



Co jsme se dozvěděli z výzkumu o podnikajících ženách?

Tento výzkum přinesl některé nové a důležité poznatky o podnikání sebezaměstnaných žen (OSVČ) a mikropodnikatelek. Zaměřil se nově na zkušenost podnikatelek s digitálními technologiemi, na jejich kompetence v této oblasti i na využívání měkkých dovedností v podnikatelské činnosti. Pozornost věnoval rovněž jejich vnímání podnikání včetně toho, jak jsou viděny coby podnikatelky svým okolím.

Digitalizace podnikajícím ženám jejich podnikání ulehčuje, ale i v něčem znesnadňuje:

Zkušenosti podnikatelek ukazují, že bez digitálních technologií se zpravidla ve svém podnikání nemohou obejít.

Mladší podnikatelky obvykle deklarují, že využívání moderních technologií je pro ně snazší (učí se rychleji, nemají takové obavy) ve srovnání s jejich staršími kolegyněmi.

Podnikatelky vnímají řadu předností digitálních technologií ve svém podnikání, zejména pak usnadnění práce, možnost oslovit širokou klientelu, absenci regionálního omezení anebo možnost pracovat z domova.

Za určitou nevýhodu rozšiřování digitálních technologií považují podnikatelky, které je využívají jako doplněk své hlavní činnosti, časovou náročnost během zavádění (učení se) a v případě outsourcingu¹ i jejich finanční náročnost.

Některé podnikatelky by v řadě případů uvítaly individuální poradenství – koučink a mentoring v této oblasti a jeho vyšší finanční dostupnost.

Měkké dovednosti představují důležitou součást podnikání žen, kdy:

Ženy zpravidla hodnotí nejkladněji své komunikační schopnosti, méně kladně pak schopnost být dostatečně asertivní, sebe/prezentovat se anebo plánovat svůj čas (zejména v souvislosti s rodinnými povinnostmi), vyjednávat o ceně, případně řídit zaměstnance, v případě mikropodnikatelek.

Třebaže se sebevědomí a sebedůvěra podnikatelky promítá do vyjednávání o ceně a do jejího nastavení, není to faktor jediný, ani nejdůležitější. Vliv na cenotvorbu má „zvyklost“ a „tradice“ ceny v oboru, ne/schopnost kolektivního vyjednávání, odhad časové náročnosti práce u nestandardních zakázek apod.

Podnikající ženy pocítují nejnaléhavěji problémy s plánováním času (time managementem), a to zejména ty s malými dětmi. I tento výzkum potvrzuje, že skloubení pracovních (podnikatelských) a pečovatelských povinností není pro ženy zejména v určitém období jejich života snadné. Tuto situaci jim navíc ztěžuje nedostatek zařízení péče o děti hlavně do 3 let jejich věku, stejně jako přetrvávající nerovná dělba péče a domácích prací v rodině.

¹ Výkon určitých činností není ve firmě zajišťován vlastními zaměstnanci, nýbrž je svěřen na základě smlouvy jiné firmě či subdodavateli specializovanému na příslušnou činnost.

Svět podnikání je i není světem maskulinním:

Svět podnikání zůstává světem maskulinním, protože přehlíží potřeby podnikajících žen (sebezaměstnaných i mikropodnikatelek), jejich životní zkušenost, stejně jako význam a důležitost jejich podnikání pro druhé – pro společnost.

Svět podnikání není světem maskulinním, v tom smyslu, že ženy jsou jeho integrální součástí, dokáží se v něm pohybovat a vnášet do něj určité hodnoty a významy na pozadí své (stále ještě spíše specifické) životní zkušenosti (s péčí o druhé a pomocí jim).

Ve svém pojetí podnikání podnikající ženy (OSVČ a mikropodnikatelky) nabourávají normu mužského podnikání, představu muže podnikatele nezatíženého běžnými domácími starostmi. Jejich přístup bere v úvahu to, že podnikání je „zakořeněné“ v rodině, je s ní propojené – péče o rodinné příslušníky a zodpovědnost vůči rodině bývá častým důvodem jejich podnikání.

