

Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání

Michaela Válková

Bakalářská práce
2015/2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela Válková**
Osobní číslo: **H11151**
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**
Studijní obor: **Andragogika v profilaci na řízení lidských zdrojů v neziskové sféře**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání**

Zásady pro vypracování:

Studium odborné literatury.

Vymezení teoretických východisek a pojmů z oblasti motivace, andragogiky a neziskové sféry.

Příprava metodiky výzkumné části.

Realizace kvalitativního výzkumu formou rozhovorů.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Vyvození závěrů na základě výsledků, shrnutí a doporučení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

MIOVSKÝ, Michal. Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu. Praha: Grada, 2010. ISBN 80-247-1362-4.

NAKONEČNÝ, Milan. Motivace lidského chování. Praha: Akademia, 2006. ISBN 80-200-0592-7.

PLAMÍNEK, Jiří. Vzdělávání dospělých. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3235-0.

PRŮCHA, Jan. Andragogický výzkum. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5232-7.

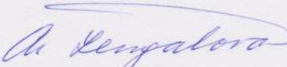
VAGNEROVÁ, Marie. Základy psychologie. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0841-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Jan Kalenda, Ph.D.**
Centrum výzkumu FHS

Datum zadání bakalářské práce: **4. prosince 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **27. dubna 2016**

Ve Zlíně dne 4. prosince 2015


doc. Ing. Anežka Lengalová, Ph.D.
děkanka




Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 27.4.2016

Michaela Kolářová

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydávalečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zaměřuje na problematiku motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání. Teoretická část této práce je členěna do tří kapitol. Kapitoly teoretické části práce byly cíleně sestaveny tak, aby objasnilly základní definice a termíny v oblasti této problematiky. Tyto kapitoly jsou zaměřené na oblast podnikání, motivaci a další vzdělávání. V empirické části práce je definován postup kvalitativního výzkumu a jeho metodologie pro získání výzkumných dat. Tato data byla získána prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů se specifickým vzorkem žen podnikatelek z této cílové skupiny. Z analýzy těchto dat bylo blíže upřesněno, jak jsou ženy podnikatelky motivovány k dalšímu vzdělávání a co konkrétně jejich motivaci výrazně ovlivňuje. Z výzkumu vyplynulo zjištění, že faktory, které výrazně ovlivňují motivaci k dalšímu vzdělávání u žen podnikatelek, jsou často stejné nebo velmi podobného charakteru.

Klíčová slova: žena, podnikání, emancipace, motivace, andragogika, profesní a další vzdělávání

ABSTRACT

The thesis is focused on the matters of business women motivation for further education. The theoretical part of the work is divided into three chapters. Chapters of the theoretical part were intently constructed in order to clarify basic definitions and terms of the issue in question. These chapters are focused on entrepreneurship, motivation and further education. The qualitative research and its methodology for obtaining research data has been defined within the empirical part. These data were obtained via semistructured interviews with a specific sample of business women from the target group in question. The data analysis closer specified how were business women encouraged for further education and what influenced their motivation in particular. The research has revealed that factors significantly influencing the motivation for further education of business woman are often the same or of a very similar nature.

Keywords: woman, business, emancipation, motivation, adult education, vocational and further education

Poděkování:

Děkuji Mgr. Janu Kalendovi, Ph.D. za odborné vedení této bakalářské práce, za jeho náměty, připomínky, cenné rady a hlavně trpělivost, kterou mi poskytl.

Dále bych ráda poděkovala všem informantkám, které se zúčastnily kvalitativního výzkumu, a to za jejich ochotu, důvěru a nadšení, které bylo pro mne zdrojem motivace a inspirace pro tuto práci.

„Není pravda, že máme málo času, pravdou ale je, že ho hodně promarníme.“ Seneca

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 ŽENY PODNIKATELKY POHLEDEM ANDRAGOGIKY	11
1.1 CÍLOVÁ SKUPINA A VZDĚLÁVÁNÍ DOSPĚLÝCH.....	12
1.2 ŽENY A PODNIKÁNÍ	13
1.3 POZICE ŽEN PODNIKATELEK VE SPOLEČNOSTI A RODINĚ.....	17
1.4 SPECIFIKA A POTŘEBY DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ ŽEN PODNIKATELEK	19
2 MOTIVACE.....	21
2.1 MOTIVY, TUŽBY A POTŘEBY A JEJICH CHARAKTERISTIKA.....	22
2.1.1 Vznik motivu.....	23
2.2 MOTIVACE Z HLEDISKA JEJÍ OBECNÝCH TEORIÍ	24
2.3 MOTIVAČNÍ FAKTORY V OBLASTI DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ.....	26
2.4 ČLENĚNÍ MOTIVACE K DALŠÍMU VZDĚLÁVÁNÍ	27
3 DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ.....	29
3.1 OBECNÉ ČLENĚNÍ DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ	30
3.2 FORMY DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ	31
3.3 NEJČASTĚJŠÍ MOŽNOSTI DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ ŽEN PODNIKATELEK.....	32
3.4 PŘÍSTUP K DALŠÍMU VZDĚLÁVÁNÍ.....	36
3.4.1 Bariéry ve vzdělávání.....	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
4 METODOLOGIE KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU	40
4.1 VYMEZENÍ VÝZKUMNÉHO PROBLÉMU	40
4.2 HLAVNÍ CÍL A DÍLČÍ CÍLE VÝZKUMU	40
4.3 ZVOLENÝ TYP VÝZKUMU.....	41
4.4 ZPŮSOB VYTVOŘENÍ A POPIS VÝZKUMNÉHO VZORKU	42
4.5 VÝBĚR METODY PRO ZÍSKÁVÁNÍ DAT	44
4.6 POPIS PŘÍPRAVY A PROCESU VÝZKUMU	45
4.7 JÁDRO INTERVIEW	46
4.8 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ DAT.....	46
5 OTEVŘENÉ KÓDOVÁNÍ.....	48
6 VÝSLEDKY A INTERPRETACE DAT.....	69
6.1 DOPORUČENÍ PRO PRAXI.....	72
ZÁVĚR	74
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	75
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	79
SEZNAM OBRÁZKŮ	80
SEZNAM TABULEK.....	81
SEZNAM PŘÍLOH.....	82

ÚVOD

Téma této bakalářské práce (dále jen BP) je: „Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání.“ Cílem BP je přiblížit problematiku motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání a zjistit faktory, které ji výrazně ovlivňují. Autorka sama další vzdělávání vnímá jako jednu z nejdůležitějších činností v podnikání a setkává se často s názorem, že další vzdělávání v podnikání je buď nejdůležitější činností, nebo není důležité vůbec. Zajímalo ji, zda jsou na tom, ženy podnikatelky v její profesi podobně. Jaký mají tyto ženy postoj k dalšímu vzdělávání a co je motivuje se dál vzdělávat. Problematikou této skupiny žen se v poslední době začalo zabývat více informačních zdrojů, které nabízejí částečný náhled na tuto oblast. Z hlediska výzkumu v propojení s motivací nebyla věnována této problematice zatím velká pozornost.

