozumí soubor hmotných a nehmotných složek podnikání. Definice podniku má původ v §5, odst. 1 zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. Podnikem se rozumí „*soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit. Podnik je věc hromadná.*“

Podnikem je dle Synka a Kislingerové (Synek, Kislingerová, 2015), plánovaně organizovaná hospodářská jednotka, v níž se zhotovují a prodávají věcné statky a služby. Jedná se o uspořádaný soubor zdrojů, práv a prostředků a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování jeho podnikatelských aktivit.

Mezi kritéria volby právní formy podniku lze definovat několik bodů. Daná kritéria je nutné důkladně zvažovat ať už při zakládání nového podniku, ale také v případě, když se podnikatel rozhodne změnit právní formu.

Kritéria při volbě právní formy podniku jsou především:

- podnikatelské riziko – způsob, rozsah ručení,
- účast na zisku / ztrátě,
- daňové zatížení, zveřejňovací povinnost,
- oprávnění k řízení,

- nároky na počáteční kapitál,
- administrativní náročnost založení podniku a rozsah výdajů spojených se založením a provozováním podniku,
- finanční možnosti – možnost přístupu k cizím zdrojům,
- oprávnění k zastupování podniku navenek a možnost vedení podniku či rozhodování na dalším chodu firmy.

Nejdůležitější právní formy podnikání lze charakterizovat následovně:

- Samostatný podnikatel (FO, živnostník)
- Obchodní společnosti
 - Kapitálové
 - Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)
 - Akciová společnost (a. s.)
 - Osobní
 - Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)
 - Komanditní společnost (k. s.)
- Družstva
- Evropská družstevní společnost
- Evropské hospodářské zájmové sdružení
- Evropská společnost

3.8 Obchodní společnosti

Společnost s ručením omezeným (spol. s r. o., s. r. o.)

Jedná se o nejvíce rozšířenou formu podnikání právnických osob v České republice. Základní kapitál společnosti je tvořen podíly společníků, leda že by společenská smlouva určovala jinak. Tento typ společnosti prošel změnou původního zákona č. 513/1991 Sb., který nabyl účinnosti 1.1. 2014. Nově je daná problematika týkající se společnosti s ručením omezeným obsažena v zákoně o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., hlava IV.

Akciová společnost (a. s.)

Charakteristiku akciové společnosti můžeme nalézt v zákoně o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., hlava V. Jedná se o společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií. Tato forma podnikání je jednou z nejstarších kapitálových právních forem. Daná forma podnikání se nevyskytuje mezi malými či středními podniky, ale je vhodnější pro podniky větší.

Akciovou společnost musí založit minimálně 1 společník (FO nebo PO). Základní kapitál je stanoven na 2.000.000, - Kč a kapitál společnosti je rozdělen na obchodovatelné podíly neboli akcie. Základní dokumenty akciové společnosti tvoří stanovy a nejvyšším orgánem akciové společnosti je valná hromada. Akcie jsou cenné papíry, s nimiž jsou spojena práva akcionářů se podílet na zisku, řízení a likvidačním zůstatku. (Zákon č. 33/2020 Sb.)

Veřejná obchodní společnost (veř. obch. spol., v. o. s.)

Charakteristiku veřejné obchodní společnosti nalezneme v zákoně o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., hlava II. Jedná se o osobní obchodní společnost. Tato společnost musí být založena alespoň dvěma členy, kteří se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně. Jedná se po společnosti s ručením omezeným o velmi rozšířenou formu podnikání, převážně u malých a středních podniků. Společníkem může být jak FO, tak i PO. FO musí splňovat všeobecné podmínky provozování živnosti (bezúhonnost, plná svéprávnost) a nemůže mít stanovené překážky v provozování živnosti bez ohledu na předmět podnikání společnosti (Veber, Srpová, 2015).

Komanditní společnost (kom. spol., k. s.)

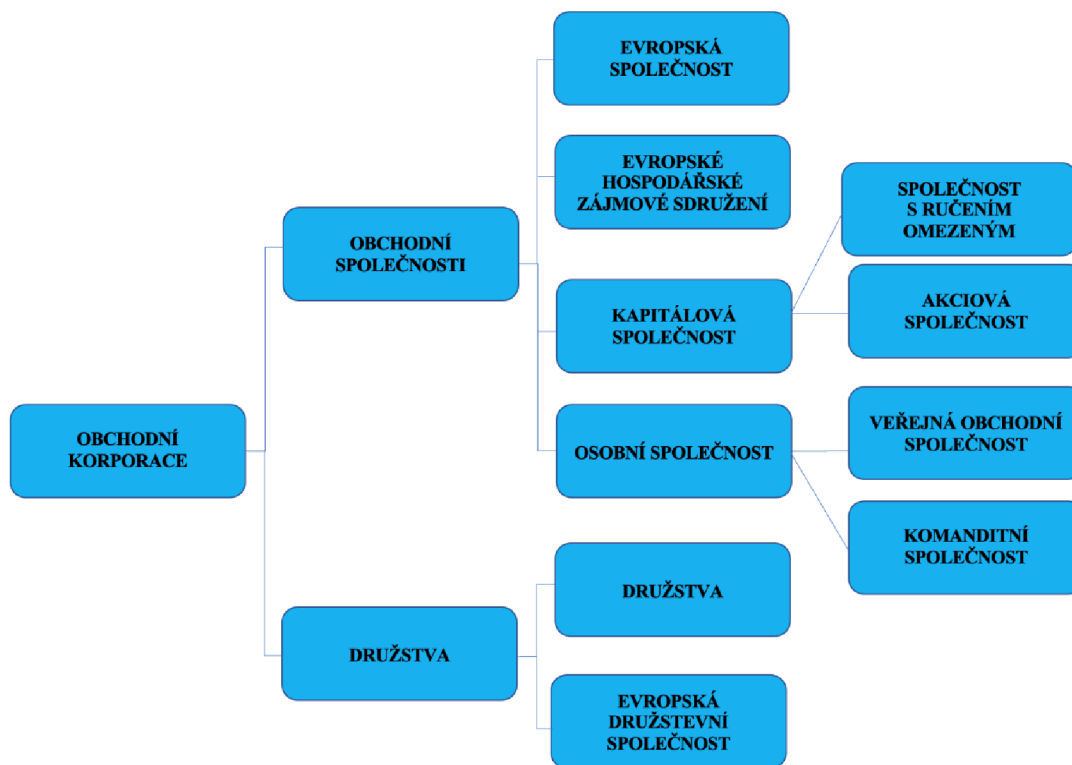
O komanditní společnosti se můžeme více dozvědět v zákoně o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb., hlava III. Stejně jako veřejná obchodní společnost se i komanditní společnost řadí do osobních obchodních společností.

Komanditní společnost je společnost, v níž alespoň jeden společník nazývaný se komanditista ručí za její dluhy omezeně a alespoň jeden společník nazývaný se komplementář ručí za dluhy neomezeně. Maximální počet společníků není stanoven.

O komanditní společnosti můžeme říct, že je jakýmsi propojením společnosti s. r. o. a v. o. s.).

Statutárním orgánem jsou všichni komplementáři, ale je možné ve společenské smlouvě určit pouze některé z nich. Minimální výše základního kapitálu není v současné době stanovena zákonem. (Zákon č. 90/2012, Sb., o obchodních korporacích, 2012)

Zisk nebo ztráta společnost se dělí mezi společnost a komplementáře, pokud společenské smlouva nestanoví jinak. Dosažený zisk se rozdělí na poloviny, kdy jedna polovina připadá komplementářům a druhá komanditistům. Zisk, které obdrželi komplementáři se rozdělí rovným dílem a část zisku, připadající komanditistům se rozdělí dle poměrů jejich vkladů.



Obrázek 2: Obchodní korporace

zdroj: vlastní zpracování dle Zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, 2012

3.9 Aspekty k zahájení podnikání

Pro úspěšné zahájení podnikání jsou důležité právní aspekty, ale je také velmi důležité zvážit ekonomické i psychologické aspekty. Pokud podnikatel není schopen pracovat a zanalyzovat si vše, co by mu mohlo bránit v podnikatelské činnosti, tak v tržním prostředí neuspěje.

3.9.1 Psychologicko-sociální aspekty

Každé jednání člověka je výsledkem jeho motivace, schopností, znalostí a dovedností a v neposlední řadě osobnostních vlastností. (Lukeš, Nový, 2005)

V dnešní době vzniká velká řada podniků s různými předměty podnikání, různé velikosti či jiné právní formy. Bohužel již dříve i velká spousta podniků zanikala. Situace v dnešní době (20. léta 21. století) je ovlivněna pandemickou situací, která nepřispívá mnoha podnikatelům a bohužel velká spousta podnikatelů musela své podniky zavřít či dokonce ukončit svou podnikatelskou činností. Pandemickou situaci nikdo nemohl předpokládat a předvídat. Dle odborné literatury je možné zohlednit některé kroky a doporučení, které mohou domoci podnikatelům k tomu, aby nedošlo k zániku firmy nebo alespoň ne krátce po založení:

- zvážit osobní předpoklady pro podnikání,
- mít odhodlání a motivaci k podnikání,
- stanovit si podnikatelský nápad nebo objevit mezeru na trhu,
- připravit si zakladatelský rozpočet,
- vymežit předmět činnosti,
- vyjasnění podnikatelského záměru,
- sestavení finančního plánu a jiných zdrojů.

Nejdůležitějším aspektem pro rozvoj začínajícího podniku je mít specifickou motivaci k podnikání. Motivace musí být založena na přáních, záměrech a osobních plánech podnikatele. (Veber, Srpová, 2010).

Uvádí se také výkonová motivace. Lidé s výkonovou motivací se snaží dosáhnout co nejlepšího výkonu v situacích, ve kterých je možné dosáhnout úspěchu,

ale i neúspěchu. Jedinci se snaží vyniknout, a proto se vyhýbají jak jistým, tak velmi rizikovým situacím. (Lukeš, Nový, 2005)

3.9.2 Ekonomické aspekty

Hlavním cílem podnikatelské činnosti je dosahování zisku. Růst hodnoty podniku bez dosahovaných zisků není možný, proto je právě růst hodnoty smyslem podnikání.

V odborné literatuře (Synek, Kislingerová 2015) je definováno ekonomické pojetí podnikání takto: *„Kromě právního pojetí podnikání, lze tedy na podnikání také nahlížet jako na proces, který se skládá ze získávání kapitálu a jeho investování do takové struktury majetku podniku, který se skládá ze získávání kapitálu a jeho investování do takové struktury majetku podniku, který by vytvářela předpoklad pro realizaci myšlenky spojené s výrobou produktu nebo poskytováním služby pro určitý okruh zákazníku na trhu výrobců. Toto pojetí má myšlenkový původ v mikroekonomii, která pohlíží na podnik jako na základní článek ekonomiky.“*

Založení podniku je spíše právní záležitost, ale bez ekonomických aspektů není možné vykonávat podnikání. To, že podnikatel dodržuje povinnosti, které vyplývají z právního řádu nezaručuje podnikateli úspěch a vytoužený zisk. Proto se mezi základní ekonomické aspekty podnikání musí zohlednit podnikatelský plán a zdroje financování pro začátek podnikání. Podnikatel si musí určit předmět podnikání a jakým způsobem bude podnikat, k tomu slouží právě podnikatelský plán. Následně by měl všechny úvahy, myšlenky a podněty přenést do konkrétní finanční podoby a vytvořit zakladatelský rozpočet. Každý začínající podnikatel by si měl zpracovat rozvahu, která bude odpovídat na dané otázky:

- v čem podnikat a co vyrábět,
- jak vyrábět, na jakém zařízení a vyřešit dostupnost potřebných zdrojů,
- kde podnikat,
- kalkulace nákladů na provoz podniku,
- cena vyráběného statku či poskytované služby.

Pro každého podnikatele je důležité zvážit všechny strasti, které s podnikáním souvisí. Zároveň musí podnikatel disponovat mnoha věcmi, které mu v rozvíjení

podnikatelské činnosti pomohou uspět proti konkurenci. Podnikatel musí zvážit své možnosti, definovat si svoji motivaci k podnikání, stanovit si jasné cíle a zvážit osobní předpoklady pro podnikání. V neposlední řadě by si měl podnikatel dokázat spočítat finanční a hmotné stránky, které jsou potřebné k zahájení podnikatelské činnosti.

3.10 Podnikatelský plán a jeho struktura

Základním nástrojem nejen pro začínajícího podnikatele je podnikatelský plán. Dle Svobodové a Andera se jedná o: „*písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti, které souvisejí se zakládáním nových podniků, rozvíjením existujícího podniku a celkově s podnikatelskou činností.*“ (Svobodová, Andera, 2017). Podnikatelský plán neboli „business plan“ všem podnikatelům pomáhá uspořádat si myšlenky o svém podnikatelském nápadu a dát jim jednoznačnou prostřednictvím stylizování do slov a realizovatelnost díky analýze trhu, produktu a propočtů návratnosti vložených investic do nápadu.

Business plan by měl sestavovat a zpracovávat samotný podnikatel za pomoci dalších zainteresovaných stran či osob.

Podnikatelský plán je možné vytvářet před zahájením podnikání, ale také je možné jej sestavovat, když se v rámci podnikání podnikatel rozhodne pro zásadnější změnu. Cílem podnikatelského plánu je co nejreálněji ověřit, zda je možné nápad realizovat.

Struktura podnikatelského plánu

V odborných literaturách je možné najít mnoho struktur podnikatelských plánů. Rozdílné struktury jsou dány převážně z důvodu rozdílnosti podniků – velikost firmy, odvětví, právní formy, způsob řízení či různé plány. Jednotlivé plány jsou různé převážně ve strukturách a názvech kapitol podnikatelských plánů. Charakter informací i celkový obsah musí být ale ve všech podnikatelských plánech stejný.

Struktura podnikatelského plánu dle Svobodové a Andera vypadá takto:

- shrnutí,
- charakteristika produktu a vlastníka – popis produktu, konkurenční výhoda, právní forma,

- analýza trhu a zákazníků – stručná charakteristika trhu, definice zákazníka, tempo vývoje cílové skupiny,
- analýza konkurence – kritéria pro určení přímé konkurence, potenciální konkurence, v čem je pro podnikatele konkurence inspirativní a v čem ohrožující,
- analýza dodavatelů – popis vstupů, dodavatelské zabezpečení, přehled nákladů na vstupy,
- personální zabezpečení – popis pracovních pozic, počty pracovníků, mzdové náklady, celkové personální náklady,
- marketing – 4 P (cena, propagace, distribuce, komunikace), průzkum trhu, marketingový rozpočet,
- finanční plán – zakladatelský rozpočet, roční výkaz cash flow, roční výsledovka, rozvaha, bod zvratu a posouzení s nastavenou kapacitou,
- analýza rizik – silné stránky podnikatelského projektu, preventivní opatření na eliminaci rizik, vytipování oblastí, ve kterých hrozí riziko neúspěchu podnikatelského záměru,
- vyhodnocení projektu – doba návratnosti investice, efektivnost investice, další potenciál růstu. (Svobodová, Andera, 2017).

Autoři Veber a Srpová považují za vhodnou strukturu podnikatelského plánu spíše formálnější úpravu, které se skládá z obsahu, shrnutí, popisu podnikatelské příležitosti, všeobecný popis firmy, klíčové osobnosti, produkty, potenciální trhy, okolí firmy a konkurence, prodej, výroba, personální otázky, finanční plán, rizika podnikatelského plánu a příloha. (Veber, Srpová, 2012)

Naopak autoři Hisrich a Peters uvádějí strukturu podnikatelského plánu následovně:

- titulní strana,
- exekutivní souhrn,
- popis podniku,
- analýza podniku,
- výrobní plán,
- marketingový plán,

- organizace podniku,
- finanční plán,
- hodnocení rizik,
- přílohy. (Hisrich, Peters, 1996)

3.10.1 Využití a zásady podnikatelského plánu

Využití podnikatelského plánu

Podnikatelský plán může mít dvě využití. Slouží k interním účelům, ale je převážně vyžadován externími subjekty. Podnikatelský plán v **interním** využití slouží jako nástroj plánování či rozhodování o činnosti podniku v budoucnosti. V podnikatelském plánu jsou definovány organizační cíle. Dané cíle jsou zkoumány ekonomicky i technologicky za účelem, zda mohou být dosaženy v průběhu definovaného období a jak cíle zrealizovat.

U **externího** využití je podnikatelský plán využíván pro komunikaci s externími pracovníky a s okolím podniku. Externí poskytovatele financí může podnikatelský plán přesvědčit o výhodách daného projektu. Dobře zpracovaný plán může podniku pomoci ke zvýšením šancí pro získání nezbytného kapitálu.

Zásady podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu je nutné respektovat platné zásady. Účelem pro podnikatele je plán zformulovat a zvýšit rating společnosti pro externí osoby. Dle obecně platných zásad, které definuje Veber a Srpová, by měl být podnikatelský plán:

- srozumitelný a stručný – vyjadřovat se jednoduše, nedefinovat mnoho myšlenek v jedné větě, volit vhodná přídavná jména, pro přehlednost sestavit tabulky,
- logický – myšlenky a skutečnosti na sebe musí navazovat a musí být podloženy fakty, tvrzení si v plánu nesmí odporovat, vhodné časový průběh znázornit graficky,
- pravdivý a reálný – vše v podnikatelském plánu by měla být pravda a daný podnikatelský plán musí být reálně uskutečnitelný,
- uváženě stručný – základní myšlenky, fakta či závěry musí z podnikatelského plánu jasně vyznít, nezkracovat plán na úkor poškození základních faktů,

- respektování rizika – předvídat budoucí vývoj podniku, respektování rizik a identifikace rizik zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu, (Veber, Srpová, 2012)
- uvádění zdrojů – podložení faktů, které jsou získány,
- přehlednost – vytvářet přehledy v podobě odrážek, tabulek, grafů nebo obrázků, zajistit přehled a nadhled do popisované problematiky. (Svobodová, Andera, 2017)

3.11 Push & Pull teorie

Tato teorie je převážně využívána v zahraniční literatuře. Čeští autoři danou teorii užívají na vysvětlení jevů, které se týkají pohybu obyvatelstva, spokojenosti zákazníku v marketingových aktivitách.