Úspěch není podnikatelkami rámován především ziskem a růstem:

Úspěch pro podnikatelky nepředstavují jen anebo především peníze, resp. finanční profit. Peníze/zisk pro ně neznamená statusovou záležitost, ale prostředek pro uživení se, a/nebo nástroj, který jim umožňuje zvyšovat kvalitu života nejen jich samých a/nebo jejich rodiny, ale i jejich okolí – komunity, jíž jsou součástí.

Za úspěch považují spokojenost těch, pro které jsou určeny jejich služby či výrobky, prospěšnost a přínos pro druhé, pro komunitu, kde žijí.

Úspěchem je pro ně udržení kvality nabízených služeb či zboží. Kvalita má u nich přednost před kvantitou a udržení podnikání před růstem firmy.

Úspěchem pro ně je i to, když dokáží kombinovat svou práci, resp. podnikání s péčí o děti a domácnost, propojovat obě oblasti svých životů.

Vnímání podnikatelky ve společnosti z jejich vlastní perspektivy:

Podnikatelky uváděly různé reakce svého okolí na skutečnost, že podnikají – jsou podnikatelkami. Tyto reakce se pohybovaly na škále od pozitivních až po negativní.

Podnikatelky se leckdy domnívají, že nemají takovou prestiž a pozitivní ohodnocení ze strany druhých v porovnání s muži. V tzv. mužských (maskulinizovaných) povoláních se nezdá setkávají s nedůvěrou až bagatelizací svých kompetencí.

Nižší prestiž podnikatelky než podnikatele souvisí podle podnikatelek s oborem, ve kterém podnikají. Obecně platí, že „ženské práce“ a tzv. feminizovaná povolání mívají ve společnosti obvykle nižší prestiž i finanční ohodnocení než ty „mužské“.²

Jakou pomoc podnikatelky očekávají:

Podpora podnikatelek v jejich práci souvisí s tím, proč se rozhodly začít podnikat.

Do oblasti podpory podnikání ze strany nejbližšího okolí intervenuje faktor nastavení genderového řádu v domácnostech podnikatelek. Na bedrech většiny podnikatelek leží větší část péče o domácnost a děti, což zasahuje do možnosti realizace a rozvoje jejich podnikání.



² Podle dat Eurostatu v roce 2021 činil rozdíl v hodinových mzdách hrubého příjmu mezi muži a ženami v ČR 15 %. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Gender_pay_gap_statistics

Pokud příjem podnikajících žen nedosahuje výše příjmu jejich partnera, leží větší objem zodpovědnosti za péči na domácnost na nich.

Podnikatelky by uvítaly větší podporu v podnikání ze strany státních institucí, především v oblasti finanční podpory v začátcích podnikání.

Podnikatelky kriticky hodnotí informovanost ze strany státu v oblasti podnikání obecně, především pak v souvislosti s možnostmi jejich podpory.

Životní pohoda (well-being) podnikatelek souvisí s jejich spokojeností ve volbě podnikatelské strategie nesené možností sladování s péčí a dalšími povinnostmi, s možností realizovat se v tom, v čem chtějí a dává jim to smysl.

Jak rozvíjet kompetence k podnikání a v podnikání:

Pro zlepšení svých kompetencí v oblasti digitalizace a/nebo měkkých dovedností by leckteré podnikatelky rády využily různé kurzy, pokud by jim vyhovovaly časově, finančně a považovaly by je za přínosné pro své podnikání. Jejich preference se přitom různí zejména podle časových možností, typu osobnosti, vztahu k online prostředí a digitálním technologiím vůbec, podle jejich finančních možností a preferencí v této oblasti. Zájem přitom mají jak o online, tak offline kurzy, koučink i mentoring, kurzy individualizované – „ušité na míru“ dané podnikatelce i kurzy „hromadné/kolektivní“, např. workshopy apod.

Výzkumu, který probíhal v roce 2023, se zúčastnilo celkem **53 podnikatelek, z toho bylo 41 sebezaměstnaných žen bez zaměstnaných osob a 12 mikropodnikatelek.**

Zpracovatelem je Sociologický ústav Akademie věd ČR.