Teoretická část BP je rozdělena do tří kapitol, které mají za cíl objasnění teoretických údajů, pojmů a definic v problematice ženského podnikání, motivace a dalšího vzdělávání. Tyto tři kapitoly byly sestavené tak, aby na sebe navazovaly a téma BP dále přirozeně rozvíjely. První kapitola objasňuje pojmy v oblasti ženského podnikání a vymezuje cílovou skupinu a její charakteristiku. Toto bližší upřesnění je důležité pro zjištění vzdělávacích potřeb u různých forem podnikání v rámci dalšího vzdělávání. Druhá kapitola je komplexně věnována motivaci a přibližuje definice motivace, její základní teorie a vznik motivu. Poslední kapitola se věnuje problematice dalšího vzdělávání. Je v ní upřesněno členění, formy a možnosti dalšího vzdělávání v propojení s přístupem a bariérami, které jsou v procesu reálné.

Empirická část BP se věnuje kvalitativnímu výzkumu, který se uskutečnil prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů s 8. informantkami, které aktuálně podnikají a zároveň se dál vzdělávají. Všechny informantky jsou ve skupině, která je zároveň z objektivních důvodů riziková, a proto je pro výzkum také zajímavá. Hlavním cílem výzkumu je zjistit, zda jsou ženy podnikatelky motivovány se dál vzdělávat a upřesnit si i faktory, které jejich motivaci v tomto směru nejvíce ovlivňují. Blíže bylo prostřednictvím výzkumu zjišťováno, jakým způsobem se ženy podnikatelky vzdělávají; důležitost potřeby vzdělávání z hlediska žebříčku hodnot, bariéry a podpora v rámci dalšího vzdělávání, přínos a upřesnění volného času a pojmu další vzdělávání v praxi.

Závěr BP je celkovým zhodnocením této problematiky. Doporučení pro praxi vychází z empirického výzkumu a z celkového šetření problematiky této BP.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ŽENY PODNIKATELKY POHLEDEM ANDRAGOGIKY

Nejen v naší společnosti byla, a částečně ještě je, zafixovaná určitá myšlenka, že ženy by měly standartně pracovat v zaměstnání, udržovat v domácnosti zavedený režim, vydělávat vždy o něco méně, než muži a být ve volném čase vždy rodině k dispozici. Právě muž v této formě zajišťuje finanční stránku rodiny a ve všem ostatním, co se domácnosti týká, se on i společnost spoléhají na ženu. Ženy se v poslední době čím dál více zaměřují i na oblast podnikání a stávají se samostatně výdělečně činné, starají se o rodinu a také se věnují dalšímu vzdělávání.

Další vzdělávání má v oblasti podnikání obecně velmi důležité místo a ženy podnikatelky se mohou svobodně rozhodnout, jakou formou se budou v rámci své pozice dál vzdělávat. Je vždy ale nutné mít odhodlání a vůli ve svém rozhodnutí vytrvat, protože kombinace podnikání, vzdělávání a rodiny může bez určité disciplíny v mnoha oblastech stát ženu hodně sil. A ne každé podnikání jde ruku v ruce s úspěchem, ale k úspěchu se lze dopracovat i skrze další vzdělávání. Stejného názoru jsou i Lisická a Balážová (2015, s. 54), které uvádí, že úspěch v podnikání, je výsledek mnohaleté práce na sobě. Mnoho žen začíná podnikat od úplného začátku a úspěch nepřichází hned. Do podnikání a seberozvoje je nutné vložit hodně času a své vlastní energie. Mnoho žen má problém, že se nechce učit. Chtějí být úspěšné, ale nemůžou, nebo nechtějí vynaložit tak velké úsilí, aby se jim podnikání pozitivně rozvíjelo a fungovalo. V této profesi je velice nutné se stále vzdělávat, odvádět perfektní práci, vzdát se svého pohodlí a disciplinovaně pracovat, což je obtížné, pokud má žena podnikatelka děti a rodinu.

Pokud má žena podnikatelka rodinu, nebo děti, tak podle John (2015, s. 22) je osobní rozvoj i podnikání mnohem obtížnější, protože žena musí v první řadě své rozhodnutí sloučit se zájmy rodiny, ale zároveň jí rodina může vytvořit určité bezpečné zázemí pro vlastní regeneraci. Žena při vstupu do podnikání nemusí projít speciálním vzděláním, nebo získat určité osvědčení, ale následně prostřednictvím vzdělávání, odhodlání, správným rozhodováním a dlouhodobým úsilím se může velmi výrazně posunout ve svém osobním rozvoji i v oblasti podnikání.

To, že formální vzdělávání není nejdůležitější součástí úspěšného podnikání ženy, tvrdí Nesnídalová (2015, s. 69) a přiklání se k názoru, že pro ženy podnikatelky jsou mnohem důležitější z hlediska vzdělávání specifické znalosti, nasazení, neustálý osobní rozvoj a odvaha. Každá žena podnikatelka je z hlediska přístupu k dalšímu vzdělávání v jiné výcho-

zí pozici, situaci a podmínkách, proto se v empirické části BP zaměřujeme i na specifické bariéry, interpretaci hodnoty vzdělávání a podporu těchto žen v dané oblasti.

Z pohledu andragogiky, pokud hledáme možné další vzdělávání pro tuto specifickou skupinu žen, tak je nutné je charakterizovat jako skupinu cílovou, se všemi vlohami i potřebami, které k ní v rámci problematiky dalšího vzdělávání přináleží a jsou s ní v propojení.

1.1 Cílová skupina a vzdělávání dospělých

Cílovou skupinou této BP i empirického výzkumu jsou ženy podnikatelky. Tato skupina je velmi široká a ne zrovna homogenní a vzdělávací potřeby jsou často velmi individuální. K určování cílové skupiny ve vzdělávání dospělých podle Prusákové (2005, s. 106) je nutnost hledat cesty, které dovedou cílové skupiny skrze vhodné a efektivní vzdělávání k naplňování jejich vzdělávacích potřeb. Pokud chce společnost vytvořit vhodný a stabilní systém vzdělávání pro cílové skupiny, tak je musí v první řadě najít a identifikovat tak, aby pak na ně mohla ve vzdělávacím procesu adekvátně a správně působit. Velmi důležitá je zde znalost situace a propojení teorie s praxí. Nápomocnou vědou v této oblasti je andragogika, tedy nauka a věda o vzdělávání dospělých.

Andragogiku specifikuje Beneš (2008, s. 11) jako obor vědy a studia, který se zaměřuje v celkovém kontextu především na vzdělávání a učení dospělých osob. Upozorňuje, že mohou existovat různá pojetí tohoto termínu. Často se vyskytuje teze, že andragogiku i přes její specifčnost, lze vnímat jako součást věd o vzdělání a výchově. Palán (2002, s. 7) uvádí, že slovo andragogika vychází z řeckého slova andros, amer – tedy muž a slova ago, tedy vést. Dále doplňuje, že se tato vědní disciplína kromě výchovy a vzdělávání dospělých zabývá i socializací, personalizací a enkulturací této skupiny v propojení s respektem k jejím specifickým zvláštnostem a potřebám, kterými skupina dospělých osob disponuje a potřebuje je rozvinout a podpořit. To vše v sounáležitosti s vhodným dalším vzděláváním, pro tuto skupinu určeným.