Teorie push & pull se nejčastěji používá při zkoumání motivačních faktorů. Motivace je definována množstvím teoretických konceptů, modelů a dalších přístupů. Teorie push & pull jsou vzájemné protichůdné teorie a zkoumají faktory, které působí na motivaci a lze je členit na „tažné“ a „tlačné“.

Podle teorie **push** jsou obecně lidé do podnikatelské činnosti „natlačeni“ situacemi či negativními okolnostmi do kterých se dostali. Situace jsou výsledkem jakéhosi konfliktu mezi danou, současnou situací, kde se člověk nachází a situací ve které by si člověk chtěl nacházet. Z hlediska push teorie se můžeme bavit také jako o vnitřních faktorech, které ovlivňují každého jedince. Mezi příklady vnitřních faktorů lze uvést ztráta zaměstnání, nespokojenost s platem nebo mzdou, ztráta zaměstnání, nevyhovující pracovní prostředí či pracovní doba a další podmínky, které neuspokojují zaměstnance ve svém zaměstnání. Převážně jsou faktory negativního rázu. (Giacomin, Janssen, Guyot, Lohest, 2011)

Opakem push teorie, je teorie **pull**. Pull motivy člověka vtahují, „táhnou“ a zároveň ho nutí a popohání ke zvyšování podnikatelského úsilí. Pull motivy jsou převážně pozitivní a mají podobu vnějších faktorů – vidina příležitosti, mezera na trhu apod. Všechny pozitivní motivy jsou pro budoucí podnikatele táhnoucí stimuly pro výzvy či větší zisky.

Motivační faktory jdou jednotlivě definovat a identifikovat jako push či pull faktory. Výsledná motivace je kombinace působení obou teorií zároveň, nelze ani jednu z nich oddělit, tudíž teorie musí působit společně.

V případě motivace push jsou důvody silnější, ale brzy vyhasínají a většinou nevedou k mimořádným výsledkům. Pull důvody jsou oproti push motivace trvalejší a většinou nevyhasínají. Vynikající podnikatelé stavějí své úspěchy právě na daných důvodech. Dle výzkumů lze říci, že „*pull entrepreneurs*“ („tažení“ podnikatelé) jsou úspěšnější než „*push entrepreneurs*“ („tlačení“ podnikatelé). (Srpová, Řehoř, 2010)

4 Zpracování primárních dat

4.1 Pořizování dat

Proto, abychom mohli zpracovávat data, musíme mít dostatečné a potřebné informace. Tím, že k daným poznatkům máme potřebné poklady je možné formulovat cíle určitého šetření, které chceme zkoumat. Řezánková (2017), ve své literatuře uvádí, že je velmi důležité definovat správnou formulaci otázek, ať už by se jednalo o popis určité situace, o hypotézy či o zobecňování teorie nebo praxe. Je důležité, aby otázky byly formulovány jednoznačně a srozumitelně. Požadavky pro specifikovaný výběr respondentů musí být reprezentativní. Tím je myšlen výběr, který neupřednostňuje žádné skupiny vzorků a výběrem je možné pokrýt celou šíři populace. Dalším důležitým faktorem vývoje společnosti je identifikování rozdílných postojů, různých společenských skupin. (Řezánková, 2017)

Základem všech výzkumů je správné formulování problému. Výstupem neboli cílem dotazníkového šetření může být buď zjištění faktů, popis situace nebo formulování a ověřování hypotéz. Aby mohl být proveden průzkum je důležité si uvědomit, že provádění výzkumu vyžaduje mnoho nákladů, ať už to jsou náklady finanční nebo časové. Tyto náklady by měly odpovídat dosaženému efektu, a to k získání informací. Pecáková (2018), klasifikuje data na primární a sekundární.

- primární data – jsou to data, která jsou získána pouze za účelem námi zkoumané problematiky. primární data jsou náročnější z časového i finančního hlediska,

- sekundární data – jedná se o data, která jsou rychleji k dispozici a jejich pořízení je levnější než u primární dat. jsou to obvykle výzkumy již dříve zkoumané problematiky a mohou se dané problematiky týkat pouze okrajově.

Získávání dat lze dělit na kvantitativní a kvalitativní metodu. Tyto metody se rozlišují dle velikosti dotazníkového šetření, hloubky analýz, velikosti zkoumaných skupin aj. Nejužitečnější strategií pro získání jak početních informací o dotazovaném jevu, tak i pro podrobnější porozumění jeho podstaty je nejvhodnější metodou kombinace obou metod kvantitativního i kvalitativního výzkumu.

- kvalitativní – využívá se k hlubšímu pochopení významu, příčin a důsledku a souvislostí sledovaných jevů,
- kvantitativní – popisuje danou skutečnost prostřednictvím proměnných. odvozuje především data o počtu, míře, kategoriích, ve kterých záleží na pořadí. (Pecáková, 2018)

Hendl (2014), ve své literatuře uvádí, že je velmi důležité mít správně vybranou skupinu ve statistickém šetření nebo v experimentu a následně získat hodnoty sledovaných proměnných. Je velmi důležité, aby bylo postaráno o možné chyby či zkreslení výzkumu dotazníkového šetření.

4.2 Metody sběru dat

Sběr dat se řadí mezi nejnákladnější fáze výzkumného šetření. Je nutné, aby byly všechny předchozí kroky podrobně zpracovány, čímž klesá riziko vzniku konkrétních problémů, které jsou spojeny s časovými rozestupy či nesprávným provedením sběru dat. (Kozel, Mynářová & Svobodová, 2011)

Pecáková (2018) ve své literatuře uvádí, že sběr primárních dat ovlivňuje charakter zkoumaných jevů. Zda jsou jevy pozorovatelné či nikoliv, spontánní či uměle vyvolané pro účely výzkumu, zda jsou vázány na jednotlivce, skupiny osob, výrobky apod. Je možné v některých případech volit přímou formu pozorování. Výhoda přímého pozorování je v tom, že poskytuje objektivní údaje a metoda je nejvíce odolná vůči zkreslování informací. U pozorování se předpokládá, že jev je jednoznačně vymezen

a jeho projevy je možné zaznamenat. Metodu nelze provést v případech, kdy se zkoumají lidské reakce a obdobné fyziologické a psychologické faktory.

Pokud by bylo nutné využívat postoje, vztahy, názory, znalosti, zájmy či motivaci je vhodné zvolit metodu dotazování. O výsledku, který lze získat dotazováním rozhodují schopnosti i ochota dotazovaných osob odpovídat pravdivě. Shromažďování dat je možné uskutečňovat osobním setkáním s respondenty, skrze telefonický rozhovor, formou písemného či elektronického vyplnění formuláře neboli dotazníku. V dnešní době se nejvíce využívá internet, tedy online dotazníky, kde lze nejrychlejším nejlevnějším způsobem nasbírat potřebná data.

5 Praktická část práce

Praktická část diplomové práce zpracovává rozeslané dotazníky pro dvě cílové skupiny – osoby, které se věnují podnikání jako FO a studenty 3. a 4. ročníků středních škol.

Nejprve je specifikován cíl dotazníkového šetření, dále pak jakým způsobem byly sestaveny a vyhodnoceny jednotlivé otázky dotazníkových šetření a popis zkoumaných výzkumných otázek vycházející z analýzy dotazníků.

Následně jsou popsány charakteristiky obou výzkumných vzorků – počet, věk, typ SŠ a zastoupení podnikatelů v jednotlivých krajích ČR.

Po provedení charakteristiky vzorků následuje zhodnocení výzkumných otázek, které si autorka vytkla za cíl diplomové práce. Po zpracování těchto otázek bude u každého jednotlivého vzorku provedena analýza doplňujících otázek, které se vyskytovaly v dotaznících a pomohou tak k hlubšímu porozumění a náhledu na jednotlivé skupiny.

Závěrem bude provedeno shrnutí praktické části, definovány výsledky a poskytnuto doporučení, které autorce vyplynulo z identifikace, monitoringu a analýzy jednotlivých výzkumných vzorků.

5.1 Dotazníkové šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zmonitorování a analýza studentů 3. a 4. ročníků středních škol a podnikajících FO do 40 let. Dotazníkové šetření bylo vedeno online formou pro podnikatele i pro studenty. Autorka diplomové práce osobně vedla přímé dotazování se studenty středních škol a vysvětlila jim důvody proč dotazníky vyplňují, za jakým účelem, zdůraznila, že dotazník je anonymní a ozřejmila jakých výsledků se může dočkat na základě jejich odpovědí.

Dotazníkové šetření je jednou z možných technik výzkumů, který autorka využívá pro zjišťování ekonomických i psychologických faktorů, které ovlivnily respondenty.

Techniky a způsoby distribuce dotazníků jsou velmi efektivní a tím umožňuje dotazníkové šetření zkoumat větší počet respondentů s minimálními náklady na realizaci.

Autorka nechtěla dotazníky vést pouze online formou bez osobního kontaktu, proto se rozhodla pro osobní účast při vyplňování dotazníku na středních školách, kde dohlížela na průběh vyplňování a díky tomu měla lepší, méně zkreslený obraz o vzorku respondentů.

Za nevýhody dotazníkového šetření lze považovat zejména vysoké nároky na ochotu odpovědět na všechny zadané otázky a s tím spojenou nízkou návratnost kompletně vyplněných dotazníků. S návratností u podnikatelů ale autorka neměla takový problém, protože oslovovala podnikatele, které znala a na každé střední škole byla autorka diplomové práce osobně.

Sestavení dotazníků

U dotazníkového šetření autorka zjišťuje základní informace nutné pro statistický výstup jako je věk, dosažené vzdělání, obor podnikání, kraj působení a další. Nad rámec těchto údajů autorku zajímal pohled na vlastní podnikání v několika rovinách.

Jednou z těchto rovin je samotný dotaz, co podnikatele motivovalo k podnikání, kdo je ovlivnil, například kde vidí vlastní silné stránky. Studenti popisovali silné a slabé stránky, které by dle jejich mínění měli mít úspěšní podnikatelé. Zodpověděli, zda vidí svou budoucnost v podnikatelské činnosti. A poté studenti, kteří absolvovali předmět fiktivní firma, odpovídali na otázku, zda je tento předmět ovlivnil v jejich rozhodování, jestli se věnovat podnikatelské činnosti. Těmito dotazy je mířeno na psychologické faktory, které mohou ovlivnit jednotlivce pro vstup do světa podnikání.

Další rovinou je samotná ekonomická stránka. V dotazníku se tak mohli respondenti setkat s dotazy na znalost zákonů, které se týkají podnikání a vlastní pohled na situaci ohledně opatření, které museli dodržovat v souvislosti s COVID-19.

Vyhodnocení dotazníkového šetření

Závěrem diplomové práce je zpracování a analýza výstupů z dvou dotazníkových šetření, které byly vytvořeny pro již definované dva výzkumné vzorky. Následuje vyhodnocení nasbíraných dat, zasazení odpovědí do kontextu práce, dle stanovených výzkumných otázek, které si autorka stanovila na začátku práce a vyhodnocení závěrů. Dotazníkové šetření je rozděleno do tří částí, kdy v první části jsou zanalyzovány a popsány odpovědi na otázky od studentů 3. a 4. ročníků SŠ, v druhé části jsou popsány

a zhodnoceny odpovědi od podnikatelů do 40 let a třetí část praktické části se věnuje vyhodnocení a náhledu na danou problematiku, z obou pohledů dotazovaných, kdy je vytvořen průnik odpovědí od obou výzkumných vzorků. Sumární shrnutí jednotlivých otázek je provedeno na základě grafického znázornění, které je poté podrobněji zpracováno a komentováno pod příslušnými grafy.

Výzkumné otázky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření se týkalo dvou věkově a zkušenostně odlišných skupin. Z dotazníkových šetření autorka analyzovala odpovědi na výzkumné otázky, které byly stanoveny pro studenty SŠ (výzkumný vzorek 1) i pro podnikající FO do 40 let (výzkumný vzorek 2). Autorka si dala za cíl zhodnotit a zanalyzovat šest výzkumných otázek, které jsou zkoumány především exploračními a částečně statistickými metodami.

Dvě z výzkumných otázek se týkají přímo studentů 3. a 4. ročníků SŠ:

- Hodnotíte předmět fiktivní firma jako podnětný pro Vaše potenciální podnikání?
- Jaké faktory odrazují studenty od vstupu do podnikání?

Další dvě z výzkumných otázek se týkají podnikajících FO do 40 let:

- Jakými faktory jsou motivováni podnikatelé k zahájení podnikatelské činnosti?
- Jaké jsou, dle podnikatelů, základní předpoklady k podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. (zákon o živnostenském podnikání)?

A zbylé dvě výzkumné otázky jsou průnikem obou výzkumných vzorků:

- Je ekonomický přehled důležitý pro podnikající FO a jaké stanovisko k tomu přehledu zaujímají studenti 3. a 4. ročníků SŠ?
- Jaká osobní motivace vedla podnikatele k tomu, aby, začali podnikat? Jakou motivaci mají studenti středních škol k tomu, aby se rozhodli zahájit vlastní podnikání?

Výzkumné otázky budou vždy vyhodnoceny na začátku určité kapitoly týkající se daného výzkumného vzorku a poté bude provedena analýza a zhodnocení jednotlivých otázek vycházejících z dotazníkových šetření.

5.2 Charakteristika výzkumných vzorků

V obou dotaznících byly jako první položeny otázky, které se týkaly pohlaví a věku (věkové skupiny) respondentů. Dotazník vyplnilo 50 podnikajících FO, konkrétně 31 mužů (62 %) a 19 žen (38 %), což koresponduje s poznatky GEM, které hovoří o tom, že roste převaha mužů v nových podnikatelských aktivitách.

U studentů středních škol převažovaly naopak ženy nad muži, i když v procentuálním zhodnocení můžeme hovořit o podobném vzorku. Konkrétně z celého výzkumného vzorku 328 studentů, tvořily ženy 55,2 % (181 žen) a mužů vyplnilo dotazník 44,8 % (147 mužů).

Věkové rozložení u studentů bylo v dotazníku charakterizováno v rozmezí od 16–20 let. I když autorka oslovovala studenty 3. a 4 ročníků SŠ, tak zároveň předpokládala větší věkové rozmezí, například z důvodu: opakování některého z ročníků, které mohlo být zapříčiněno například pandemickou situací COVID-19.

Nejmenší procentuální zastoupení bylo u studentů ve věku 20 let, které představovalo 2,4 % (8 studentů), poté 34 studentů ve věku 16 let (10,4 %), 62 studentů (18,9 %) bylo 19letých, 101 studentů (30,8 %) jsou ve věku 18 let a 123 studentů (37,5 %) představovala skupina 17letých.

Věk	Počet mužů	Počet žen	Absolutní četnost	Relativní četnost
16 let	13	21	34	10,37 %
17 let	63	60	123	37,50 %
18 let	41	60	101	30,79 %
19 let	27	35	62	18,90 %
20 let	3	5	8	2,44 %
Celkem	147	181	328	100,00 %

Tabulka 1: Věkové rozložení studentů SŠ
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Pro podnikatele byly v dotazníku vytvořeny tři věkové skupiny. Konkrétně 18-25 let, 26-32 let a 33-40 let. Oslovení podnikatelé se skoro přesně rozdělili na třetiny, právě z důvodu autorčina vymezení věkových kategorií. Celkem 17 podnikatelů (34 %)

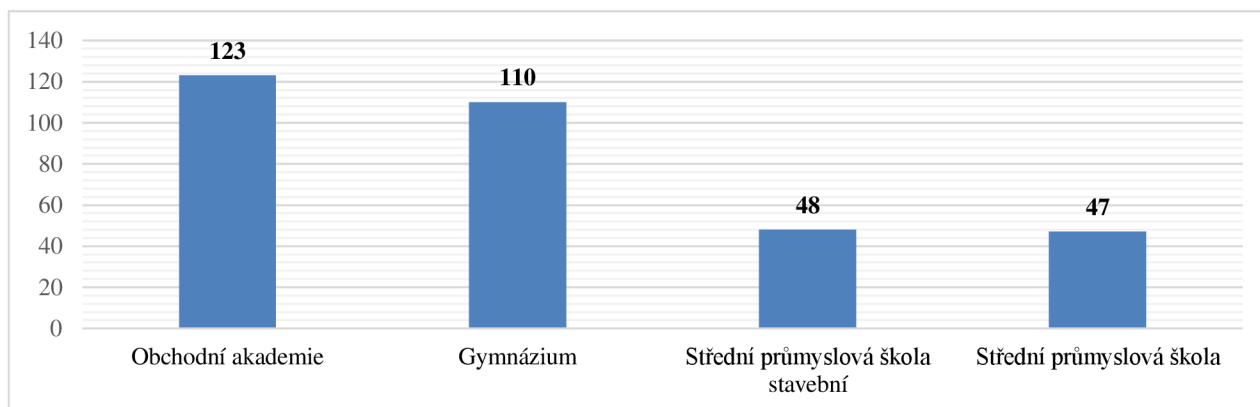
se řadí do skupiny 18-25 let a stejný počet podnikajících FO se zařadilo i do věkové skupiny 33-40 let. Zbylých 16 podnikatelů (32 %) se řadí do skupiny 26-32 let.

Věková skupina	Počet mužů	Počet žen	Celková absolutní četnost	Celková relativní četnost
18-25 let	11	6	17	34 %
26-32 let	10	6	16	32 %
33-40 let	10	7	17	34 %
Celkem	31	19	50	100 %

Tabulka 2: Počet podnikatelů rozdělených dle věku

Zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Následně se dotazníkové šetření pro studenty SŠ zabývalo čtyřmi typy SŠ a rozdělením počtu studentů do jednotlivých typů. Konkrétně se jednalo o obchodní akademie, gymnázia, střední průmyslovou školu a střední průmyslovou školu stavební. Nejvíce respondentů bylo z obchodních akademií 37,5 % (123 studentů), poté 33,5 % (110 studentů) z gymnázií, následováno 48 studenty (14,6 %) ze střední průmyslové školy stavební a 47 studenty (14,3 %) ze střední průmyslové školy.



Graf 3: Počty studentů na jednotlivých typech SŠ

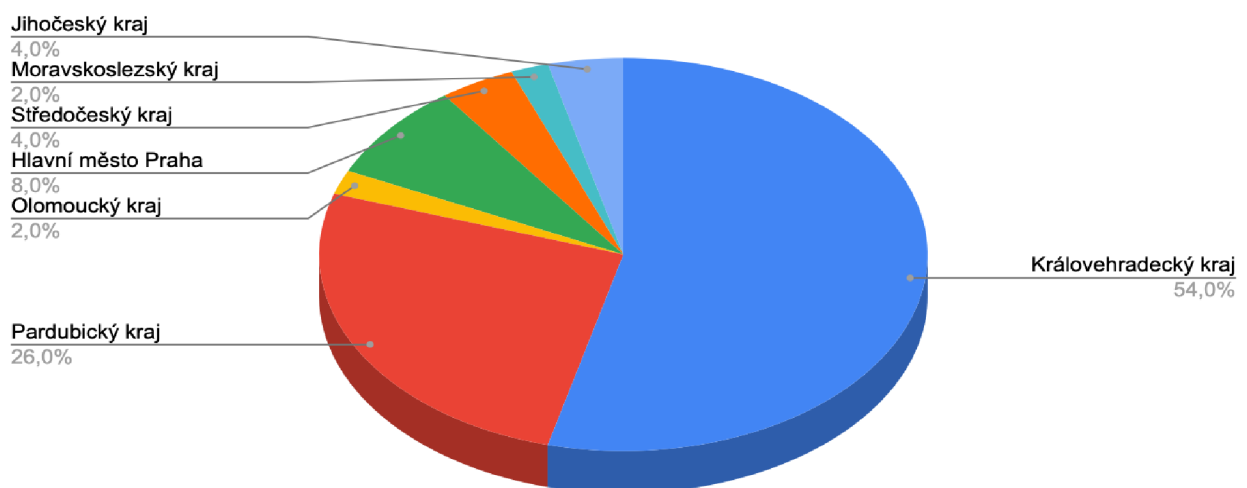
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Typ SŠ	Muži	Ženy	Absolutní četnost	Relativní četnost
Gymnázium	43	67	110	33,54 %
Obchodní akademie	43	80	123	37,50 %
Střední průmyslová škola stavební	21	27	48	14,63 %
Střední průmyslová škola	40	7	47	14,33 %
Celkem	147	181	328	100,00 %

Tabulka 3: Počty studentů na jednotlivých typech SŠ z hlediska četností
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

V dotazníkovém šetření, týkající se podnikajících FO, byla další otázka věnována zastoupení podnikatelů v jednotlivých krajích ČR. Nejvíce byl zastoupen Královehradecký kraj 54 % (27 podnikatelů), poté Pardubický kraj 26 % (13 podnikatelů), následován Hlavním městem Praha 8 % (4 podnikatelé). Dotazník dále vyplnili podnikatelé z krajů: Jihočeského (2 podnikatelé), Středočeského (2 podnikatelé), Moravskoslezského (1 podnikatel) a Olomouckého (1 podnikatel).

Autorka se dále ptala na otázku, zda je kraj, kde mají podnikatelé sídlo i krajem, kde převážně podnikají. Z celkového počtu 50 podnikatelů, 40 podnikatelů (80 %) podniká ve stejném kraji a 10 (20 %) nepodniká v kraji s uvedeným sídlem podnikání. Po analýze odpovědí se jedná o 5 podnikatelů z Královehradeckého kraje, 4 z Pardubického kraje a jednoho podnikatele ze Středočeského kraje.



Graf 4: Zastoupení podnikatelů v jednotlivých krajích ČR

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

5.3 Upřesnění zkoumaných subjektů a vyhodnocení jednotlivých otázek

V této kapitole budou charakterizovány a zanalyzovány výzkumné otázky. Po provedení analýz výzkumných otázek budou charakterizovány otázky z jednotlivých dotazníkových šetření, které pomohou k lepší vizualizaci, přehlednosti a celkovému pohledu na výzkumný vzorek 1 (studenty 3. a 4. ročníků SŠ) a výzkumný vzorek 2 (podnikající FO do 40 let).

Z dotazníkového šetření nebudou vybrány pro jednotlivé výzkumné vzorky všechny otázky obsahující dotazníkové šetření, z důvodu toho, že některé otázky jsou průnikem obou vzorků a budou analyzovány společně. U vyhodnocení jednotlivých otázek z dotazníků bude vždy definována otázka, která bude vyhodnocena dle výsledků a závěrů z dotazníkového šetření jednotlivých subjektů.

5.3.1 Výzkumný vzorek 1: Studenti 3. a 4. ročníků SŠ

Prvním výzkumných vzorkem, kterému se autorka věnuje ve své diplomové práci jsou studenti 3. a 4. ročníků SŠ, konkrétně z:

- Obchodní akademie T. G. Masaryka v Kostelci nad Orlicí,
- Obchodní akademie, Střední odborná škola a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Hradec Králové,
- Biskupské gymnázium Hradec Králové,
- Gymnázium J. K. Tyla Hradec Králové,
- Střední průmyslová škola stavební, Hradec Králové,
- Střední průmyslová škola, Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Hradec Králové.

Jak již bylo zmíněno výše v charakteristice výzkumných vzorků, celkový počet studentů, kteří vyplnili dotazník byl 328 respondentů z celkově šesti středních škol.

Výzkumné otázky týkající se studentů 3. a 4. ročníků SŠ

Autorka si dala za cíl u studentů zkoumat dvě výzkumné otázky, které jsou níže popsány, zanalyzovány a vyhodnoceny pomocí měření, srovnávání a provedeného dotazníkového šetření.

Výzkumná otázka 1) Hodnotíte předmět fiktivní firma jako podnětný pro Vaše potenciaální podnikání?

Fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků středních a vyšších odborných škol. Poskytuje jim možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a znalosti. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena jako by skutečně existovala. Simuluje reálné procesy, produkty a služby.

Z šesti středních škol předmět „fiktivní firma“ absolvovalo či absolvuje 231 studentů (70,4 %), což odpovídá $\frac{3}{4}$ z celkového vzorku 328 studentů. Konkrétně se jedná o 183 (55,8 %) studentů z obchodních akademií v Hradci Králové i v Kostelci nad Orlicí a 48 studentů (14,6 %) ze střední průmyslové školy stavební v Hradci Králové.

Studenti, kteří se s předmětem seznámili hodnotí tento předmět jako podnětný pro potenciaální podnikání, ale pouze ve zvládnutí teoretických činností nikoliv využívání praktických dovedností a zkušeností. Studenti si nedokázali konkrétně představit a popsat praktické věci, které využívají právě podnikající FO. Pro studenty je fiktivní firma podnětná v tom, že studenti zvládají:

- základy marketingu,
- práci v týmu,
- plánování a rozdělování práce,
- vyplňovat příjmové / výdajové pokladní doklady,
- práce s pokladní knihou nebo
- výpočet mezd.

Z osobní diskuse se studenty vyplývá, a odpovědi v dotazníku to jen potvrzují, že studenti si nemyslí, že by je předmět fiktivní firma dokázal připravit na potenciaální podnikání. Studenti obchodních akademií mají dle RVP vyhrazeno týdně na předmět fiktivní firma 3 hodiny. Na takto zaměřených školách mají v tematických plánech předmětu fiktivní firma tyto celky: založení a vznik firmy, příprava činnosti a zahájení

podnikání, činnost firmy, veletrh FIF, ukončení činnosti firmy. Oproti tomu studenti střední průmyslové školy mají za celý rok dle RVP v součtu stejný počet hodin jako studenti již zmiňované obchodní akademie, ale pouze v předmětu ekonomika. Na SPŠ se předmět ekonomika věnuje teoretickým poznatkům a pouze některým praktickým celkům fiktivní firmy – činnost firmy (plánování, organizování činnosti, rozhodování), marketing a komunikace ve firmě.

Dle autorčina názoru, z dosažených výsledků dotazníkového šetření a z hlediska osobního setkání, si studenti neuvědomují všechny možné nástrahy a překážky, které stojí a jsou nutné k tomu, aby podnikání úspěšně fungovalo. Například se studenti nemohou připravit na kontroly z finančního úřadu (FÚ), české obchodní inspekce (ČOI) či z živnostenského úřadu. Studenti teoreticky ví, že pokud se rozhodnou pro podnikání jako FO, musí navštívit živnostenský úřad a zažádat o živnostenský list, ale tuto zkušenost na úřadě už studenti neabsolvují. Další nástrahou či překážkou je to, že si studenti ve fiktivních firmách nemohou zakládat internetové bankovníctví a pracovat s ním.

Typ SŠ	Počet studentů	Počet hodin věnovaný za školní rok předmětu FF
Obchodní akademie	183	102
Střední průmyslová škola stavební	48	34
Celkem	231	136

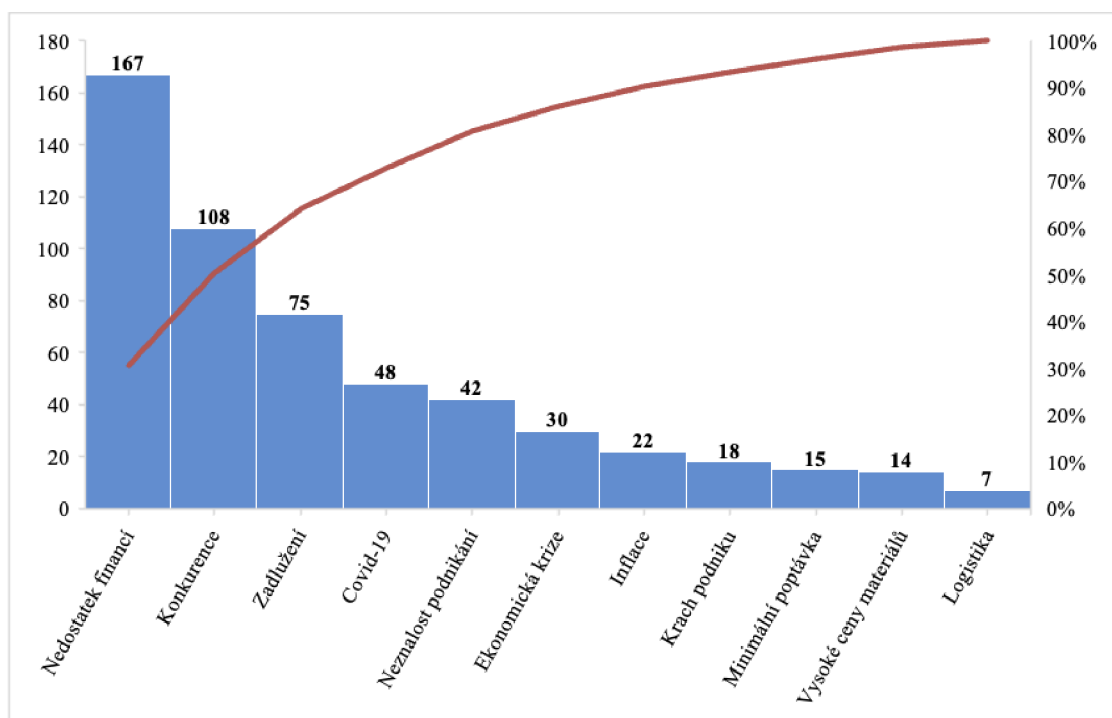
Tabulka 4 Počet studentů absolvující předmět fiktivní firma a roční časová dotace předmětu
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Naskýtá se možnost rozšíření práce o větší vzorek studentů z více krajů a zároveň o podrobnější výzkumný vzorek z hlediska jednotlivých typů SŠ, kdy by se diplomová práce mohla rozrůst o větší statistickou a analytickou část. Autorka práce je přesvědčena o tom, že ekonomickým předmětům by mělo být na SŠ věnováno více vyučovacích hodin. Studenti by měli být více samostatně finančně schopní a ekonomické předměty by se měli více věnovat praktickým příkladům či ukázkám.

Výzkumná otázka 2) Jaké faktory odrazují studenty od vstupu do podnikání?

Analýza dané výzkumné otázky je provedena na základě dotazníkového šetření určeného pro studenty 3. a 4. ročníků SŠ. Faktory, které budou zkoumány jsou ekonomického i psychologického charakteru. Na závěr výzkumné otázky budou charakterizovány nejčetněji se vyskytující faktory, u kterých autorka provede vlastní řešení nebo doporučení, které by mohlo dopomoci studentům změnit názor na dané faktory. Za změnu názoru je považována situace, kdy faktory, které odrazují studenty od vstupu do podnikání autorka analyzuje a uvede konkrétní příklady, jak na faktory nahlížet v pozitivním psychologickém i ekonomickém duchu.

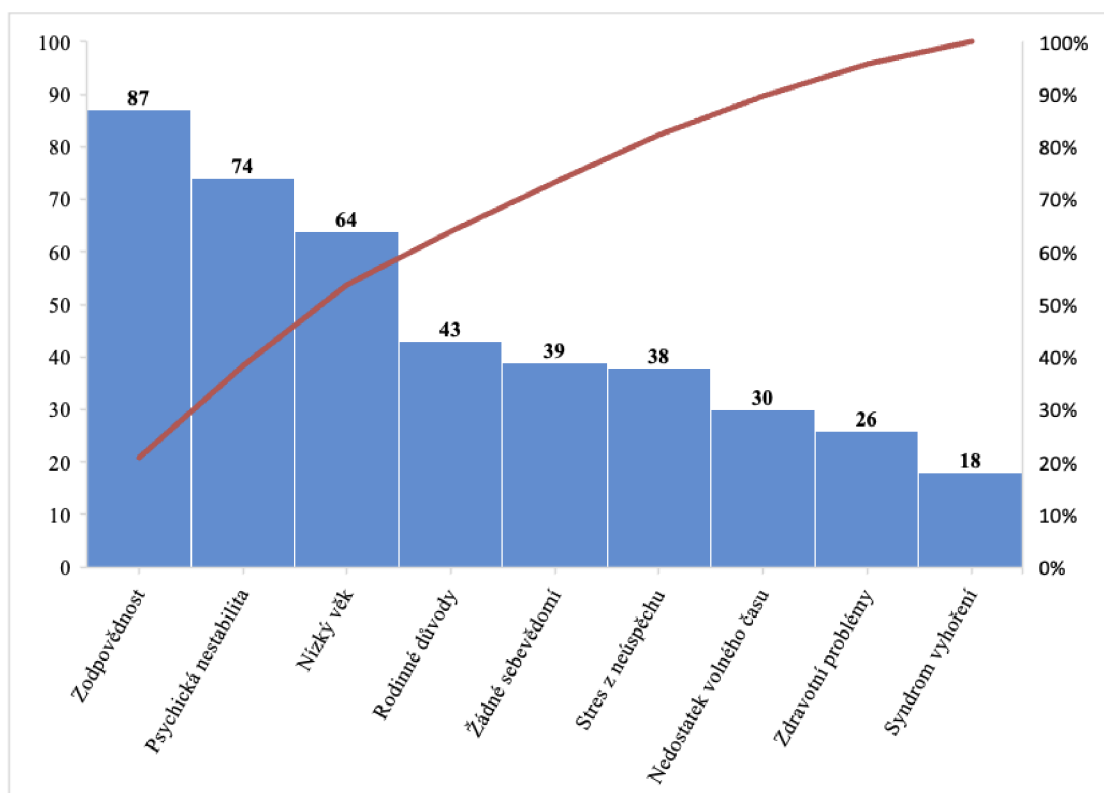
Autorka diplomové práce analyzovala odpovědi od studentů, které rozdělila do dvou skupin – ekonomické faktory a psychologické faktory. Pro grafické znázornění si vybrala Paretův diagram, ve kterém lze vidět konkrétní četnosti jednotlivých faktorů ve sloupcích a čáru, která představuje kumulativní četnost (součet hodnot aktuální kategorie a kategorií, které jsou vlevo od čáry) uvedenou v procentech.



Graf 5: Paretův diagram ekonomických faktorů odrazujících studenty od podnikání
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Nejčastěji se vyskytovalo právě výše uvedených jedenáct ekonomických faktorů viditelných v grafu č. 5. Každý z 328 studentů uvedl minimálně dva faktory, které jsou dle respondentů těmi faktory, kvůli kterým studenti nechtějí začít s vlastní podnikatelskou činností.