Blíže a mnohem podrobněji se k možnostem dalšího vzdělávání této cílové skupiny věnujeme ve třetí kapitole teoretické části této BP.

Pokud se vrátíme zpět k cílovým skupinám tak přímo Palán (in Prusáková 2005, s. 106-107) právě specifikuje cílovou skupinu skrze vzdělávací projekt, pro kterou je určen. Dále uvádí, že všechny druhy vzdělávání mají vždy svou individuální cílovou skupinu a je v nich nutné respektovat to, že každá skupina má své specifické vzdělávací potřeby. Popi-

suje, že lze identifikovat cílovou skupinu podle tří kritérií, kterými jsou profese, organizace a věk.

Podle Prusákové (in Prusáková, 2005, s. 107) je důležité pro vytváření vzdělávacích programů pro cílové skupiny právě analýza jejich potřeb v oblasti vzdělávání a následně v ní provést důležité kroky:

Tyto kroky jsou podle Prusáková (in Prusáková, 2005, s. 107) tyto:

- „identifikovat zdroje, na základě kterých je možné analyzovat vzdělávací potřeby,
- vypracovat plán analýzy potřeb vzdělávání,
- shromažďovat podkladové materiály,
- vybrat metody a techniky prostřednictvím kterých je možné realizovat analytickou činnost,
- analyzovat současný stav a stav, kterého chceme dosáhnout a vyvodit závěry pro vzdělávání.“

Pro tuto cílovou skupinu je velmi důležité, aby program v oblasti dalšího vzdělávání, který je právě pro ženy podnikatelky určen, byl službou, která je pro ně plnohodnotná a vede k uplatnění v jejich činnosti a je motivační pro tyto ženy v oblasti dalšího vzdělávání a osobního rozvoje.

Nyní si přiblížíme cílovou skupinu žen podnikatelek tak, abychom zjistili specifika této skupiny a nahlédli na její charakteristiku a vzdělávací potřeby.

1.2 Ženy a podnikání

V této části jsou vysvětleny základní znaky podnikání a je vymezeno specifické rozdělení žen podnikatelek převážně podle legislativní interpretace do několika forem. Pokud budeme brát tuto cílovou skupinu jako jeden specifický celek, jak jsme uvedli výše, tak to nebude dostačující a kompetentní pro vyhledání společných motivů a potřeb k dalšímu vzdělávání. Podnikat může tato cílová skupina různým způsobem. Délka podnikání a věk při vstupu do podnikání hraje také velmi důležitou roli. Ambice a potřeby žen podnikatelek pro motivaci do dalšího vzdělávání se věkem, zkušenostmi, dále podle formy, nebo postavení v podnikatelské činnosti skutečně velmi liší. Proto je této kapitole v rámci teoretické části BP věnována velká pozornost. Dále se budeme věnovat legislativnímu vymezení této podnikatelské činnosti.

Podnikání

Nejjednodušší formou podnikání pro ženy je typ živnostenského podnikání, tedy osoba samostatně výdělečně činná (dále jen OSVČ). Z hlediska úplného znění zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (v živnostenském zákoně) je živnost podle §2 činnost, která je samostatně a soustavně provozovaná na vlastní odpovědnost a pod vlastním jménem s motivací a účelem vytvoření ziskové hodnoty v propojení s podmínkami, které stanovuje tento zákon. Všechny formy podnikání upravuje nový občanský zákoník vydaný v roce 2014 ve znění zákona č. 89/2012 Sb., bližší upřesnění právnických a fyzických osob se nachází v první obecné části tohoto zákoníku ve Hlavě II, Dílu 3 a specifikace podnikatele tohoto typu v Díle 5. Podle tohoto zákona §420 je podnikatel každá osoba, která na vlastní odpovědnost a vlastní účet prostřednictvím živnostenské, nebo obdobné formy soustavně podniká za účelem zisku. Zákon č. 89/2012 Sb., také nově upravuje právnické osoby v neziskové sféře, jako jsou spolky, fundace, nadace a ústavy, které jsou mnohdy také možností pro činnost a další vzdělávání žen podnikatelek. Blíže se tímto tématem zabýváme ve třetí kapitole teoretické části BP.

Dělení podnikatelské činnosti žen podnikatelek

K legislativnímu dělení v podnikatelské činnosti žen uvádí John (2015, s. 131) to, že se tato činnost, jak bylo uvedeno již výše, dělí do dvou forem. Ženy si můžou vytvořit živnost a podnikat jako fyzické osoby na své jméno (OSVČ). Nebo si individuálně, nebo kolektivně podle podmínek stanoveným zákonem zakládají společnosti a stávají se tak právnickými osobami. Pro obě formy podnikání existují podle podmínek legislativně povinná školení, tedy další vzdělávání. Z hlediska fyzických a právnických osob jsou legislativně povinná školení a informovanost v BOZP a PO a jiné.

Dále zde uvádíme bližší členění možných forem podnikání nejen pro ženy, a to z důvodu upřesnění potřeb dalšího vzdělávání v orientaci na formu podnikatelské činnosti.

Fyzická osoba (OSVČ)

Výhodou pro ženu OSVČ podle John (2015, s. 131) je nízký startovací vklad do podnikání, možný výběr formy vedení účetnictví a evidence svých podnikatelských výdajů, a to na skutečné, nebo paušální. Nevýhodou ve zvolení této formy podnikání je podnikání pouze pod vlastním jménem, a na vlastní riziko, kdy žena ručí svým majetkem a riskuje tak v případě podnikatelského nezdaru, ztrátu svých životních jistot.

Ženy podnikatelky se v rámci své podnikatelské činnosti musí dál vzdělávat i mimo primární oblast podnikání a zaměření služeb, a to v oblasti účetnictví, legislativy s ohledem na podnikatelskou činnost a v mnoha dalších oblastech, nebo mohou tuto činnost nechat kompetentnější osobě a zaplatit si její výpomoc.

Živnosti, které specifikují kvalifikaci, dělí John (2015, s. 131) na tyto formy:

- řemeslné – nutné u většiny případů této formy živností je pro ženu prokázat odbornou způsobilost k této činnosti – jedná se zde o klasická řemesla jako – kosmetička, kadeřnice, kuchařka,
- vázané – v této formě je odborná způsobilost nutnost. Je zde nutné předkládat přímé vzdělání v oboru a délku praxe, kterou žena v tomto oboru má – jedná se zde o pozice jako – účetní, majitelka oční optiky, provozovatelka autoškoly, oceňování nemovitostí,
- volné – v této formě nemusí žena prokazovat svou odbornou způsobilost, délku praxe a vzdělání – jedná se zde o obory jako – vydavatelka, překladatelka, výtvarnice, švadlena, nebo novinářka,
- koncesované – jedná se zde o novou formu živností, která je speciálně upravená z důvodu možného rizika ohrožení života, majetku a zdraví klientů. Tato forma nutně vyžaduje odbornou způsobilost, kterou musí podnikatelky prokázat pro povolení vyššího stupně, což je koncese u živností jako je – taxislužba, cestovní kancelář a pohřební služba.

OSVČ je nejjednodušší a nejrozšířenější forma podnikání pro ženy, ale v praxi se setkáváme s ženami, které podnikají formou právnické osoby. Tato forma je mnohem složitější z hlediska vlastního popisu, členění i potřeb vzdělávání.

Právnická osoba

Pokud ženě podle John (2015, s. 132) nevyhovuje varianta být v podnikání fyzickou osobou, může si zvolit pro své podnikání právnickou formu. Rozdíl mezi tímto typem je především ve způsobu vedení účetnictví a často velkým stimulem je rozsah ručení právnické osoby za vzniklé závazky v průběhu podnikání. Vedení účetnictví je zde stanoveno ze zákona, a právě fyzická osoba má zde možný výběr vedení účetnictví, nebo jen daňové evidence. Největším rozdílem a mnohdy i výhodou pro ženy je to, že v této variantě podnikání nemusí žena ručit svým osobním majetkem a za závazky firmy ručí pouze obchodním majetkem společnosti. Jako firma působí žena pro zahraniční firmy a větší společnosti

v otázce spolupráce mnohem důvěryhodněji. Dále je tato forma velkou výhodou pokud podnikatelka žádá o úvěr, nebo vstupuje do rizikovějšího typu podnikání. Tento typ podnikání, v rámci právnické osoby, můžeme také rozdělit do více forem, se kterými se můžeme v praxi setkat.

Právnické osoby dělíme podle John (2015, s. 133-136) v rámci hledání jejich specifických potřeb na:

- Společnosti s ručením omezeným (s.r.o.) nejoblíbenější forma právnického podnikání. Jedná se o kapitálovou společnost, což znamená, že zakladatelé firmy (právnická, nebo fyzická osoba) mají povinnost vložit do tohoto typu podnikání základní kapitál a to v minimální výši a při určitých podmínkách 1Kč a vše další můžou přenechat pověřeným osobám. Založit s.r.o. je relativně jednoduché, není zde tak vysoké riziko, jak pro OSVČ, při vyšším základním kapitálu. Orgány tohoto typu je valná hromada a jednatele, nebo dozorčí rada.
- Akciová společnost (a.s.) tuto společnost může opět založit fyzická, nebo právnická osoba a počet akcionářů ve společnosti není vůbec omezen. Základní možný kapitál a.s. je 2 000 000Kč a nejvyšším orgánem je zde opět valná hromada s povinností se sejít minimálně 1x ročně. Systém řízení a.s. může být monistický – kdy se stává statutárním orgánem ředitel a správní rada, nebo dualistický, kdy statutárním orgánem je představenstvo a dalším orgánem je právě dozorčí rada,
- Veřejná obchodní společnost (v.o.s.) – je zde předpokládána účast společníků firmy na dění a činnosti společnosti a zakladatelé musí být minimálně dva. Výhodou v této formě není nutnost vytvořit základní kapitál společnosti, ale velkou nevýhodou je ručení společníků celým svým majetkem za závazky,
- Komanditní společnost (k. s.) – je charakteristicky průsečíkem mezi v.o.s. a s.r.o. a k založení je potřeba dvou fyzických, nebo právnických osob. Oba ručí za závazky své společnosti, komplementář svým majetkem a komandista do výše nesplaceného vkladu. K.s. je velmi vhodný způsob podnikání, pokud se setká fyzická osoba, která má určitou vizi, ale je bez prostředků s investorem, který zajistí finance,
- Družstvo – tato varianta není příliš atraktivní, i když tato forma je stále právnický aktivní. Většinou družstvo vzniká pro zajištění potřeb jeho členům – nejčastěji se jedná o bytové družstvo.
- Nadace – má statut právnické osoby, smyslem této společnosti není zisk, ale plnění cílů, které jsou obecně prospěšné – lidská práva, ekologie, sociální sféra, věda. Pří-

jem získává nadace z majetku toho, kdo nadaci zřídil, vlastním podnikáním a hospodářskou činností také, ale ve velmi omezené míře.

Z hlediska členění formy podnikání, vznikají odlišnosti v potřebách dalšího vzdělávání u žen, které v dané kategorii nacházejí. Dalším specifikem je i věk, délka působení v podnikatelské praxi, počet zaměstnanců a společníků. Velmi o potřebách dalšího vzdělávání vypoví i oblast podnikání. Na co se často zapomíná je u žen podnikatelek mateřství, rodinné zázemí, a jeho podpora při podnikání a v oblasti dalšího vzdělávání. Tuto otázku řešíme také v empirické části této BP.

1.3 Pozice žen podnikatelek ve společnosti a rodině

Velmi často se nyní ve společnosti setkáváme s jevem, že pro mnoho žen, je kariéra v individuálním žebříčku hodnot ještě výš, než rodinný a osobní život. Ten to stav je v současné době častý a z historického měřítko nový až ojedinělý. V sounáležitosti s tím stoupá věk prvorodiček, klesá porodnost a mění se životní styl v rodinách i ve společnosti. Sobotková (2001, s. 113) upozorňuje u žen na problém odkládání mateřství z důvodu zaměstnanosti a vzdělávání. Většinou se do této skupiny dostávají ženy s vyšším vzděláním žijící a pracující v městech, které se nejdříve zaměřují na vybudování kariéry z důvodu, že děti jsou jimi vnímány jako bariéra rozvoje v jejich profesi. Tato změna byla zahájena oficiálně prostřednictvím emancipace žen a dívek v 19. století u nás i ve světě a pokračuje nadále. Ženy se mnohem více v produktivním věku uplatňují na trhu práce a ve sféře podnikání, než tomu bylo v minulosti a to i na vyšších postech v politice, ve společnosti i v na trhu práce, což s sebou nese i řadu změn. Základním pojmem pro pochopení souvislostí i z hlediska GENDER problematiky je i termín emancipace, se kterým se setkáváme i v oblasti ženského podnikání.

Emancipace

Emancipace je podle Slovníku cizích slov (1998, s. 86) zrovnoprávnění a osvobození se z podřadné role a někdy i boj o rovnoprávnost žen v minulosti i v dnešní společnosti. Začátek emancipace můžeme pozorovat zejména 19. století, kdy Bahenská (2005, s. 7) popisuje, právě toto období bylo převratné nejen z hlediska ženské emancipace, ale i dobou dalších převratných změn. Změna souvisela nejen s politikou, ale především se změnou životního stylu. Z hlediska představy o údělu žen, jejich schopnostech a možnostech postavení ve společnosti dochází k radikálním otřesům v druhé polovině 19. století, kdy začínají

nově vznikat dívčí školy a absolventky těchto škol hledají uplatnění na trhu práce a dochází tak k oslabení identity muže, jako jediného živitele rodiny. Pohled žen se v této době neubírá jen k domácnosti, jak k tomu bylo v minulosti, ale začínají ve větším množství zajímat o dění ve společnosti, navštěvují vzdělávací kurzy a přednášky, pořádají sbírky s dobročinnou tematikou. Jsou dále zakladatelkami ženských spolků a účastní se i salónové zábavy, která byla do té doby jen výsadou mužů. Od konce 19. století, se událo více kladných změn pro podporu žen v rámci jejich pozice ve společnosti, na trhu práce i vzdělávání. Z hlediska aktuálního stavu v Evropě podle brožury Evropské komise: Evropa pro ženy (2010, s. 6-7) tvoří nyní právě podnikatelky zhruba 8% z celkového počtu ženské pracovní síly v Evropě a muži ve své sféře 16%. U žen je podle údajů 3x menší pravděpodobnost, že budou mít zaměstnance a tvořit samostatně výdělečnou činnost. Z hlediska dalšího vzdělávání mohou ženy podnikatelky z Evropského sociálního fondu získávat specializované instruktáže a školení a EU vytvořila pro tyto ženy i podpůrný podnikatelský portál, který je určený právě ženám podnikatelkám.