V níže uvedeném grafu č. 6 je analyzováno devět psychologických faktorů, které studenty odrazují od vstupu do podnikání.



Graf 6: Paretův diagram psychologických faktorů odrazujících studenty od podnikání
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Autorka diplomové práce analyzovala celkem 20 faktorů (11 ekonomických a 9 psychologických), které se vyskytovaly nejčastěji. Výzkumný vzorek 1 obsahuje studenty ve věkovém rozmezí od 16–20 let. Žádný ze studentů v současné době nepodniká, a tudíž jsou faktory od studentů definovány z hlediska: znalostí ze SŠ, rodinného zázemí, všeobecného přehledu a osobních názorů. Na tyto hlediska se autorka osobně ptala studentů v každé jednotlivé třídě při vyplňování dotazníků.

Autorka si vybrala z každého grafu (graf č. 5 a 6) dva nejčetnější faktory: nedostatek financí, konkurence, zodpovědnost a psychická nestabilita. Pro tyto čtyři

faktory budou charakterizovány konkrétní příklady, díky kterým chce autorka snížit četnost výskytu daných ekonomických i psychologických faktorů.

Ekonomický faktor – nedostatek financí odrazuje studenty od vstupu do podnikání, protože studenti v tomto věku nemají žádný finanční „polštář“, který by mohli využít k začátkům podnikání. Aby nedostatek financí nebyl odrazujícím faktorem pro studenty, autorka navrhuje několik řešení.

Prvním z řešení je to, že mnoho bank v ČR nabízí pro začínající podnikatele firemní úvěr, například s názvem „start up“. Pomocí těchto úvěrů je možné do začátku podnikání získat finanční jistotu. Dalším řešením, díky kterému není nutné mít mnoho finančních prostředků je zahájit podnikatelskou činnosti prostřednictvím sociálních sítí, která je v dnešní době velmi populární: propagace výrobků, reklama, správa sociálních sítí, prodej věcí. Pokud by studenti začínali s podnikatelskou činností v menším rozsahu a postupně, tak je možné tento ekonomický faktor výrazně snížit, aby pro studenty nebyl odrazující.

Dalším odrazujícím faktorem je konkurence. Aby se tento faktor minimalizoval, je velmi vhodné začít podnikat v oboru, kde konkurence není velká. Případně, samozřejmě, lze přijít na trh s novinkou, u které konkurence nebude žádná. Vymyšlení takové novinky je ale pro potencionální podnikatele „běh na dlouhou trať“ a mnoho mladých lidí není ochotno ji absolvovat.

Nejvíce obávaným psychologickým faktorem, který odrazuje studenty od začátku podnikání je zodpovědnost. Studenti v tak nízkém věku za sebou nemají dostatek zkušeností s tím, že by v určitých situacích nesli plnou zodpovědnost. Studenti docházejí na brigády, starají se o domácnost, ale nedokáží si představit všechny nástrahy a neumí pracovat se zodpovědností. U faktoru zodpovědnost nelze stanovit jednoznačné řešení, ale pouze doporučení. Autorka by studentům doporučila, aby se věnovali aktivitám, při kterých mohou samostatně rozvíjet svou osobnost z hlediska zodpovědnosti: hlídání, doučování, práce s time-magementem a jiné rozvíjející aktivity.

U psychické nestability opět nelze stanovit jednoznačný závěr a řešení. Autorka učí na střední škole a vnímá, že velké množství studentů má menší či větší psychické problémy, které jsou z velké části ovlivněny pandemickou situací Covid-19. U tohoto faktoru doporučuje: rozvoj duševní pohody, seberealizace či umět si říci o pomoc.

Analýza otázek dotazníkového šetření u studentů 3. a 4. ročníků SŠ

Nyní budou charakterizovány další otázky, které byly předmětem zkoumání dotazníkového šetření diplomové práce u studentů 3. a 4. ročníků SŠ. Pomocí těchto otázek je možné nahlédnout a vidět některé další faktory, ať už psychologické či ekonomické, které napomáhají k přesnějšimu a důkladnějšimu popisu výzkumného vzorku 1.

Otázka 1: Absolvujete na SŠ nějaký předmět týkající se ekonomiky?

Výše uvedená otázka, kterou studenti měli v dotazníkovém šetření se zabývala tím, zda jednotliví studenti absolvují na střední škole nějaký předmět týkající se ekonomiky. Toto zkoumání dopadlo u 328 studentů následovně: 248 studentů (75,6 %) odpovědělo, že absolvují předmět týkající se ekonomiky a 80 studentů (24,4 %) naopak předmět týkající se ekonomiky nemají.

Studenti, kteří odpověděli, že neabsolvují žádný předmět týkající se ekonomiky docházejí na gymnázium nebo na střední průmyslovou školu. Konkrétně se jedná o 45 studentů z gymnázia (13,7 %) a 35 studentů (10,7 %) ze střední průmyslové školy. Tím, že autorka diplomové práce navštívila osobně jednotlivé třídy a střední školy, tak může konstatovat, že se jednalo o 3. ročník Biskupského gymnázia (jedna třída) a jednu třídu Gymnázia J. K. Tyla v Hradci Králové. U střední průmyslové školy se také jedná o 3. ročník, protože tato střední škola vyučuje ekonomické předměty až ve 4. ročníku studia.

Otázka 2: Jaké ekonomické předměty absolvujete?

V dotazníku následující otázka více specifikovala předchozí otázku, z hlediska ekonomických předmětů. Otázka se týkala konkrétních ekonomických předmětů, které studenti absolvují. Studenti obou obchodních akademií v Hradci Králové a v Kostelci nad Orlicí, vyplnili, že mají následující ekonomické předměty:

- ekonomika,
- ekonomická teorie,
- účetnictví,
- právo,

- fiktivní firma,
- obchodní angličtina,
- písemná a elektronická komunikace,
- seminář z ekonomiky.

Na obchodních akademiích bylo osloveno celkově sedm tříd. Na Obchodní akademii T. G. Masaryka v Kostelci nad Orlicí bylo osloveno pět tříd 3. a 4. ročníků napříč obory: obchodní akademie, ekonomické lyceum a informační technologie.

Obchodní akademie se zaměřují na výuku ekonomických předmětů, proto i nejvíce respondentů 123 (37,5 %) z celého dotazníkového šetření, jsou právě studenti obchodních akademií. Tento typ střední školy se specializuje i na výuku předmětu „fiktivní firma“, který by měl studentům přiblížit reálnou představu o podnikání a chodu firmy.

Ze dvou tříd 4. ročníků gymnázií odpovědělo 65 studentů (26,2 %) z 248 respondentů, kteří absolvují ekonomický předmět, že mají tyto ekonomické předměty: ekonomika, ekonomické teorie, obchodní angličtina a ZSV (základy společenských věd), kde se ekonomika vyskytuje v rámci výuky.

Na střední průmyslové škole v Hradci Králové byl osloven 4. ročník oboru průmyslová ekologie, kde odpovědělo 16 studentů absolvujících 2 hodiny týdně předmětu ekonomika. Zbýlých 44 studentů studuje na střední průmyslové škole stavební v Hradci Králové a jejich předměty týkající se ekonomiky jsou: stavební ekonomie, ekonomika, architektura a stavitelství a stavební konstrukce.

Dle výsledků výzkumného šetření lze konstatovat že $\frac{3}{4}$ dotazovaných respondentů absolvují předmět, který je úzce spjat s ekonomikou. Autorka se studentů doptávala i v osobní rovině a je možné říci, že studenti by měli být z teoretického hlediska připraveni k podnikatelské činnosti. Teorii jsou studenti schopni zformulovat a říci. Bohužel o propojení teorie do praxe výsledky dotazníkového šetření hovoří negativně.

Otázka 3: Máte ze střední školy takové dovednosti či zkušenosti, které Vám dovolují začít podnikat? Jaké?

Tato otázka nepřímo navazuje na výzkumnou otázku 1, kde jsou charakterizovány získané dovednosti v předmětu fiktivní firma. I přestože se mezi dotazovanými objevila velká část studentů, kteří neměli možnost z různých důvodů absolvovat tento předmět lze

předpokládat, že látka probíraná v předmětu ekonomika, účetnictví a dalších nabízí studentům jistý základ. Z diskuse se studenty vyplývá, a odpovědi v dotazníku to jen potvrzují, že studenti i přes teoretické znalosti si nemyslí, že probraná látka je dostačující. Ti, kteří odpověděli na tuto otázku kladně byli z větší části studenti, kteří si měli možnost si vyzkoušet předmět fiktivní firma.

Celkem 183 (55,8 %) z 328 studentů je přesvědčeno o tom, že nemají dostatečné dovednosti ani zkušenosti na to, aby mohli začít s podnikatelskou činností. Ze zkoumaného vzorku je tedy více než ½ respondentů přesvědčena o tom, že není schopna začít podnikat.

Z těchto 183 respondentů je i 51 studentů z Obchodní akademie, kteří absolvovali či absolvují předmět „fiktivní firma“, který by měl studentům pomoci právě k tomu, aby po SŠ byli schopni začít samostatně podnikat či si založit menší podnik. Pro autorku diplomové práce jsou tyto výsledky velmi překvapivé, ale naopak v dnešní době pochopitelné z hlediska toho, že převážná většina studentů SŠ chce pokračovat na vysoké škole.

Menší část z celkového počtu výzkumného vzorku, konkrétně 145 studentů (44,2 %) odpovědělo, že mají zkušenosti či dovednosti k tomu, aby začali s podnikatelskou činností po střední škole. Někteří respondenti svoji odpověď zkonkretizovali a vypsali tyto faktory: znalost fungování obchodních společností, znalost logistiky, ekonomická gramotnost a praxe z fiktivní firmy.

Je možné říci, že studenti si přímo neuvědomují všechny možné nástrahy a překážky, které stojí a jsou nutné k tomu, aby podnikání úspěšně fungovalo. Tento postřeh zaznamenala autorka opět při osobním setkání se studenty, kteří reagovali na tuto otázku spíše z teoretického pohledu o náhledu na podnikání, ale opravdu málokdo dokázal specifikovat a charakterizovat opravdové problémy při podnikání či hlouběji popsat jasné dovednosti nebo zkušenosti, související s podnikáním.

Otázka 4: Zajímáte se o podnikatelské nápady, startupy či jiná odvětví týkající se podnikání?

Tato otázka byla v dotazníkovém šetření uvedena proto, že autorku zajímala následná interakce se studenty z hlediska výše specifikované otázky. Z celkového počtu 328 studentů odpovědělo 161 studentů (49,8 %), že se nezajímá o podnikatelské nápady,

startupy či jiná podnikatelská odvětví a 162 studentů (50,2 %) odpovědělo, že se o tyto nápady zajímají.

Následně byla vedena diskuse autorky se studenty na jednotlivých školách, kde studenti získávají potřebné informace o nápadech, startupech a podnikatelích. Studenti nejčastěji odpovídali, že si pouštějí videa v anglickém jazyce na YouTube a poslouchají podnikatele, kteří vypráví o svém podnikání – jak přišli k podnikatelskému nápadu, kde získali finance apod. Nejvíce studenty zajímalo, kolik je možné si podnikáním vydělat peněz.

Otázka 5: Napište, co je dle Vás „OSVČ“?

Autorka chtěla touto otázkou zjistit, zda studenti, znají jednu z nejčastějších českých ekonomických zkratk, která souvisí s podnikáním. Termín OSVČ představuje osobu samostatně výdělečně činnou. Necelých 10 % (32 studentů) nedokázalo na otázku odpovědět nebo odpověděli nesprávně. Zbylých 296 studentů pojem OSVČ správně definovala či popsal. Lze konstatovat, že ze zkoumaného prvku nebyla 1/10 výzkumného vzorku schopna charakterizovat pojem OSVČ, což je pro autorku velmi znepokojující zjištění.

Otázka 6: Je dle Vás lepší začít podnikat sám či s někým (založení obchodní společnosti)?

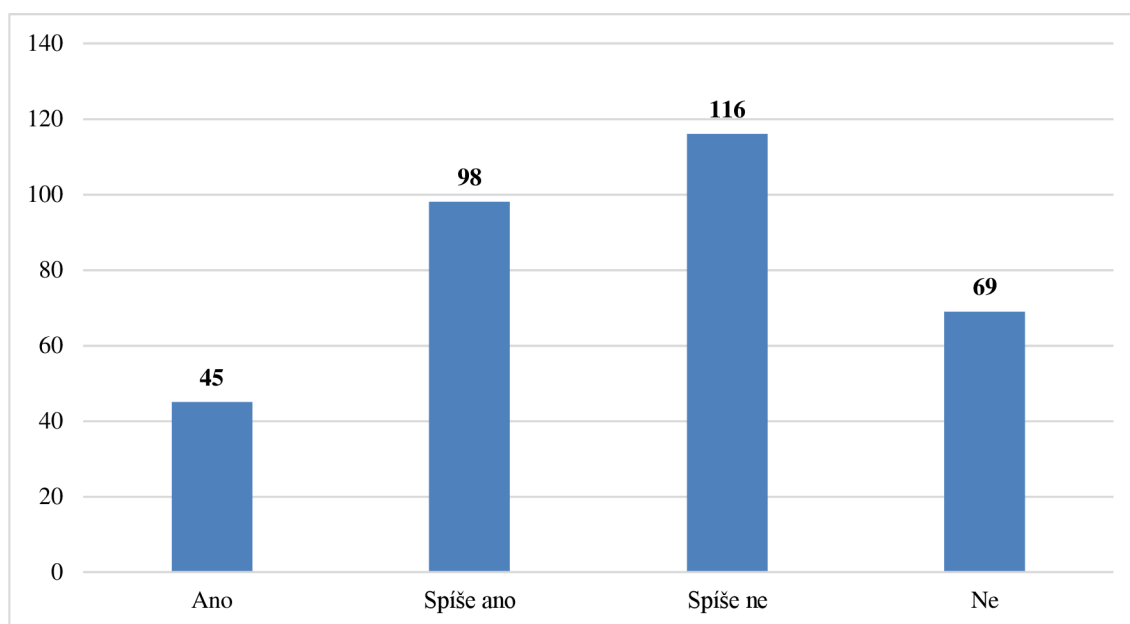
U analýzy otázky, zda je lepší podnikat sám, jako podnikající FO, nebo společně s někým jsou odpovědi relativně vyrovnané, přesto mírně převažuje (57,6 %) varianta podnikání s někým jiným a založit firmu, kdy takto odpovědělo 189 studentů.

Autorka v následné diskusi se studenty dále rozebírala tuto otázku, aby dokázala lépe zhodnotit jejich odpovědi. Důvod, proč studenti mírně preferují založení firmy před samostatným podnikáním je zapříčiněn zejména skladbou ekonomických předmětů, se kterými se na škole setkávají. Právnickým osobám jakožto subjektům, je věnováno více pozornosti a studenti jsou tak lépe informováni o případných rizicích, která mohou nastat v případě založení firmy. I vzhledem k zjednodušení procesu založení například s.r.o. je podle studentů mnohdy jednodušší založit firmu, přestože na založení vlastní živnosti prakticky stačí jedna návštěva živnostenského úřadu. Drobnou výhodu vidí studenti i v následném možném prodeji firmy v případě velkého zisku a možnosti dále

investovat. Zatímco osoby fungující jako podnikající FO nemají možnost dále zhodnotit dosažené úspěchy, které se jim povedlo dosáhnout. Nutno dodat, že největším rizikem podnikání samostatně jako FO vidí studenti ve ztrátě veškerého majetku. Oproti tomu firmu vidí jako bezpečnější variantu, kdy v konkrétních případech ručí pouze do výše počátečního vkladu.

Otázka 7: Plánujete jít na vysokou či vyšší odbornou školu s ekonomickým zaměřením?

Otázka týkající se budoucího vzdělání studentů je více koncipována na ekonomické zaměření z hlediska celkového tématu diplomové práce. Odpovědi „ano“ a „spíše ne“ představují 56,4 % (185 studentů) z celkového počtu 328 studentů. Zbýlých 43,6 % (143 studentů) odpovědělo, že plánují jít na vysokou školu či vyšší odbornou školu s ekonomickým zaměřením.



Graf 7: Přehled studentů plánujících pokračovat v ekonomickém studiu
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

5.3.2 Výzkumný vzorek 2: Podnikatelé do 40 let

Výzkumný vzorek 2 představuje podnikatele do 40 let, kteří podnikají jako FO. V kapitole 5.2 bylo u podnikatelů charakterizováno pohlaví, věk a kraj (sídlo) podnikání. Z dotazníkového šetření určeného pro podnikatele do 40 let budou v první řadě charakterizovány výzkumné otázky, které jsou cílem diplomové práce. A následně budou jednotlivé otázky dotazníkového průzkumu popsány, textově, případně graficky zanalyzovány.

Výzkumné otázky týkající se podnikatelů do 40 let

V této kapitole budou opět první zanalyzovány výzkumné otázky týkající se podnikajících FO do 40 let, které jsou předmětem zkoumání diplomové práce. Pomocí otázek z dotazníkového výzkumu budou následně identifikovány jednotlivé otázky z dotazníku, které autorka zpracovala a vyhodnotila. Tyto otázky dopomohou k přesnějšímu a důkladnějšímu popisu výzkumného vzorku 2.

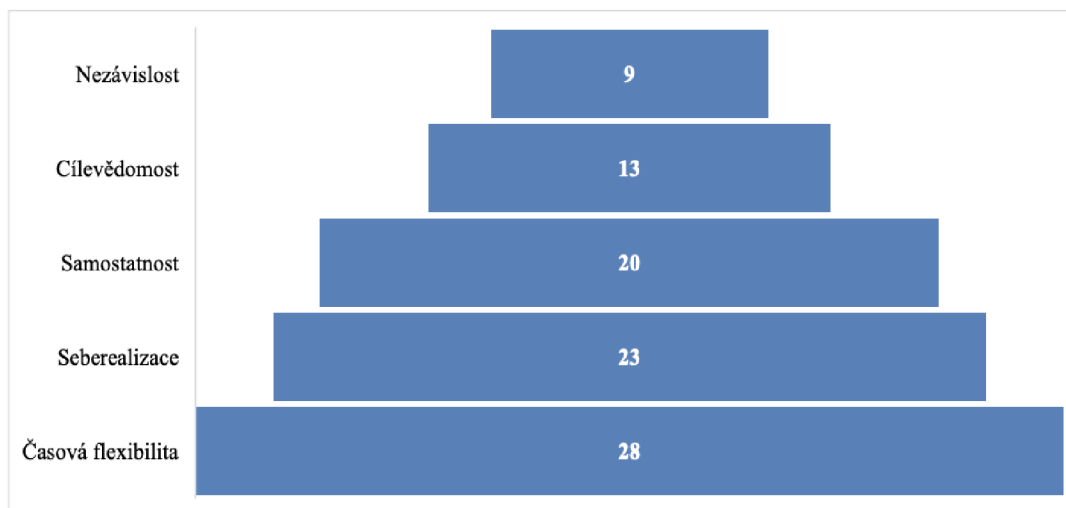
Výzkumná otázka 3) Jakými faktory jsou motivováni podnikatelé k zahájení podnikatelské činnosti?

Faktory, které motivují podnikatele k zahájení podnikatelské činnosti lze rozdělit na dvě kategorie – vnější a vnitřní. Mezi vnitřní faktory patří například potřeba vlastní seberealizace a chuť věnovat se konkrétnímu odvětví, což potvrzují právě odpovědi podnikatelů. Jedná se o faktory, které jsou pozitivního charakteru.

Druhou kategorií jsou vnější faktory, které mají převážně negativní ráz. Mezi takové faktory spadají nejčastěji negativní zkušenosti v zaměstnaneckém poměru, nesouhlas s vedoucím pracovníkem, špatná vize či nevhodné jednání se zákazníky.

Z hlediska motivace podnikatelů k zahájení podnikání je nutné uvést také psychologické a motivační prvky, kterou jsou velice důležitou stránkou každého podnikatele. Pokud se podnikatel umí věnovat sám sobě a zlepšovat se v tom, co dělá, být podnikavý a neustále pracovat aktivně, tak jeho zdravotní stav z hlediska psychiky bude pozitivně ovlivněn. Bohužel pokud by podnikatel nedokázal skloubit všechny potřebné body, tak by od podnikání měl upustit a věnovat se něčemu jinému.

Při detailním zkoumání faktorů motivující podnikatele, lze určit zásadní a nejčtenější motivátory, kterými jsou: samostatnost, seberealizace, cílevědomost, časová flexibilita a nezávislost. V níže uvedeném grafu jsou nejčastější slovní odpovědi od podnikajících FO vyjádřeny z hlediska četnosti. Hodnoty jsou seřazené od nejmenší po největší četnost.



Graf 8: Nejčtenější faktory dle podnikatelů k zahájení podnikatelské činnosti
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Výzkumná otázka 4) Jaké jsou, dle podnikatelů, základní předpoklady k podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. (zákon o živnostenském podnikání)?

Autorka si stanovila výzkumnou otázku, která souvisí se vstupem do podnikatelského světa, a právě otázka týkající se základních předpokladů ovlivňující podnikatele k tomu, aby mohli zahájit podnikatelské činnosti. Všichni podnikající FO musí vědět a znát všeobecné i zvláštní podmínky k udělení živnosti, protože minimálně všeobecné podmínky k podnikání museli již splnit.

Z analýzy, která vyplývá z jedné konkrétní otázky dotazníkového šetření: Vypište 5 předpokladů pro podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. (zákon o živnostenském podnikání), byla přibližně 1/2 dotazovaných podnikajících FO schopna napsat alespoň 3 předpoklady, které vnímají jako základní předpoklady k podnikání.

Pro autorku diplomové práce bylo velkým překvapením, že 24 respondentů (48 %) nebylo schopno na otázku rozumně odpovědět či vůbec odpovědět. Z autorčina pohledu je znepokojující právě velké množství respondentů, kteří i v menším zkoumaném vzorku neznali odpověď, přestože při podávání žádosti o živnostenské oprávnění museli podmínky splňovat. Neznalost základních předpokladů dle živnostenského zákona vypovídá o tom, že se podnikatelé před zahájením svého podnikání nezaměřují a nestudují zákony související s podnikáním. Někteří podnikatelé neuváděli základní předpoklady, ale spíše charakteristiku podnikatele, který je schopen podnikat se ziskem. Podnikatelé dále vnímají podnikání jako osobní motivaci, seberealizaci či samostatnost podnikajícího, což lze vidět níže v tabulce.

Věková skupina	Celkem podnikajících FO	Bezúhonnost	Svéprávnost	Odborná nebo jiná způsobilost	Samostatnost	Cílevědomost	Živnostenský list	Motivace	Nevím / nezodpovězeno
18-25 let	17	7	7	5	2	4	2	3	6
26-32 let	16	5	3	3	0	1	1	2	10
33-40 let	17	6	6	3	4	1	3	2	8
Celkem	50	18	16	11	6	6	6	7	24

Tabulka 5: Předpoklady k podnikání dle podnikajících FO

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

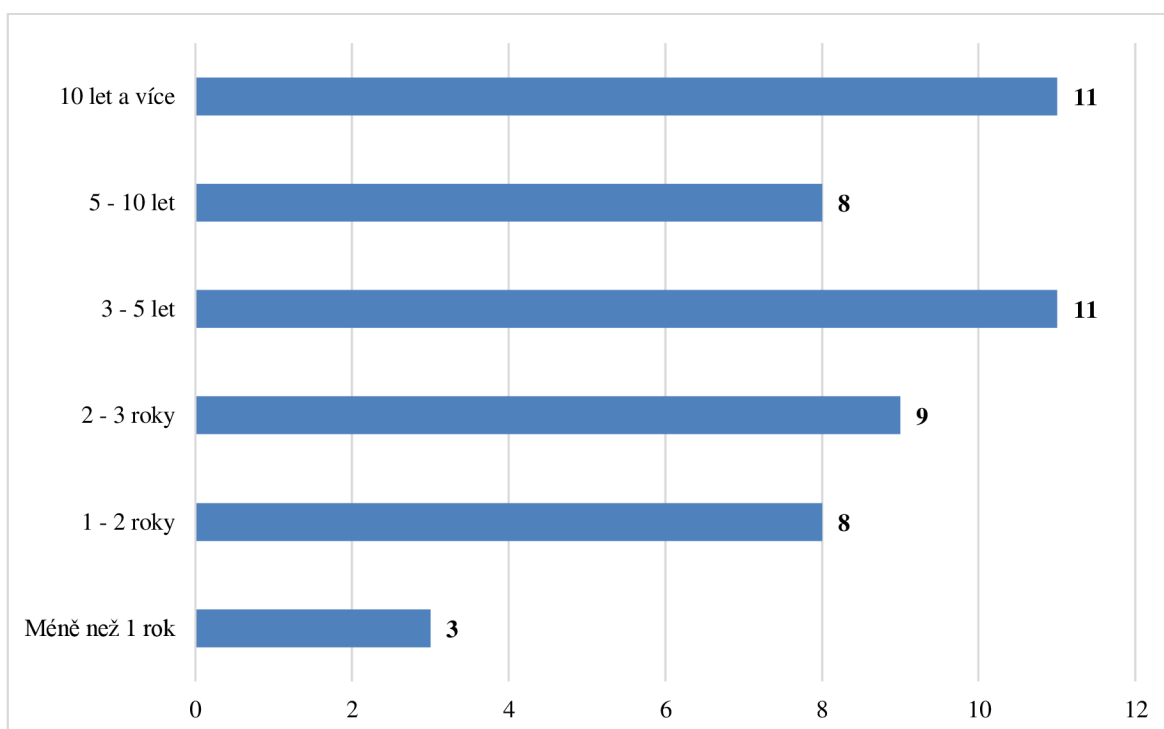
Ve výše uvedené kontingenční tabulce jsou zanalyzovány odpovědi jednotlivých respondentů, kteří jsou rozděleni dle věkových skupin pro přehlednější vizualizaci. Ti, kteří odpověděli na otázku, 26 respondentů (52 %), vnímají předpoklady, právě z pohledu všeobecných podmínek k provozování živností – bezúhonnost, svéprávnost a způsobilost k právním úkonům. Dále tito podnikající FO vnímají předpoklady z hlediska pohledu zvláštních podmínek provozování živnosti – odborná nebo jiná způsobilost, což jsou ty nejdůležitější základní předpoklady k zahájení podnikatelské činnosti.

Analýza otázek dotazníkového šetření u podnikatelů do 40 let

Po analýze výzkumných otázek autorka diplomové práce charakterizuje několik otázek, vyplývajících z dotazníkového šetření určeného pro podnikající FO. Výsledky, které vyplynuly z odpovědí budou zanalyzovány, popsány a v některých případech i graficky znázorněny.

Otázka 1: Jak dlouho podnikáte?

Oslovení podnikatelé měli v dotazníkovém šetření rozdělenou délku podnikání do šesti skupin. Nejčetněji se vyskytovala odpověď týkající se délky podnikání 3-5 let a 10 let a více, kdy u obou skupin odpovědělo 11 podnikatelů (22 %). Celkem 9 podnikatelů (18 %) podniká po dobu v rozmezí 2-3 let a u skupin 1-2 roky a 5-10 let odpověděl stejný počet podnikatelů, konkrétně 8 (16 %). Nejméně početnou skupinou z hlediska délky podnikání byli 3 podnikatelé (6 %), kteří podnikají méně než 1 rok a svoji podnikatelskou činnost zahájili v době pandemie Covid-19.



Graf 9: Délka podnikání u podnikatelů do 40 let
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Otázka 2: Je podnikání Vaším hlavním příjmem?

Z analýzy odpovědí na výše specifikovanou otázku odpovědělo 40 podnikatelů (80 %), že podnikání je jejich hlavním příjmem a pro zbylých 10 podnikatelů (20 %) není podnikání hlavním předmětem příjmů. Těchto 10 podnikatelů jsou čtyři muži a šest žen. Z těchto šesti podnikatelek pracují čtyři jako lektorky čili spadají do skupiny P – ostatní vzdělávání dle CZ-NACE. Další podnikatelé, kteří nemají podnikání jako hlavní příjem spadají do oborů: S – ostatní činnosti a J – informační a komunikační činnosti. Tito podnikatelé mají podnikání převážně jako brigádu a menší přivýdělek při studiu na vysoké škole a spadají do věkové skupiny 18–25 let.

Otázka 3: Proč jste se rozhodl/a podnikat?

Odpovědi od podnikatelů na tuto otázku se převážně týkaly financí a časové flexibility. Z hlediska financí byly odpovědi následovné: nedostatek financí v zaměstnání, touha vydělávat si pouze sám na sebe a zvýšit si finanční příjem či ekonomická nezávislost. Podnikatelé si uvědomují to, že pokud podnikají samostatně, jako podnikající FO, tak je možné si přizpůsobit čas dle vlastních priorit a mít svobodu v tom, co dělají.

Vyskytovalo se mnoho odpovědí, ze kterých lze poznat, že podnikatelé velmi často začali podnikat až tehdy, kdy byli nespokojeni ve svém zaměstnání a někteří neunesli autoritu nadřízených. Další odpovědi, které se vyskytovaly jsou: svoboda, možnost více se věnovat rodině, převzít život do vlastních rukou, pokračování v rodinné firmě, vnímání „díry“ na trhu v daném oboru, soběstačnost nebo propagace vlastní práce.

Otázka 4 a 5: Ovlivnil/a Vás nějaká známá osobnost k tomu, začít s podnikáním?

Kdo Vás konkrétně ovlivnil v tom, začít podnikat?

Těmito dvěma otázkami se chtěla autorka dozvědět, zda někteří podnikatelé pouze nepřebírají rodinné firmy, ale zda se zajímají o startupy, zahraniční podnikatelské nápady či jestli někteří podnikatelé nezkouší prorazit na trhu s něčím novým a neotřelým.

Z celého vzorku 50 podnikatelů pouze 11 (22 %) bylo ovlivněno nějakou známou osobností. Zbylých 39 podnikatelů (78 %) nebylo ovlivněno žádnou ze známých osobností ani rodinou. Z 11 podnikatelů ovlivnila šest podnikatelů rodina, příbuzní

či známí – otec, manžel, kamarád, maminka. Zbylí čtyři podnikatelé uvedli tyto známé osobnosti: Robert Toru Kiyosaki, Napoleon Hill a Candice Wyatt Minter.

Robert Toru Kiyosaki je autorem knih, které se týkají financí, stolní hry Cashflow a také je to americký podnikatel. Kiyosaki se řídí mottem: „*Nepracujte pro peníze, nechte peníze, ať pracují pro Vás.*“. Tuto osobnost uvedli dva podnikatelé, kteří si od něj četli knížky a inspiroval je k začátkům podnikatelské činnosti.

Napoleon Hill je americký spisovatel, který se věnoval ve svých knihách osobnímu úspěchu. Tohoto spisovatele uvedl v dotazníkovém šetření muž, řadící se do věkové skupiny 18-25 let, který podniká v obchodu a prodeji. Díky jeho knihám se podnikatel naučil pracovat sám se sebou a dokázat přijímat kritiku i úspěchy v podnikání.

Candice Wyatt-Minter je kadeřnice, která se věnuje vzdělávání, spolupracuje s magazíny a pracuje také ve filmovém průmyslu. Tato žena ovlivnila i jednu z oslovených žen, která podnikání v kadeřnictví a tato osobnost jí je vzorem.

Autorce se velice líbily osobnosti, které někteří podnikatelé mají za své vzory, a dokonce si vypůjčila stolní hru Cashflow od Roberta Kiyosakiho, která učí hráče nakládat s financemi, jak investovat do nemovitostí či více porozumět ekonomice.

Otázka 6: Máte zaměstnance?

Z výzkumného vzorku 50 podnikatelů, odpovědělo 15 (30 %), že zaměstnávají zaměstnance a 35 podnikatelů (70 %) podniká samostatně bez zaměstnanců. Podnikatelé, kteří odpověděli, že mají zaměstnance jsou v poměru ženy, muži 5:10. Dle kategorií ekonomických činností CZ-NACE se jedná o podnikatele, kteří jsou z oborů: G, I, J, K, P a Q. Nejvíce se jedná o obor I – ubytování, stravování a pohostinství (6 podnikatelů). Dále se jedná o kategorii G – velkoobchod a maloobchod, kdy mají 2 podnikatelé zaměstnance. Ostatní kategorie jsou zastoupeny po jednotlivých podnikatelích. V tabulce č. 6 lze vidět klasifikaci ekonomických činností (CZ-NACE), která je zpracována dle ČSÚ.

CZ – NACE	
A	Zemědělství, lesnictví, rybářství
B	Těžba a dobývání
C	Zpracovatelský průmysl
D	Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizace vzduchu
E	Zásobování vodou; činnosti související s odpady a sanacemi
F	Stavebnictví
G	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
H	Doprava a skladování
I	Ubytování, stravování a pohostinství
J	Informační a komunikační činnosti
K	Peněžnictví a pojišťovnictví
L	Činnosti v oblasti nemovitostí
M	Profesní, vědecké a technické činnosti
N	Administrativní a podpůrné činnosti
O	Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
P	Vzdělávání
Q	Zdravotní a sociální péče
R	Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
S	Ostatní činnosti
T	Činnosti domácnosti
U	Činnosti exteritoriálních organizací a orgánů

Tabulka 6: Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)

zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

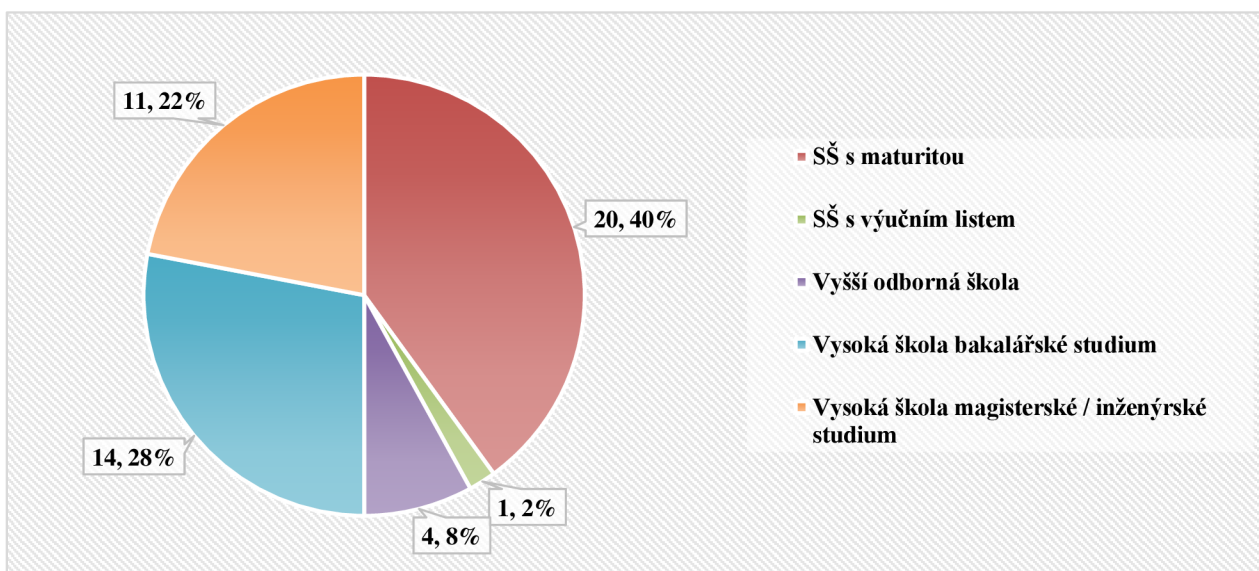
Otázka 7: Změnil/a jste v průběhu podnikání obor?