Ženy podnikají specifickým způsobem a také takto přistupují k dalšímu vzdělávání. Z hlediska počtu uvádí portál iPodnikatel (2011) v příspěvku: Svět podnikání a ženy – specifika podnikání žen z 20. 07. 2011, že ženy vlastní téměř třetinu živnostenských oprávnění z celkového počtu oprávnění aktuálních v daném roce, tedy v roce 2011. Aktuálnost tohoto údaje potvrzuje John (2015, s. 15), která uvádí, že podle statistických údajů ministerstva průmyslu a obchodu přibylo za poslední rok (2014 – 2015) v České republice více jak 10 000 podnikajících žen a statisticky si stále drží nyní více jak třetinu z celkového počtu osob podnikajících na území České republiky. Situace v podnikání žen u nás kopíruje situaci v jiných zemích. Důvodem přibývajících počtu žen v této oblasti je rychlý rozvoj informačních technologií, které tuto práci velmi usnadňují a ženy tak můžou snadněji a mnohem lépe ladit profesní kariéru a osobní život.

Portál iPodnikatel.cz (2011) dále uvádí, že tento počet podnikajících žen není špatnou vizí, ale díky specifickému přístupu k podnikání je těch, které prosperují v této oblasti mnohem méně, než celkově uvádějí statistiky. Od mužů se ženy liší i důvody a motivy proč začaly podnikat a právě jiným přístupem k vlastnímu podnikání. Pokud vycházíme z evidence plátců DPH je patrné, že počet žen, které jsou více úspěšné, je ve sféře milionových obrátů mnohem méně, statistiky uvádějí, že počet žen je zde 5x menší. Z toho můžeme usuzovat, že velké množství žen inklinuje k drobným živnostem. Zajímavá data přináší i sféra firemní. Z celkového počtu existujících společností, které jsou registrovány v České

republiky, vlastní ženy podíl v majetku téměř jedné třetiny společnosti, ale těch, které ji řídí je pouhý zlomek, v roce 2010 to byly 2% ze všech obchodních společností. Pokud vycházíme ze studie „Životní strategie podnikatelek a podnikatelek na přelomu tisíciletí“, kterou vytvořil Sociologický ústav Akademie věd České republiky, vidí muži ve vlastním podnikání většinou náplň svých ambic, novou příležitost, uchopení své pracovní šance a touhu uspět v konkurenci, která je velmi silná. Vedle mužů ženy méně řeší podnikáním své ambice, ale mnohem častěji je to pro ně způsob vyřešení složité životní situace, například ztráty zaměstnání v propojení s existenční nouzí, kdy něco udělat musí. Dále je velkým motivem pro ženy pro vstup do podnikání možnost lepšího sladění rodinného života a výdělků. Velmi často se v praxi můžeme setkat s modelem ženy – podnikatelky, která je pouze pravou rukou svého manžela. Muž vede rodinný podnik a žena se spíše věnuje organizaci a administrativě.

1.4 Specifika a potřeby dalšího vzdělávání žen podnikatelek

Z hlediska obecné specifikace a potřeb ve společnosti pro vzdělávání žen je podle Beneše (2008, s. 121-122) v oblasti dalšího odborného vzdělávání patrné, že ženy jsou sice srovnatelné s muži z hlediska úrovně dosaženého vzdělání, ale dále jejich aktivita zde výrazně klesá. Zároveň se ženy, pokud jsou ve srovnatelných životních situacích a pracovních pozicích jako muži, tak mají potřebu se vzdělávat a vzdělávají se stejně jako oni, nebo často ještě mnohem víc. Ženy v podnikání jsou zde mnohokrát ve specifické mužské pozici s ohledem na výkon a další aspekty mužské práce, ale zároveň zůstávají ženami, které se starají o rodinu a domácnost. Z hlediska podnikání si svůj čas řídí samy, tak aby byly pracovníčně efektivní, ale zároveň, aby udržovaly standardní osobní a rodinný život. Podnikání vede ženy podnikatelky k tomu, aby se neustále dál vzdělávaly a zároveň si dokázaly na vzdělávání vytvořit prostor v pracovním, nebo v osobním čase.

Z hlediska jejich efektivního přístupu k dalšímu vzdělávání, je nutné dodržet několik podmínek a specifik, které musí ženy splňovat, aby se mohly dál vzdělávat. Šerák (2009, s. 62) uvádí, že je důležité pro člověka, který se chce vzdělávat, mít možnost se učit, a to z hlediska podmínek sociálních i fyzických. Z hlediska sociálních, je důležitá situace v rodině, v práci a volný čas a jeho dostatek pro vzdělávání. Fyzickými podmínkami jsou inteligence, zdravotní stav jedince a duševní výkonost. Dále je důležitá ochota se učit, která jde ruku v ruce se silnou vnitřní motivací. Další podmínkou je ovládat schopnost a umění učit se. I specifika a potřeby žen podnikatelek jsou závislé na dalších rysech, které jsou

univerzální. Podle Beneše (2008, s. 122) je z hlediska dalšího vzdělávání obecně důležité vidět závislost:

- Ve věku – s věkem přibývá mnohokrát skepse k dalšímu vzdělávání a to z důvodu překonání určitého věkového bodu kolem 40. let, který bývá pro jedince stádiem, kdy je rozhodnuto, zda už něčeho dosáhl, nebo bude do konce aktivního pracovního života na stejném místě a neposune se dál. Tento pohled pak výrazně mění postoj k zaměstnání i účasti v dalším vzdělávání. V tomto bodě může člověk přehodnotit své zájmy, věnovat se víc sociálním kontaktům, nebo jít do stagnace. U žen je tento věk obdobím, kdy hledají novou životní orientaci a to z důvodu, že jim odcházejí děti z domova. Svě naplnění můžou najít právě ve větším zaměření na zaměstnání a vytvořit si „druhou kariéru“, která může být podporovaná právě vzdělávacími programy u nás i v zahraničí;
- v charakteru práce - a to z důvodu motivace, orientací a rozvoje schopností jedince. Náročnější a komplexnější práce vede k podpoře a rozvoji flexibility a intelektuálních schopností, ale monotónní práce vede naopak k docela negativním až k destruktivním reakcím, které jedince k dalšímu vzdělávání vůbec nemotivují;
- ve velikosti kvalifikace - jedinci s vysokou kvalifikovaností mají k dalšímu vzdělávání mnohem blíže, než ostatní, protože se zaměřují především na realizaci svého povolání a volný čas, nebo slučitelnost pracovních a osobních zájmů nejsou pro ně až takové priority, jako u ostatních.