Z výzkumného vzorku, který autorka diplomové práce oslovila, odpovědělo 37 podnikatelů (74 %), že za dobu svého podnikání nezměnilo obor svého podnikání. Zatímco 13 podnikatelů (26 %) odpovědělo, že obor podnikání změnilo. Těchto 13 podnikatelů jsou lidé ve věkové skupině 33-40 let a zároveň podnikají déle než 3 roky, dle analýzy dotazníkového šetření. Jedná se o pět žen a osm mužů, kdy každý z nich podnikání úplně v jiném oboru dle CZ-NACE.

Otázka 8: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Protože autorka porovnává studenty 3. a 4. ročníků SŠ a podnikatele do 40 let, bylo pro ni důležité zjistit, jaké nejvyšší dosažené vzdělání má výzkumný vzorek podnikatelů. Právě proto autorka rozdělila vzdělání od základního až po magisterské studium na vysoké škole.

Nejvíce zastoupené vzdělání, konkrétně 20 podnikatelů (40 %), jsou podnikatelé, kteří dokončili SŠ s maturitou. Dále 14 podnikatelů (28 %) dokončilo bakalářské studium na vysoké škole, 11 podnikatelů (22 %) jsou podnikatelé, kteří vystudovali magisterské / inženýrské studium a 4 podnikatelé (8 %) pokračovali po SŠ ve studiu na vyšší odborné škole. Nejméně zastoupené dosažené vzdělání je SŠ s výučním listem, kdy takto odpověděl pouze jeden podnikatel, konkrétně muž, který podniká jako automechanik, ve věkové skupině 26-32 let.



Graf 10: Nejvyšší dosažené vzdělání podnikatelů do 40 let
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Otázka 9: Bylo Vaše studium na SŠ všeobecné či jednostranně zaměřené?

Otázka 10: Pokud bylo Vaše studium na SŠ jednostranně zaměřené, jaký obor jste studoval/a?

Otázka 11: Souvisí Vaše studium na SŠ s tím, v čem právě podnikáte?

Tyto tři otázky autorka spojila do jednoho celku, protože spolu úzce souvisí a je důležité je charakterizovat a analyzovat společně. Cílem této otázky bylo zjistit v jakém poměru jsou podnikatelé, kteří studovali na SŠ s všeobecným zaměřením oproti podnikatelům, kteří měli zaměření na SŠ jednostranné. Z dotazníkového šetření

vyplývaly výsledky, které autorku mile překvapily. Celkem 32 podnikatelů (64 %) jsou podnikatelé, kteří studovali na SŠ s jednostranným zaměřením a 18 podnikatelů (36 %) studovalo střední školu s všeobecným zaměřením, konkrétně gymnázia. Podnikatelé v odpovědích charakterizovali, že studovali gymnázium, tudíž mají všeobecné vzdělání. Z hlediska toho, že autorka v druhém dotazníkovém šetření, které se věnovalo studentům 3. a 4. ročníků SŠ oslovila gymnázia, konkrétně 110 studentů z 328 studentů, lze konstatovat, že je tento vzorek adekvátní k osloveným podnikatelům. Podnikatelé se všeobecným zaměřením představují větší než 1/3 celkového vzorku 50 podnikatelů, a to stejné je možné říci o studentech gymnázií, kteří představují také více než 1/3 z celkového vzorku 328 studentů.

Podnikatelé, kteří absolvovali jednostranně zaměřené studium na SŠ měli následně v dotazníku odpovědět, jaký obor studovali. Zde se vyskytovaly nejčastěji obory – IT, ekonomické lyceum či obchodní akademie. Další obory, které podnikatelé vystudovali jsou: bezpečnostně právní činnost, telekomunikace, textilní výtvarnictví, konzervatoř, automechanik, slaboproudá technika, hotelnictví a gastronomie, architektura a stavitelství, kadeřnice, myslivecké hospodářství a pozemní stavby. Všechny tyto obory jsou od sebe vzájemně velmi odlišné. Z analýzy může autorka diplomové práce konstatovat, že méně než 1/4 podnikatelů, kteří měli jednostranné zaměření na SŠ se následně věnují stejnému oboru jako který studovali na střední škole.

Zaměření	Počet mužů	Počet žen	Absolutní četnost	Relativní četnost
Všeobecné	13	5	18	36 %
Jednostranné	18	14	32	64 %
Celkem	31	19	50	100 %

Tabulka 7: Zaměření studia zkoumaného vzorku
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Otázka 12: Ovlivnil Vaše podnikání Covid-19? Jak?

Odpověď na tuto otázku je možné pojmout ve dvou sférách, a to pozitivní ovlivnění pandemickou situací či negativní ovlivnění podnikatelů. Pro 18 podnikatelů (36 %) měla pandemická situace negativní dopad na jejich podnikání a podnikatelé uvedli i konkrétní příklady negativních dopadů. Mezi konkrétní negativní dopady uváděli podnikatelé: méně zákazníků, prudký pokles počtu akcí s cateringem, zákaz sportu či strach lidí z pozvání si někoho domů. Všechny tyto dopady ovlivnily konkrétní

podnikatele k nemožnosti provozovat svoji podnikatelskou činnost. Bohužel pandemická situace ovlivnila převážně ty podnikatele, kteří musejí interagovat osobně se zákazníky nebo nabízet zákazníkům produkty či zboží (gastronomie).

Skoro ½ podnikatelů na danou otázku odpověděla pouze „ne“, tudíž Covid-19 jejich podnikání žádným způsobem neovlivnil. Takto odpovědělo 24 podnikatelů (48 %) z celkového počtu 50 subjektů.

Zbýlých 8 podnikatelů (16 %) odpovědělo, že je pandemická situace ovlivnila, ale v pozitivním duchu. Pozitivní dopady byly pro některé podnikatele hlavně z hlediska zvýšení prodeje produktů přes e-shopy či zvýšení orientace v investování. Mezi další pozitivní dopady, které měl Covid-19 na podnikatele jsou: větší objem práce, otevření nové pobočky z důvodu většího množství času a práce s časovou flexibilitou a financemi.

Otázka 13: Absolvoval/a jste nějaký kurz před či v průběhu podnikání, který souvisí s Vaší podnikatelskou činností? Případně jaký kurz jste absolvoval/a?

Autorka touto otázkou chtěla zjistit, zda podnikatelé v dnešní době absolvují kurzy, které jim pomáhají v jejich podnikatelské činnosti či se sami vzdělávají. Po analýze jsou výsledky skoro rovnocenné. I když převažuje odpověď ne, tak rozdílem pouze jednoho podnikatele, který rozhodl, že převažuje negativní odpověď. Celkem 27 podnikatelů (54 %) neabsolvovalo žádný kurz, který souvisí s danou podnikatelskou činností a naopak 23 podnikatelů (46 %) určitý kurz absolvovalo.

Obory a odvětví podnikatelů jsou rozdílné, tudíž i kurzy, které podnikatelé absolvovali se liší. Mezi častými odpověďmi se vyskytovaly: manažerské kurzy, kurz time-managementu, koučingy s Marianem Jelínkem, kurz osobnostního a podnikatelského růstu či kurz finanční gramotnosti. Jako další kurzy, které podnikatelé uváděli jsou: kurz svatební fotografie a úpravy v Lightroomu, kurz účetnictví a transferové ceny, dýmkařský a sommeliérský kurz, barmanský kurz, kurz u Zdeňka Pohlreicha nebo kurz obchodních a prezentačních dovedností.

Pro autorku diplomové práce, která by chtěla jednou také začít podnikat jsou některé kurzy velmi přínosné. Z hlediska výzkumného vzorku podnikatelů, který byl osloven jsou výsledky velmi obstojné. Z odpovědí vychází, že skoro každý druhý podnikatel absolvoval před či v průběhu své podnikatelské činnosti nějaký kurz, který souvisí s jejich podnikatelskou činností.

Každý člověk by se měl neustále vzdělávat a obohacovat si vědomosti a zlepšovat své dovednosti. Pokud by podnikatelé věnovali více času sebereflexi a osobnostnímu či profesnímu růstu, tak by mnoho odvětví získalo výborné podnikatele, kteří by dokázali konkurovat i menším či středním podnikům.

5.3.3 Průnik výsledků obou zkoumaných vzorků z dotazníkových šetření

Následující kapitola analyzuje oba výzkumné vzorky společně a identifikuje průniky odpovědí z dotazníkových šetření a vzájemně je porovnává. V první části kapitoly jsou zkoumány dvě výzkumné otázky, které se zabývají důležitostí ekonomického přehledu z hlediska studentů 3. a 4. ročníků SŠ i podnikatelů a co osobně motivovalo podnikatele, k zahájení podnikání a jakou motivaci mají studenti k tomu, aby začali s podnikáním.

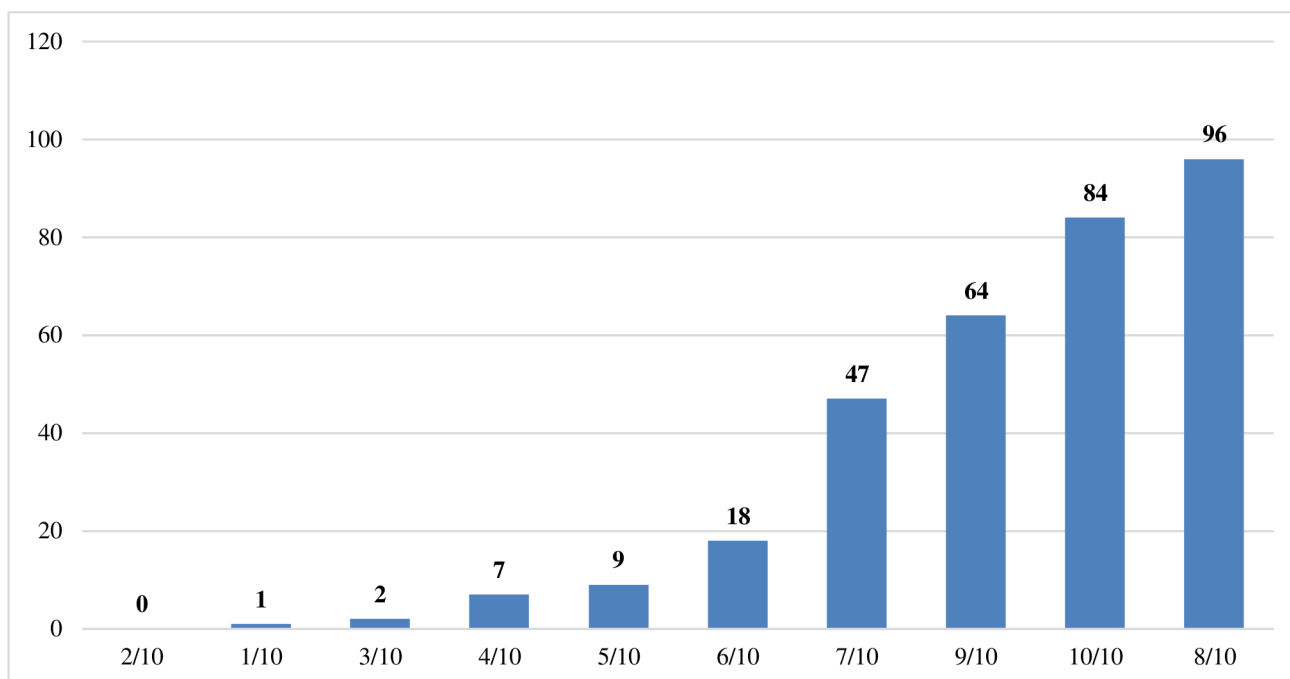
Po analýze výzkumných otázek bude pro každý výzkumný vzorek charakterizována jedna otázka z dotazníkových průzkumů, související s obory podnikání (CZ-NACE).

Výzkumná otázka 5) Je ekonomický přehled důležitý pro podnikající FO a jaké stanovisko k tomu přehledu zaujímají studenti 3. a 4. ročníků SŠ?

V souvislosti s podnikáním jak studenti, tak podnikatelé zmiňují ekonomické faktory, které jsou proměnlivé a mají tak zásadní vliv na úspěch. Jedna z odpovědí, která se na důvod potřeby ekonomického přehledu objevila, je trochu nadčasová, a přesto v sobě skrývá podněty k zamyšlení. Ekonomický přehled je celoživotním předmětem, ve kterém se každý v průběhu života vzdělává. Tato odpověď zejména potvrzuje potřebu zařazovat předmět ekonomie v určité podobě do vzdělávání na každý typ střední školy a posílit tak nejen finanční gramotnost, kterou sami respondenti považují za důležitou, ale také jako vstupní bránu do světa ekonomie, která nás obklopuje na každém kroku, aniž bychom si to třeba uvědomovali.

Obě skupiny respondentů se při dotazu na důležitost ekonomického přehledu shodují, že v určitém rozsahu je ekonomický přehled potřebný, dokonce až nutný.

U studentů byl ekonomický přehled rozdělen na škále od 1–10, kdy číslo 1 představuje, že ekonomický přehled není důležitý a váha 10 je opakem, tudíž nejvíce důležitý. Následně byl ekonomický přehled graficky znázorněn z pohledu studentů a seřazen dle důležitosti podle počtu četností. Největší četnost byla u čísla 8, kdy takto odpovědělo 96 studentů (29,3 %). Druhou nejčetnější váhou ekonomické důležitosti byla váha 10 (84 studentů - 25,6 %).

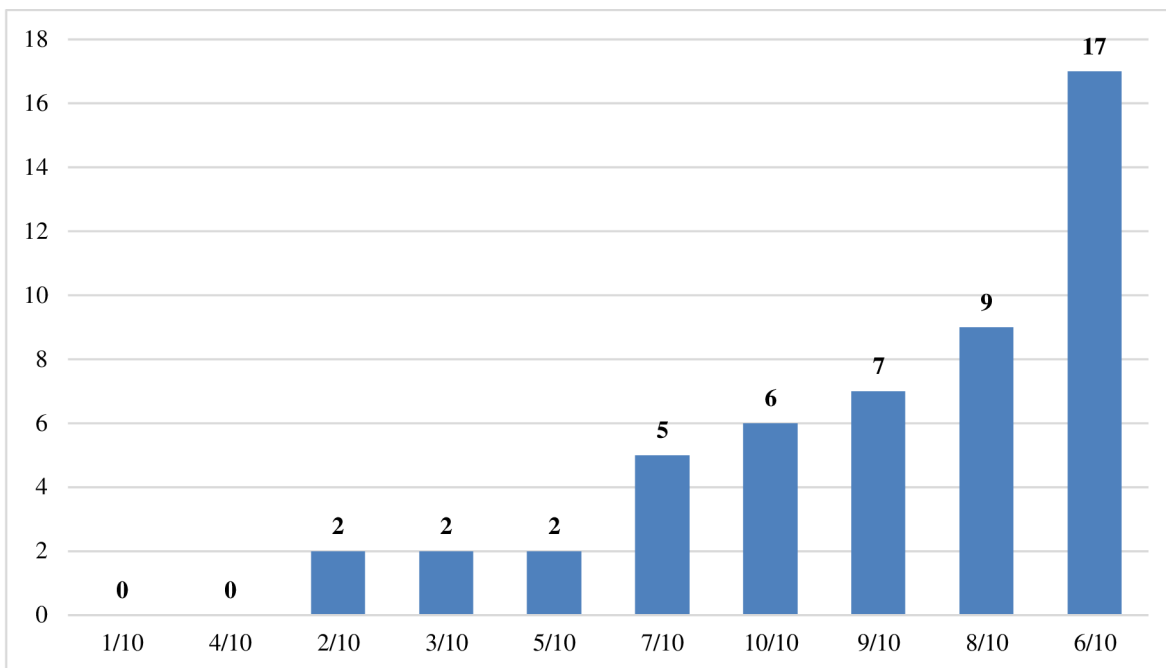


Graf 11: Důležitost ekonomického přehledu dle studentů

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

U podnikatelů byla otázka v dotazníkovém šetření týkající se ekonomického přehledu, také rozdělena z hlediska škálovatelnosti v intervalu 1-10 (graf č. 12).

Z celkového počtu 50 podnikajících FO nejvíce lidí zvolilo váhu ekonomické důležitosti 6/10, a to 17 podnikatelů (34 %) a 9 podnikatelů (18 %) zařadilo váhu 8/10 na druhé místo z intervalu 1-10.



Graf 12: Důležitost ekonomického přehledu dle podnikajících FO

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Pro přehlednost a celkové shrnutí výzkumné otázky autorka vytvořila tabulku, kde jsou analyzovány oba výzkumné vzorky dle důležitosti ekonomického přehledu za pomoci absolutních a relativních četností. Studenti považují ekonomický přehled více důležitý než podnikatelé. Studenti nejvíce volili odpověď s váhou 8 a podnikající FO nejčastěji odpověď s váhou 6. Dle autorčina mínění může být rozdíl výsledků zapříčiněn tím, že studentům je na SŠ vštěpován pocit toho, že bez ekonomiky se v dnešním světě neobejdou. Ekonomické znalosti berou studenti do hloubky, ale pouze z teoretického hlediska. Naopak podnikající FO se v podnikatelském praktickém světě podnikání pohybují, a není pro ně ekonomický přehled tak důležitý, proto nejvíce vzorků vybralo váhu 6/10.

Podnikající FO si uvědomují, že velkou část účetnictví, práci s financemi a jiné ekonomické části podnikání mohou delegovat třeba na vlastní účetní, bankovního poradce a jiné.

Váha	Absolutní četnost		Relativní četnost	
	Studenti	Podnikající FO	Studenti	Podnikající FO
10/10	84	6	26 %	12 %
9/10	64	7	20 %	14 %
8/10	96	9	29 %	18 %
7/10	47	5	14 %	10 %
6/10	18	17	5 %	34 %
5/10	9	2	3 %	4 %
4/10	7	0	2 %	0 %
3/10	2	2	1 %	4 %
2/10	0	2	0 %	4 %
1/10	1	0	0 %	0 %
Celkem	328	50	100 %	100 %

Tabulka 8: Četnosti obou výzkumných vzorků z hlediska důležitosti ekonomického přehledu
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Výzkumná otázka 6) Jaká osobní motivace vedla podnikatele k tomu, aby začali podnikat? Jakou motivaci mají studenti středních škol k tomu, aby se rozhodli zahájit vlastní podnikání?

Podnikající FO uváděli mnoho psychologických faktorů, které každého jednotlivce individuálně ovlivnily. Autorka diplomové práce z odpovědí dotazníkového šetření určeného pro podnikatele do 40 let vytvořila kontingenční tabulku, kde jsou zanalyzovány odpovědi z hlediska četností. Odpovědi jsou rozděleny ještě z hlediska dosaženého vzdělání jednotlivých podnikatelů. Střední školu s maturitou dokončilo 20 podnikatelů, bakalářské studium 14 podnikajících FO, magisterské / inženýrské studium má vystudováno 11 podnikatelů, 4 podnikatelé mají nejvyšší dosažené vzdělání z vyšší odborné školy a jeden podnikatele má SŠ s výučním listem. Konkrétní osobní motivátory pro podnikatele k zahájení podnikání jsou: být cílevědomý, ekonomická a časová flexibilita, zlepšení osobní organizovanosti, zlepšení vlastní kreativity a zlepšení komunikativních dovedností.

Dosažené vzdělání	Počet podnikajících FO	Cílevědomost	Flexibilita	Organizovanost	Kreativita	Komunikativnost
Střední škola s maturitou	20	5	4	6	2	4
Střední škola s výučním listem	1	1	0	0	0	0
Vysoká škola bakalářské studium	14	7	5	2	3	2
Vysoká škola magisterské studium	11	2	4	3	5	2
Vyšší odborná škola	4	2	0	0	0	0
Celkem	50	17	13	11	10	8

Tabulka 9: Motivátory podnikatelů k zahájení podnikání

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Z analýzy výzkumného vzorku 1 (studenti 3. a 4. ročníků SŠ), 160 (48,8 %) studentů uvažuje po SŠ začít podnikat. Jakou motivaci mají studenti SŠ k tomu, aby se rozhodli zahájit vlastní podnikání zjistila autorka diplomové práce z osobní diskuse se studenty. Ze 160 studentů, kteří nad potencionálním podnikáním uvažují každý uvedl dva motivátory. Nejčastěji se vyskytovalo těchto pět motivátorů: nezávislost, samostatnost, seberealizace, možnost většího výdělku, kreativita.

Nezávislost studenti uváděli z důvodů, že je to pro ně posunutí se v dalším životě. Samostatnost, je pro mnohé studenty vzdálené slovo, a právě proto by se chtěli rozvíjet a osamostatnit od různých faktorů. Seberealizaci uváděli studenti nejčastěji, protože se chtějí rozvíjet v tom, co je baví a nechtějí být omezováni. Jako další motivaci považují finanční stránku podnikání, kdy odpovídali, že pokud by začali podnikat jako FO, tak veškeré finance se budou odrážet pouze od jejich práce a tím sami sebe mohou více motivovat k odvádění vlastních činností. Posledním faktorem, který studenty motivuje k zahájení vlastního podnikání je kreativita, která se odráží od: vymyšlení vlastní značky či produktu nebo rozvoji osobnostních dovedností.

Typ SŠ	Počet odpovídajících studentů	Nezávislost	Samostatnost	Seberealizace	Kreativita	Finance
Obchodní akademie	78	24	18	37	17	9
Gymnázium	61	19	1	20	9	18
SŠ stavební	8	2	6	5	2	3
SŠ průmyslová stavební	13	3	2	7	4	3
Celkem	160	48	27	69	32	33

Tabulka 10: Motivátory studentů 3. a 4. ročníků k zahájení podnikání
zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Z odpovědí, které autorka získala od podnikatelů je zjevné, že důvod pro vstup do podnikání byl s jasným cílem: rozvoj vlastní osobnosti, časová flexibilita či kreativita. Stejně důvody mají rovněž i dotazovaní studenti, přestože například jejich situace, zejména ta finanční, je velmi odlišná. Studenti mají ve většině případů mnohem méně osobních podnětů pro započítí podnikání. Důvod je i výrazná změna prostředí, které jim nabízí zaměstnanecký poměr. Zaměstnavatelé nabízí širokou škálu benefitů, které kompenzují výhody, které má člověk zafixované s podnikatelskou činností

Analýza oborů podnikání

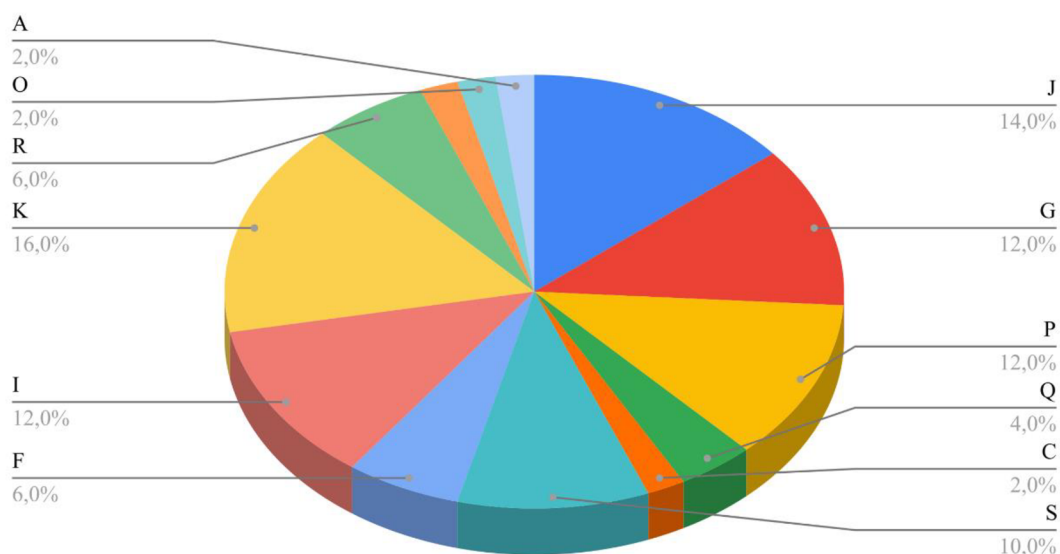
Při pohledu na níže uvedené grafy převažujícího oboru u podnikatelů a odhady studentů, ve kterém oboru je nejvýhodnější podnikat, si můžeme povšimnout obdobných převažujících odvětví.

Otázka pro podnikatele: Jaký je převažující obor Vašeho podnikání? (dle ČSÚ)

Otázka pro studenty: V jakém oboru si myslíte, že je dobré začít podnikat v České republice?

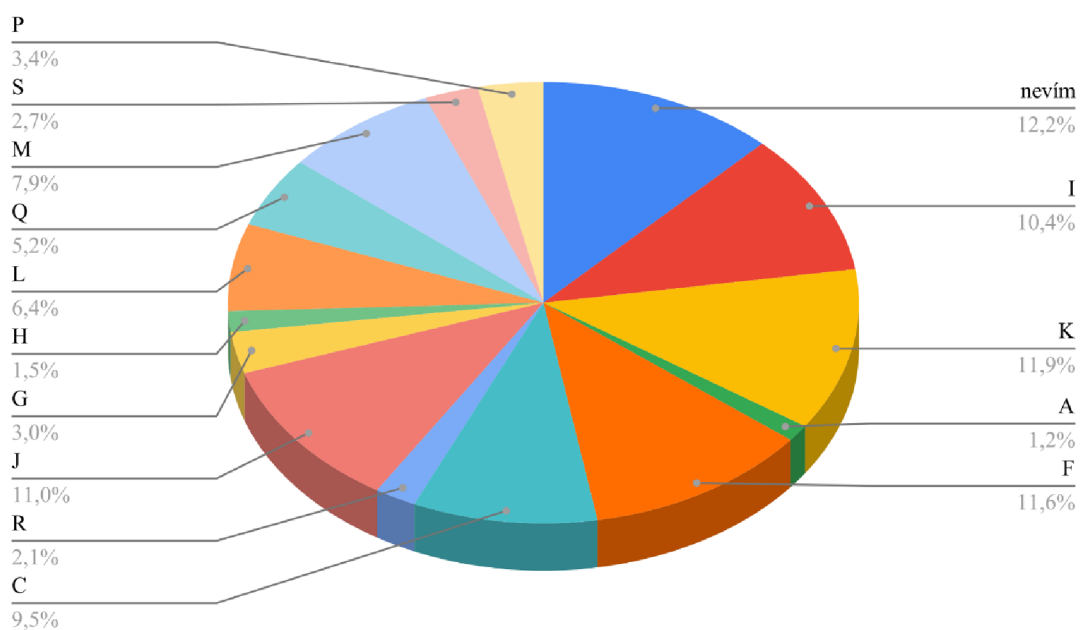
Ve vzorku podnikatelů vidíme největší zastoupení v kategoriích týkající se financí, informačních technologií a gastronomii dle CZ-NACE (Tabulka 6).

Studenti se ve svých názorech s tímto vzorkem téměř ztotožňují. Sílu vidí ve financích a informačních technologiích, ale ovlivnění současnou dobou vidí velký potenciál ve stavebnictví a řemeslných pracích, které spadají do kategorií C. Vzorek studentů je do jisté míry ovlivněn samotným oborem vzdělávání, ale přesto podobnost grafů autorka nepovažuje za náhodnou.



Graf 13: Obory podnikatelů do 40 let dle ČSÚ

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření



Graf 14: Nejsilnější kategorie dle NACE z pohledu studentů

zdroj: vlastní zpracování dotazníkového šetření

Z dotazníkových šetření vyplynuly závěry, které autorka vyhodnotí v následujících kapitolách, které shrnují výsledky respondentů s následným závěrem a doporučením.

Velké poděkování patří všem respondentům, ať už podnikatelům, tak i všem studentům a učitelům na SŠ, kteří věnovali kousek svého času v hodinách, kdy mohly být vyplněny dotazníky a byla možná následná diskuse se studenty.

6 Shrnutí výsledků

Dotazníkového šetření se celkově zúčastnilo za obě skupiny 378 osob (328 studentů a 50 podnikajících FO), převážně z Královehradeckého kraje. Se skupinou podnikatelů bylo šetření prováděno na dálku online, zatímco se skupinou studentů autorka absolvovala šetření napřímo s následnou diskusí, díky které získala často přesnější odpovědi než skrze vyplňované otázky v dotaznících.

S odhlédnutím od demografické odchylky, které dotazníkové šetření obsahuje, jsou vzorky obou skupin relevantní pro posouzení a vyvození výsledků. V krajích a okresech, kde výzkum probíhal lze být k posuzování výstupu otázek kritičtější, pro jiné kraje mohou být výstupy použité s určitou rezervou s přihlédnutím na konkrétní region a samotný trh podnikání.

I přes zdánlivě menší množství skupinu podnikajících FO, kteří se účastnili dotazníkového šetření, se zejména díky pestrosti, co se oborů podnikání týče, se autorce povedl ideálně reprezentativní vzorek.

Shrnutí výzkumné otázky 1: Dle autorčina názoru, z dosažených výsledků dotazníkového šetření a z hlediska osobního setkání, si studenti neuvědomují všechny možné nástrahy a překážky, které stojí a jsou nutné k tomu, aby podnikání úspěšně fungovalo. Studenti, kteří se s předmětem seznámili hodnotí předmět jako podnětný pro potencionální podnikání, ale pouze ve zvládnání teoretických činností nikoliv využívání praktických dovedností a zkušeností. Studenti se například nemohou připravit na kontroly z finančního úřadu (FÚ), české obchodní inspekce (ČOI) či z živnostenského úřadu. Studenti teoreticky ví, že pokud se rozhodnou pro podnikání jako FO, musí navštívit živnostenský úřad a zažádat o živnostenský list, ale tuto zkušenost na úřadě už studenti neabsolvují.

Shrnutí výzkumné otázky 2: Studenty 3. a 4. ročníků SŠ ovlivňuje mnoho psychologických i ekonomických faktorů, které jim brání a odrazují je od světa podnikání. Mezi faktory, které je ovlivňují nejvíce se řadí: nedostatek financí, konkurence, zadlužení, zodpovědnost, psychická nestabilita, nízký věk či strach z neúspěchu.

Shrnutí výzkumné otázky 3: Při detailním zkoumání faktorů motivující podnikatele, lze určit zásadní a nejčtenější motivátory, kterými jsou: samostatnost, seberealizace, cílevědomost, časová flexibilita a nezávislost.

Shrnutí výzkumné otázky 4: Popis základních předpokladů k podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. byly pro podnikatele velmi náročnou otázkou, na kterou nedokázalo 24 podnikajících FO (48 %) odpovědět. Ti, kteří odpověděli na otázku, 26 respondentů (52 %), vnímají jako základní předpoklady k podnikání: splnění všeobecných podmínek k provozování živností – bezúhonnost, svéprávnost a způsobilost k právním úkonům a splnění zvláštních podmínek provozování živnosti – odborná nebo jiná způsobilost, což jsou ty nejdůležitější základní předpoklady k zahájení podnikatelské činnosti.

Shrnutí výzkumné otázky 5: Studenti považují ekonomický přehled důležitější než podnikající FO. Studenti nejvíce volili odpověď s váhou 8 a podnikající FO nejčastěji odpověď s váhou 6. Dle autorčina mínění může být rozdíl výsledků zapříčiněn tím, že studentům je na SŠ vštěpován pocit toho, že bez ekonomiky se v dnešním světě neobejdou. Ekonomické znalosti berou studenti do hloubky, ale pouze z teoretického hlediska. Naopak podnikající FO se v podnikatelském praktickém světě podnikání pohybují, a není pro ně ekonomický přehled tak důležitý. Podnikající FO si uvědomují, že velkou část účetnictví, práci s financemi a jiné ekonomické části podnikání mohou delegovat třeba na vlastní účetní, bankovního poradce a jiné.

Shrnutí výzkumné otázky 6: Z odpovědí, které autorka získala od podnikatelů je zjevné, že důvod pro vstup do podnikání byl s jasným cílem: rozvoj vlastní osobnosti, časová flexibilita či kreativita. Stejně důvody mají rovněž i dotazovaní studenti, přestože například jejich situace, zejména ta finanční, je velmi odlišná. Studenti mají ve většině případů mnohem méně osobních podnětů pro započítí podnikání. Důvod je i výrazná změna prostředí, které jim nabízí zaměstnanecký poměr. Zaměstnavatelé nabízí širokou škálu benefitů, které kompenzují výhody, které má člověk zafixované s podnikatelskou činností

7 Závěry a doporučení

Diplomová práce se zabývala problematikou identifikace a analýzy faktorů ovlivňující osobu k podnikatelské činnosti. Podnikatelská činnost není v naší zemi nic nedosažitelného a začít může prakticky každý. Různí se ovšem důvody, proč lidé s podnikatelskou činností začínají. Pro identifikaci a analýzu faktorů bylo využito dotazníkového šetření, kterého se účastnili dvě kategorie respondentů – studenti 3. a 4. ročníků středních škol (328 respondentů) a současní podnikající FO do 40 let (50 respondentů). Z důvodu odlišných zkušeností a přesvědčení obou skupin mohla autorka lépe porozumět faktorům, které vstup do podnikatelské činnosti podněcují.

Z pohledu podnikatelů se ukazuje, že pro začátek podnikání není rozhodující faktor předchozího studia, respektive jeho zaměření. Vstup do samotného podnikání je často vyvolán vnitřním rozpoložením, a tedy psychologickými faktory. Relativně častými důvody pro počátek podnikání je zejména nespokojenost s poměry, které dotazované osoby zažívali v pozici zaměstnance, případně potřeba větší flexibility práce nutný například se skloubením s časem věnovaný rodině. Nicméně některé obory podnikání, jako jsou například kadeřnictví, kosmetika a podobné, jsou přívětivější pro vstup do podnikání ve smyslu, že fungování v tomto odvětví přináší zjednodušení práce. Dalším faktorem pro podnikání je na pomezí psychologických a ekonomických faktorů. Příkladem jsou i respondenti, kteří provozují podnikání ve volném čase při hlavním pracovním poměru a využívají ji tak ke zlepšení vlastní finanční situace.