Z hlediska specifik a potřeb dalšího vzdělávání této cílové skupiny je nutné se zaměřit na její volný čas. V praxi je možné, se setkat s termínem Time Management, který není součástí pouze podnikatelké činnosti, ale je obecně znám v širším poli působnosti. Podle portálu managementmania.com (2016) je Time Management oblast řízení času, která v sobě formuje metody efektivního hospodaření s ním a čas je zde vnímán jako omezená komodita. Tyto metody, které Time Management nabízí, učí jedince získat kontrolu nad časem, se kterým právě hodpodaří. Umět správně hodpodařit s časem je pro ženy podnikatelky v otázkách dalšího vzdělávání velmi důležité.

2 MOTIVACE

Významným faktorem, který ovlivňuje účast žen podnikatelek v dalším vzdělávání je právě jejich motivace. Díky motivaci jsou lidé obecně schopni postupně dosahovat svých cílů, které si v mnoha oblastech předurčili. Pokud ženy podnikatelky nemají potřebu se dál vzdělávat, tak ve své praxi nedosahují toho, co si předučily za výsledek své činnosti. Hlavním cílem empirické části bakalářské práce bylo zjistit, jak jsou ženy podnikatelky motivovány k dalšímu vzdělávání. Prostřednictvím dílčích cílů empirické části BP jsme hledali faktory, které motivaci těchto žen přímo a konkrétně ovlivňují.

Pojem motivace vychází dle Nakonečný (2014, s. 16) z latinského slova „moveo“, což v překladu znamená „hýbám“. Vycházíme z toho, že motivace je proces, tedy děj, který se odehrává v čase. V přítomnosti tohoto děje pojmenováváme různé síly, které jsou důvodem právě toho pohybu, většinou ve variantě chování jedince, zejména ve formě určité aktivity, která můžeme identifikovat jako jednání. Právě jednání nemusí být provedené vůbec formou pohybu, ale jedinec může jednat určitým způsobem, aniž by musel učinit přiměřenou fyzickou aktivitu.

Z hlediska vzdělávání dospělých je motivace podle Průchy (2014, s. 33) určitým psychologickým rozhodnutím, nebo vnitřní pohnutkou, která vede k účasti dospělých jedinců v nějaké formě dalšího vzdělávání. Motivace se vždy vyvolána prostřednictvím konkrétní potřeby jedince a motivace v následném procesu zastává funkci regulanta do té doby, dokud nenastane naplnění dané potřeby.

Šauerová (in Průcha, 2014, s. 33) popisuje, že motivace a její zaměření se může u každého jedince individuálně lišit a vychází vždy z osobnosti jedince, ve které se odráží jeho dosavadní zkušenosti a individuální hodnotový systém. Dále se zde odráží i jeho individuální dovednosti, schopnosti a postoje, které vycházejí z jeho individuálního vývoje v životě.

To, že je obecně motivace proces intrapsychicky dodává Nakonečný (2014, s. 15) a dále uvádí, že tento děj vychází z určité potřeby a jeho výsledkem je přijatelný niterní stav, popřípadě je ovlivňován endogenně (vnitřními pohnutkami), nebo exogenně (vnějšími pobídkami). To, jakým způsobem se člověk zachová, se vždy zakládá na určité vnitřní pohnutce, ale pokud jedinec reaguje na vnější pobídku a ta by ho měla určitým způsobem motivovat, musí vždy tato pobídka být aktivizační a zajímavá právě pro nějakou jeho vlastní vnitřní pohnutku. Potřeba je vnitřní stav a motiv nás posouvá blíže k uskutečnění cíle. Blíže se motivu, potřebě a tužně věnujeme v další části této kapitoly.

2.1 Motivy, tužby a potřeby a jejich charakteristika

Motiv je podle Nakonečného (2014, s. 15) právě jednání nebo situace, která přináší jedinci daný užitek. Pokud se na motivaci lidského chování podíváme z hlediska jeho cílů a příčin a z pohledu psychologie, vše dává určitému chování smysl. Každé chování, nebo jednání člověka směrem za určitým cílem má právě vnitřní psychologickou podstatu. Jinými slovy jedná se zde o vznik a uspokojení potřeb. Právě potřeby představují nějaká prázdná místa v lidském životě, které často označujeme jako nedostatky. Tyto nedostatky nám vytvářejí podklad pro zdravý proces života z biologického a společenského hlediska.

Motiv, potřeba a tužba

Cakirpaloglu (2012, s. 180) poukazuje na to, že termíny motiv a potřeba se mnohokrát používají společně z hlediska nahrazení jednoho pojmu druhým, i když má každý jiný význam. Potřeba je vždy vnitřní stav a právě motiv je to, co nás posouvá k určitému cíli. Motiv se bere jako termín více obecně, než potřeba a ta se stává jeho vnitřní součástí a doplňuje tak určité chování vedoucí k naplnění cíle, která později vede k jejímu uspokojení. Příkladem může být pocit žízně, což můžeme identifikovat jako určitou potřebu. Právě tato potřeba vyvolá cíl, což je obraz vody a motiv, což je vyvolání určitého jednání, které vede k jejímu uspokojení. Plánínek (2010, s. 265) ještě od termínu potřeba odlišuje termín tužba. Potřebu vnímá jako objektivní a tužbu jako subjektivní. Je možné, že člověk objektivně něco potřebuje, ale vnímá subjektivní tužby k něčemu jinému. Například by žena podnikatelka měla být v propojení s objektivní potřebou se dál vzdělávat, ale subjektivně touží se plnohodnotně věnovat svým klientům a rodině.

Motivy podle Vágnerové (2005, s. 168) určují směr, na který se aktivita zaměřuje, což ovlivňuje průběh a hlavně obsah jednání jedince. Dále pak motivy určují intenzitu, tedy sílu odhodlanosti něco zdárně dokončit. Motiv je určovaná i délka trvání určité aktivity, což může trvat různě, ale většinou se přikláníme k teorii, že ji zakončuje uspokojení právě té potřeby, která byla právě pro ni aktivační.

To, že motivy můžeme dělit různým způsobem, uvádí Říčan (2009, s. 179-180). Tento autor motivy dělí do kategorií primární a sekundární. Jako primární motivy uvádí primární biologické potřeby, které dále dělí na pozitivní a negativní. K uspokojení pozitivních potřeb potřebuje jedinec odpovídající objekt (jídlo, oblečení, partnera aj.). Opakem jsou negativní potřeby, zde se jedinec objektů, nebo stavů snaží zbavit a uniknout jim (uniknout bolesti, potřeba klidu na spánek aj.). Dalšími primárními motivy jsou primární psycholo-

gické potřeby a sociální potřeby. Sekundární motivy jsou častokrát odvozené z motivů biologických, ale jsou standardně psychologické. Jako příklad můžeme uvést potřebu peněz, abychom si za ně mohli koupit jídlo, oděv. Speciální kategorií motivů jsou zájmy, které mají velký význam v oblasti výchovy a vzdělávání. Zájem můžeme definovat jako to, co nás baví, a nemusíme při této činnosti ničeho dosáhnout, pouze ji děláme. Zájmy jsou snadno formovatelné právě výchovou.

Zájmy

Zájmy podle Plamínka (2010, s. 265) můžeme upřesnit tím, že jejich místo vzniku je právě nad subjektivními tužbami a objektivními potřebami. První typ zájmů, který je propojený se subjektivními tužbami, má mnohem větší sílu, protože je v projení se silnými a významnými emocemi.

2.1.1 Vznik motivu

To jakým způsobem motiv vzniká, vysvětluje Madsen (in Vágnerová, 2005, s. 170-172) těmito modely:

Homeostatický model – se vyznačuje tím, že motivaci ovlivňuje určité porušení přirozené homeostázy, tedy rovnováhy. Jedinec se posléze automaticky přiklání k navození opět původního stavu homeostázy. Homeostatický model rozdělujeme na variantu modelu přebytku a nedostatku. Model přebytku můžeme specifikovat jako pocit určitého napětí, který vychází z přetlaku či z určitého pocitu přesycenosti. Člověk dojde v tomto případě k uspokojení pouze tehdy, pokud něco vlastního ze sebe vydá, např. prostřednictvím vyměšování, nebo tím, že věnuje svou vlastní energii jiným lidem. Druhým modelem je model nedostatku, který můžeme identifikovat tím, že cítíme, že nám něco chybí, vnímáme pocit prázdnoty, což je nepříjemné. Jsme pak vedeni ke stimulaci této potřeby. V tomto případě se může jednat o potřebu nasycení, nebo v hladině vyšších potřeb o seberealizaci ve společnosti aj.

Pobídkový model – je doplňujícím modelem homeostatické hypotézy. Příkládá významnost činitelům, které na nás působí z vnější strany a tím naší motivovanost rozvíjí a podporují.

Kognitivní model - klade důraz na orientaci v situaci, která je aktuální a její celkové vyhodnocení z hlediska rozumu. Motiv se zde vždy orientuje na nějaký cíl. V tomto případě je motivace velmi ovlivněná naší zkušeností z minulosti, která je transformovaná do kon-

krétní představy cíle, obsahu a možnosti vlastního zhodnocení, zda jsme této věci schopni dosáhnout. Důraz je zde kladen na žádoucí cíl, který si zde musíme přímo uvědomovat.

Činnostní model - zdrojem motivace je zde určitá činnost, která je už i celkem, nikoli pouze prostředkem k uspokojení. Například radost z pohybu.

Emoční model – ukazovatelem motivovanosti a stavu uspokojení jsou zde emoční prožitky. Do tohoto modelu také spadají tělesné pocity (pocit hladu) i emoce jinak vyvolané (prožitkem smutku, přijetím aj.) Zpětnou vazbou jsou zde právě emoce, které popisují, jak na tom člověk aktuálně s uspokojením je. Od tohoto se pak odvíjí síla, délka a zaměření aktivity.

2.2 Motivace z hlediska její obecných teorií

Teorií o motivaci existuje velké množství a zde uvádíme ty nejčastěji využívané od A. K. Maslowa a A. Adlera. V empirické části BP se zabýváme individuální důležitostí dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky z hlediska jejich žebříčku hodnot a potřeb, které jsou spjaté i s určitými obecnými teoriemi.

Maslowova pyramida potřeb

Jednou z nejnámějších a nejcitovanějších klinicky podložených teorií je syntéza A. H. Maslowa (1954), která má název hierarchická teorie potřeb a vychází z humanistické psychologie. Nakonečný (1996, s. 146-147) uvádí, že hierarchií zde bylo zamýšleno právě pořadí naléhavosti prožitku uspokojení potřeb. Maslow ve své teorii radikálně diferencuje potřeby vývojově nižší či fyziologické, tedy základní a vyšší z hlediska vývoje, které nazývá jako potřeby růstu, tedy seberealizace. Potřeby fyziologické pokládá Maslow jako potřeby základní a přiřazuje k nim i potřebu bezpečí. Teprve později vznikají vyšší potřeby, které vedou k upevnování vazby jedince v kontextu se sociálními podmínkami života. Maslow nazývá vývojově nejvyššími právě „potřeby růstu“ anglicky „growth needs“, které vedou k seberealizaci. Tedy, pokud shrneme celou hierarchii potřeb dle A. H. Maslowa podrobněji a konkrétněji od základny pyramidy první stupněm tedy jsou fyziologické potřeby, které můžeme blíže specifikovat jako potřebu jídla a pití, spánku, sexu, odpočinku a další. Druhým stupněm pyramidy jsou potřeby jistoty, např. pocitu bezpečí, péče a ochrany. Na třetím stupni jsou potřeby sounáležitosti a lásky, např. potřeba přátelství, přijetí ostatními lidmi a další. Na čtvrtém stupni se setkáme s potřebami úcty, uznání a ocenění.

Na samém úplném vrcholu pyramidy se nachází potřeby seberealizace, tj. potřeba realizovat se v plném svém potencionálu.



Obrázek 1- Maslowova pyramida potřeb

(Zdroj: www.zrcadlo.blogspot.cz)

Teorie A. Adlera vycházející z důrazu na psychosociální potřeby

Jako druhou teorii pro porovnání jsme vybrali právě tuto teorii vídeňského lékaře a představitelů individuální psychologie A. Adlera (1870- 1937). Adler, Moussová (in Vágnerová, 2005, s. 173-174) uvádí, že A. Adler považoval jako nejdůležitější motiv potřeb celého lidského chování právě potřebu dosáhnout určitého úspěchu. V jeho dílech se můžeme setkat s pojmy např. potřeba úspěchu a sebeprosazení, ale i s termíny prožitků neúspěchu a neuspokojení, které vedou k pocitům sklíčenosti a nejistoty. Pocit neúspěšnosti a neuspokojení má dle A. Adlera i své pozitivní východisko, protože se může stát motivačním prvkem k odbourání původních negativních pocitů a dovedou člověka k tomu, že se dokáže prosadit a být úspěšný, třeba i v něčem úplně jiném. Dále A. Adler prosazoval teorie, že pokud je jedinec neúspěšný a neuspokojený v jedné oblasti života, může si vše kompenzovat (stabilizovat se) právě nějakou jinou oblastí. Jeho teorie vychází z předpokladu, že osud člověka není předurčen a právě on dokáže racionálně myslet a je tedy schopný najít z určité neblahé situace vždy možné východisko. Dále rozebírá pojem sebehodnocení, které si jedinec vytváří i dle zkušenosti se sociálním prostředím. To, jak to má jedinec v sobě nastaveno v otázce sebehodnocení, tak se projevuje ve vztahu k sobě i k okolnímu světu i v oblasti vědomí svých vlastních hranic dosažení. Pokud jedinec překoná stav méněcennosti, může získat právě stav sebevědomí.

2.3 Motivační faktory v oblasti dalšího vzdělávání

Faktorů, které ovlivňují motivaci jedince dál se vzdělávat je velké množství a je patrné, že nejsou to pouze vnitřní faktory, které ho ovlivňují, ale i vnější faktory, které jsou také nesmírně důležité pro proces dalšího vzdělávání. V epirické části BP se věnujeme faktorům, které ovlivňují motivaci žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání, ať je to specifický denní režim a požadavky na podnikatele, tak podpora a překážky v jejich dalším vzdělávání.