Studenti jsou oproti skupině podnikatelů motivováni k podnikání zejména pocitem větší svobody, možností spravovat si vlastní čas a v neposlední řadě vidinu nabytí velkého majetku v ideálně krátkém čase. Nejčastěji studenti uváděli jako důvod pro vstup do podnikání odhalení zásadní a možná i přehlížené díry na trhu, kterou by chtěli zaplnit případně objevit úplně nový trh. Většina z nich však necítí potřebu a chuť podnikat již po střední škole a raději chtějí počkat na zkušenosti, které jim přinese vysoká škola a následně po jejím absolvování se rozhodnout, kam se posunout.

Ohledně faktoru ekonomického přehledu, který ovlivňuje vstup do podnikání se obě dotazované skupiny včetně autorky shodují, že bez alespoň základních znalostí ekonomického přehledu je vstup a samotné setrvání v podnikání velmi náročné i bez ohledu na další faktory, které v průběhu podnikání mohou nastat.

Nejbližším a nejnázornějším příkladem faktoru, který nelze v podnikání předpokládat jsou omezení související s COVID-19. S omezeními, se kterými se podnikatelé setkali souvisí flexibilita a schopnost adaptovat se na vnější vlivy, kterou vidí podnikatelé i studenti za jedny z nejdůležitějších charakterových vlastností dobrého podnikatele. Mimo odbornou znalost v daném odvětví a schopnost zhodnocení situace na trhu pro samotný vstup případně pokračování v podnikání vidí podnikatelé běžný selský rozum a trpělivost jako zásadní vlastnosti podnikatele. Případný nedostatek těchto vlastností u sebe vidí jako největší slabinu. Uváděné charakterové vlastnosti nepřímo a částečně ovlivňují samotný vstup do podnikatelské činnosti, přesto je nelze ignorovat.

Mimo faktory již zmíněné, jsou studenti motivováni i samotným studiem na střední škole. Zásadním ovlivněním je absolvování předmětu fiktivní firma, která se vyučuje na obchodních akademiích a střední průmyslové škole stavební. Autorka diplomové práce je přesvědčena o tom, že by se tento předmět měl zařadit na každou SŠ z důvodu rozvíjení podnikatelských znalostí u všech studentů, ať už se jedná o školu s jednostranným nebo všeobecným zaměřením. Studenti se v předmětu naučí mnoho potřebného do budoucího života: základy marketingu, práci v týmu, plánování a rozdělování práce, vyplňovat příjmové a výdajové pokladniční doklady či výpočet mezd.

Mezi nevýhody předmětu „fiktivní firma“ lze považovat změnu rámcových vzdělávacích programů (RVP) na školách s všeobecným zaměřením s následnou úpravou školního vzdělávacího programu (ŠVP), což je pro některé školy mnoho práce navíc, kterou nechtějí provádět.

Pro zkvalitnění obsahu a náplně tohoto předmětu existuje několik možností. Tento předmět by měl mnohem lépe reflektovat skutečný trh, aby měli studenti větší představu o podnikání, jeho nástrahách a mohli se na základě tohoto předmětu rozhodnout, zda začít podnikat po ukončení SŠ či nikoliv. Návrhy na zkvalitnění výuky jsou: lepší vybavení firem na školách, návštěvy firem a jednotlivých podnikatelů z důvodu vytvoření „obrazu“ o rozdílech v podnikání, předmět nemít pouze jako odpolední vyučování, možnost zajištění „zkušebního“ internetového bankovníctví pro jednotlivé firmy či pořádání většího množství veletrhů fiktivních firem v krajích.

Naskýtá se možnost rozšíření práce o větší vzorek studentů z více krajů a zároveň o podrobnější výzkumný vzorek z hlediska podnikajících FO, ale i PO, kdy by se diplomová práce mohla rozrůst o větší statistickou a analytickou část. Autorka práce je přesvědčena o tom, že ekonomickým předmětům by mělo být na SŠ věnováno více vyučovacích hodin, aby byli studenti schopni se po střední škole „postavit na vlastní nohy“ bez ohledu na fakt, zda se budou chtít vydat směrem podnikatelské činnosti nebo zaměstnaneckého poměru.

8 Zdroje

8.1 Seznam použité literatury

- [1] BLATNÝ, Marek. *Psychologie osobnosti: hlavní témata, současné přístupy*. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3434-7.
- [2] ČERVENÝ, Radim. *Business plán: krok za krokem*. V Praze: C.H. Beck, 2014. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.
- [3] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.
- [4] HEENE, A., SANCHEZ, R. *Competence-based strategic management*. New York: Wiley, 1997. ISBN 0471968803.
- [5] HENDL, Jan. *Statistika v aplikacích*. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0700-9.
- [6] HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.
- [7] KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
- [8] LUKEŠ, Martin a Ivan NOVÝ. *Psychologie podnikání: osobnost podnikatele a rozvoj podnikatelských dovedností*. Praha: Management Press, 2005. ISBN 80-7261-125-9.
- [9] MIKULÁŠTÍK, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi. 2., dopl. a přeprac. vyd.* Praha: Grada, 2010. Manažer. ISBN 978-80-247-2339-6.

- [10] PECÁKOVÁ, Iva. *Statistika v terénních průzkumech*. Třetí, přepracované vydání. [Příhonice]: Professional Publishing, 2018. ISBN 978-80-88260-10-3.
- [11] PELANTOVÁ, Věra. *Procesní typologie manažera: manažer a jeho role v procesní výrobě*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2015. ISBN 978-80-7494-238-9.
- [12] ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. (Čtvrté přepracované vydání). [Praha]: Professional Publishing, 2017. ISBN 978-80-906594-8-3.
- [13] SAŇÁKOVÁ, Natálie. Profil podnikatele ve vybrané obci Pardubického kraje [online]. Hradec Králové, 2020 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/k5qrey/>. Bakalářská práce. Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu. Vedoucí práce Ing. Eva Hamplová, Ph.D.
- [14] SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.
- [15] SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.
- [16] SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.
- [17] VÁCHA, Stanislav a František ČUBA. *Inspirátor podnikatele*. Praha: Nakladatelství technické literatury, 1991. ISBN 80-03-00642-2.
- [18] VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

8.2 Internetové zdroje

- [1] GIACOMIN, Olivier, Frank JANSSEN, Jean-luc GUYOT a Olivier LOHEST. *Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs* [online]. 1.1.2011 [cit. 2022-02-27]. Dostupné z: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/MPRA_paper_29506.pdf
- [2] LUKEŠ, Martin, Martina JAKL a Jan ZOUHAR. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Global Entrepreneurship Monitor 2013: Podnikatelská aktivita v České republice* [online]. 2014 [cit. 2022-01-24], str. 13. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument149362.html>
- [3] *Obchodní rejstřík* [online]. [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <http://www.obchodnirejstrik.cz>
- [4] *Registr živnostenského podnikání* [online]. [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://www.rzp.cz>
- [5] *Statistické údaje o podnikatelích* [online]. [cit. 2022-02-13]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/statisticke-udaje-o-podnikatelich/>
- [6] *Vymezení pojmů drobný, malý a střední podnikatel a postup pro zařazování podnikatelů do jednotlivých kategorií* [online]. [cit. 2022-01-28]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument10331.html>
- [7] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění – K 1.1.2014
- [8] Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- [9] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů.

- [10] Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních, ve znění pozdějších předpisů.
- [11] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů.
- [12] Zákon č. 304/2013, Sb., zákon o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob, ve znění pozdějších předpisů
- [13] *Živnosti* [online]. 2018 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z:
<https://www.businessinfo.cz/navody/zivnosti-ppbi/4#h-druhy-ivnost>
- [14] *Živnostenský rejstřík* [online]. 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z:
<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/zivnostenske-podnikani/zivnostensky-rejstrik/zivnostensky-rejstrik--227173>

9 Přílohy

- 1) Dotazník pro studenty 3. a 4. ročníků SŠ
- 2) Dotazník pro podnikatele do 40 let

Dotazník pro studenty středních škol (SŠ) k diplomové práci

Dobrý den,

jmenuji se Natálie Saňáková a právě studuji navazující studium na Univerzitě Hradec Králové, obor informační management. Moje diplomová práce nese název "Monitoring a analýza faktorů ovlivňujících vstup do podnikání". V diplomové práci budu zkoumat to, co ovlivňuje jedince k založení vlastního podniku a na základě rozboru názorů podnikatelů a studentů 3. a 4. ročníku středních škol budu vyhodnocovat dopad psychologických i ekonomických vlivů na jednotlivce.

Tento dotazník je určený pro studenty 3. a 4 ročníků středních škol. Dotazník se týká všeobecného ekonomického rozhledu studentů (vlastní založení podniku, ekonomické pojmy, apod.), který bude výstupem mé praktické části diplomové práce. Dotazník je zcela anonymní a zabere Vám přibližně 15 minut.

Budu velmi vděčná za Vás čas, který věnujete mému dotazníku.

Předem Vám velmi děkuji.

Bc. Natálie Saňáková

***Povinné pole**

1. Jaké je Vaše pohlaví? *

Označte jen jednu elipsu.

Žena

Muž

2. Jaký je Váš věk? *

Označte jen jednu elipsu.

16 let

17 let

18 let

19 let

20 let

3. Jakou SŠ studujete? *

Označte jen jednu elipsu.

- Gymnázium
- Obchodní akademii
- Střední průmyslová škola stavební
- Střední průmyslová škola

4. Absolvujete na střední škole nějaký předmět týkající se ekonomiky? *

Pokud "Ano" odpovězte na další otázku.

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne

5. Jaké ekonomické předměty absolvujete?

6. Myslíte si, že je ekonomický přehled důležitý? *

1 - není důležitý; 10 - velmi důležitý

Označte jen jednu elipsu.

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

7. Proč si myslíte, že je důležité mít ekonomický přehled? *

Odpovězte prosím na otázku, i když si myslíte, že ekonomický přehled není důležitý.

8. Máte na střední škole předmět "fiktivní firma"? *

Fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků středních a vyšších odborných škol. Poskytuje jim možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a znalosti. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena jako skutečně existovala. Simuluje reálné procesy, produkty a služby.

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

9. Co jste se v předmětu "fiktivní firma" naučil/a?

10. Plánujete jít na vysokou školu či vyšší odbornou školu s ekonomickým zaměřením? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Spíše ano

Spíše ne

Ne

11. Napište, co je dle Vás "OSVČ"? *

12. V jakém oboru si myslíte, že je dobré začít podnikat v České republice? *

13. Zajímáte se o podnikatelské nápady, startupy či jiná odvětví týkající se podnikání?

Startup je podnikatelský subjekt, typicky popsáný jako nově založená či začínající společnost, která se na základě inovativní podnikatelské koncepce za použití vespělých technologií rychle vyvíjí a má velký potenciál hospodářského růstu.

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

14. Uvažujete o tom, že byste po dokončení střední školy začal/a podnikat? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

15. V jakém oboru byste chtěl/a začít podnikat? *

16. Napište, co je dle Vás potřebné k tomu, aby se z Vás mohl stát podnikatel? *

17. Je dle Vás lepší začít podnikat sám či s někým (založení obchodní společnosti)? *

Označte jen jednu elipsu.

- Sám (OSVČ)
- S někým (založení obchodní společnosti)

18. Máte ze střední školy takové dovednosti či zkušenosti, které Vám dovolují začít podnikat?

Jaké? *

V odpovědi "jiné" popište, jaké zkušenosti či dovednosti máte.

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne
- Jiné: _____

19. Napište alespoň 5 faktorů, které dle Vás nejvíce ovlivňují podnikatele k tomu, aby ukončili své podnikání. *

Dotazník pro podnikatele k diplomové práci

Dobrý den,

jmenuji se Natálie Saňáková a právě studuji navazující studium na Univerzitě Hradec Králové, obor informační management. Moje diplomová práce nese název "Monitoring a analýza faktorů ovlivňujících vstup do podnikání". V diplomové práci budu zkoumat to, co ovlivňuje jedince k založení vlastního podniku a na základě rozboru názorů podnikatelů a studentů 3. a 4. ročníku středních škol budu vyhodnocovat dopad psychologických i ekonomických vlivů na jednotlivce.

Tento dotazník je určený pro podnikatele v České republice do 40 let. Dotazník se týká dosaženého vzdělání podnikatele, podnikatelské činnosti, znalosti ekonomiky a dalších otázek, které budou výstupem mé praktické části diplomové práce. Dotazník je zcela anonymní a zabere Vám přibližně 15 minut.

Budu velmi vděčná za Váš čas, který věnujete mému dotazníku.

Předem Vám velmi děkuji.

Bc. Natálie Saňáková

***Povinné pole**

1. Jaké je Vaše pohlaví? *

Označte jen jednu elipsu.

Muž

Žena

2. Do jaké věkové kategorie spadáte? *

Označte jen jednu elipsu.

18 - 25 let

26 - 32 let

33 - 40 let

3. Jaký je převažující obor Vašeho podnikání? (dle ČSÚ) *

Jaká je dle Českého statistického úřadu Vaše klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) <http://www.nace.cz>

4. Změnil/a jste v průběhu podnikání obor? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

5. Máte zaměstnance? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

6. V jakém kraji máte sídlo Vašeho podnikání? *

Označte jen jednu elipsu.

Hlavní město Praha

Středočeský kraj

Jihočeský kraj

Plzeňský kraj

Karlovarský kraj

Ústecký kraj

Liberecký kraj

Královehradecký kraj

Pardubický kraj

Kraj Vysočina

Jihomoravský kraj

Olomoucký kraj

Moravskoslezský kraj

Zlínský kraj

7. Je kraj, kde máte sídlo podnikání i krajem kde převážně podnikáte? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

8. Bylo Vaše studium na střední škole všeobecné či jednostranně zaměřené? *

Označte jen jednu elipsu.

Všeobecně zaměřené

Jednostranně zaměřené

9. Pokud bylo Vaše studium na střední škole jednostranně zaměřené, jaký obor jste studoval/a

10. Souvisí Vaše studium na střední škole s tím, v čem právě podnikáte? *

Označte jen jednu elipsu.

Ano

Ne

11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

Označte jen jednu elipsu.

Základní škola

Střední škola s maturitou

Střední škola s výučním listem

Vyšší odborná škola

Vysoká škola bakalářské studium

Vysoká škola magisterské studium

Jiné: _____

12. Považujete za důležité, mít ekonomický přehled v podnikání? *

Ekonomický přehled o současné situaci na trhu v oblasti Vašeho podnikání

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

13. Proč je důležité mít ekonomický přehled? *

14. Vypište 5 předpokladů pro podnikání dle Zákona č. 455/1991 Sb. (zákon o živnostenském podnikání). *

15. Co považujete Vy za osobnostní charakteristiky podnikatele? Co by měl podnikatel splňovat? *

16. Kterými vlastnostmi disponujete Vy, jako podnikatel? *

26. Jaký máte v podnikání cíl a čeho chcete dosáhnout? *

- 1 - 2 roky
- 2 - 3 roky
- 3 - 5 let
- 5 - 10 let
- 10 let a více

22. Co Vás osobně motivuje v průběhu Vašeho podnikání? *

23. Absolvoval/a jste nějaký kurz před či v průběhu podnikání, který souvisí s Vaší podnikatelskou činností? *

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne

24. Jaký kurz jste absolvoval/a?

Odpovězte na tuto otázku, pokud jste v předchozí odpovědi/a "Ano".

25. Ovlivnil Vaše podnikání Covid-19? Jak? *

Do odpovědi "Jiná" napište, jak Vás ovlivnil Covid-19.

Označte jen jednu elipsu.

- Ano
- Ne
- Jiné: _____

Zadání diplomové práce

Autor: Bc. Natálie Saňáková

Studium: I2000103

Studijní program: N0688A140001 Informační management

Studijní obor: Informační management

Název diplomové práce: **Monitoring a analýza faktorů ovlivňujících vstup do podnikání**

Název diplomové práce AJ: Monitoring and Analysis of Factors Influencing Starting up a Business

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cíl práce: Identifikace a analýza faktorů, které ovlivňují jedince k zakládání vlastních podniků a na základě rozboru dvou věkově a zkušenostně odlišných skupin vyhodnotit dopad psychologických i ekonomických vlivů na jednotlivce prostřednictvím přímého dotazování respondentů.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíle práce a metodika zpracování
3. Teoreticko-metodologická část
4. Praktická část
5. Dotazníkové šetření
6. Vlastní návrhy řešení, přínos návrhu řešení
7. Závěr
8. Seznam použité literatury
9. Přílohy

1) BARON, A. R. (2000). Psychological perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneur's Success. *Current Directions in Psychological Science*, doi: 10.1111/1467-8721.00050.

2) BLATNÝ, Marek. Psychologie osobnosti: hlavní témata, současné přístupy. Praha: Grada, 2010. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3434-7.

3) ČERVENÝ, Radim. Business plán: krok za krokem. V Praze: C.H. Beck, 2014. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7400-511-4.

4) FOTR, Jiří. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

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

6) SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA. Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0407-9.

7) VEBER Jaromír, SRPOVÁ Jitka. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

Garantující pracoviště: Katedra ekonomie,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Ing. Eva Freibauer Hamplová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 15.3.2020