To, co má značný vliv na zahájení a zdárný průběh a výsledky v oblasti dalšího vzdělávání jsou podle Mužíka (2005, s. 9) všechny motivy člověka, které ho vedou k určitým činnostem a jejich propojení s jeho zájmy, potřebami, vlohami a určitými postoji a emocemi. Dospělý jedinec má vždy volbu, zda se dalšího vzdělávání účastní, nebo ne. Následky tohoto rozhodnutí si jedinec musí následně nést sám. Z hlediska didaktiky je velmi známý pojem "boj v rámci motivace účastníků vzdělávání k uskutečňování činnosti učení".

Podle Mužíka (2005, s. 11) schopnost vzdělávat se a učit ovlivňují objektivně tyto faktory jako je uvědomělost k podmínkám učení a jeho síle, vůle a ochota učit se, způsob obtížnosti učební látky a procesu vzdělávání celkově. Dalším důležitým faktorem je kapacita intelektu jedince a trvanlivost učení.

Právě faktory, které znatelně ovlivňující účast na dalším vzdělávání podle Beneše (2008, s. 82) jsou:

- osobnost a charakteristika jedince,
- určité prožité životní situace,
- okolí a vztahy v něm,
- určité životní výzvy a epochální témata,
- klima a vztah společnosti k tematice učení.
- sociální faktory jsou úroveň vzdělání, situaci v rodině a další.

Motivační faktory jsou pro motivaci, jako pro nástroj dosažení životních a vzdělávacích cílů velmi důležité. Každého jedince ovlivňují jiné faktory a během vzdělávacího procesu může dojít ke změně jejich síly, co se může posléze projevit na změně motivace jedince, nebo změnou ve vzdělávacím procesu.

Na ženy podnikatelky také míří velké množství faktorů, které ovlivňují jejich motivaci k dalšímu vzdělávání. Z hlediska podnikání je velmi možné pro ženu během krátké doby přijít o možnost pokračovat v podnikání dál. Mnoho podnikatelek se vrací na úřady práce,

nebo do zaměstnání, kde buď zůstávají, nebo se do své podnikatelské činnosti vracejí. Mnohé ženy si vybírají podnikání jako jediný možný způsob, jak zůstat k dispozici dětem, nebo nenachází jiné uplatnění z hlediska trhu práce. Prostřednictvím úřadu práce se ženy můžou na podnikatelskou činnost i rekvalifikovat. Ženy podnikatelky by se měly dál vzdělávat i z hlediska prevence vzniku nežádoucích vlivů v podnikání, protože v této oblasti dochází k velkému podceňování.

Individuálním motivacím žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání i z hlediska motivačních faktorů se věnujeme v empirické části BP.

2.4 Členění motivace k dalšímu vzdělávání

Motivaci k dalšímu vzdělávání značně ovlivňují vnitřní a vnější faktory, které byly jmenované v předchozí podkapitole. Motivaci člení ke vztahu k učení Hartl (1999, s. 134) na vnitřní a vnější.

Vnitřní motivace

Nejhodnotnější pro jedince z hlediska dalšího vzdělávání je motivace vnitřní, která je iniciovaná z vlastního rozhodnutí jedince. Tato motivace je nejefektivnější tehdy, kdy jedinci přináší radost a očekávání, které je příjemného charakteru. Velice účinným typem motivace je motivace výkonová, kdy jedinec vnímá vlastní užitek z toho, co dělá a jak ho to v životě a profesi posouvá dál. Pro dospělého je vždy velmi hodnotné a motivační, pokud má pro něho oblast, ve které se vzdělává, určitý vnitřní význam a přínos. Vnitřní motivace je přímo závislá z hlediska vzniku na předchozím učení, a to může být někdy značnou nevýhodou.

Přínosem dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky se věnujeme i v empirické části BP.

Vnější motivace

Tento druh podle Hartla (1999, s. 134) vychází obecně z vnější strany, kdy je jedinec konfrontován s potřebami někoho jiného, jak z hlediska organizace, podniku, společnosti. Potřeba je mířena na jedince tak, aby zvýšil svoji kvalifikaci, nebo se přímo rekvalifikoval. Tyto dva druhy motivace se nevyskytují ve své podstatě nikdy úplně samostatně, ale vždy se navzájem doplňují a podporují.

Motivace z hlediska vzdělávání člověka

Individuálně každý jedinec má své různorodé potřeby a motivy, které má potřebu uspokojovat. Z hlediska vzdělávání celou problematiku k cílovým skupinám obyvatel vystihuje a rozděluje Prusáková (2005, s. 108) tímto způsobem:

- jedinci s individuální motivací častokrát preferují neformální vzdělávání pro svou vlastní seberealizaci;
- jedinci se sociální motivací (v užším slova smyslu) preferují zlepšení své vlastní sociální pozice v určitém společenství (např. partnera, rodiče,...);
- jedinci se sociální motivací (v širším pojetí) preferují zlepšení své vlastní sociální pozice v oblasti občanské sféry (např. jako podnikatel, volič, občan,...);
- jedinci s motivací ekonomickou (při hledání nového a lepšího zaměstnání, udržení současného zaměstnání,...);

Motivy z hlediska profesního vzdělávání dělí Mužík (2005, s. 11) do pyramidy, kde jsou základnou informace, získání odborných dovedností a určitých pracovních návyků. O stupnínek výš můžeme nalézt motiv zvýšení výkonnosti. Na dalším stupni je motiv získání určité sociální jistoty a úplně na vrcholu pyramidy je užitek individuální.

Dělením motivace k dalšímu vzdělávání může být také její rozdělení podle zisku, který s sebou tento typ vzdělávání přináší. Michaels (in Hartl, 1999, s. 135) dělí tímto motivaci do tří kategorií, a to na bezprostřední zisk, krátkodobý a dlouhodobý zisk.

- bezprostřední zisk – je probuzení zájmu o učivo, problém, nebo téma. Tuto motivaci může v jedinci probudit svým vlivem přímo lektor, nebo vzpomínka na minulou zkušenost, která je tímto obnovena;
- krátkodobé zisky – možnost sociálního uspokojení jedince v rámci vzdělávání. To co jedinec získá během vyučování, může v krátké době zužitkovat ve svém životě, ale pouze okrajově. Velice silný zisk mají zde praktické kurzy, po kterých získané informace a dovednosti mohou účastníci zužitkovat v práci a životě. Možnost získat nové dovednosti, smysluplné informace a osvědčení, někdy bez okamžité praktické hodnoty, ale v přímém propojení na možnost dalšího a vyššího studia;
- dlouhodobé zisky – jsou v přímém propojení s délkou studia a vedou ke zvýšení finančního příjmu a růstu prestiže jedince, které se vzdělává.

3 DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ

Tento termín podle Beneše (2008, s. 24) představuje návrat k potřebám vzdělávání, které jsou zcela objektivní, definované ekonomickou nutností, nebo zájmy státu. Podle Prusákové (2005, s. 74), je další vzdělávání takové vzdělávání, kterým je možné rozšířit, doplnit, prohloubit původní vzdělávání a dokonce i uspokojit zájmy člověka, popřípadě je možné se i skrze další vzdělávání i rekvalifikovat. Z pohledu celoživotního vzdělávání ho nazývají Průcha a Veteška (2012, s. 64) druhou částí etapy vzdělávání, která nastupuje po ukončení školního, tedy formálního vzdělání. Často se další vzdělávání uskutečňuje i opuštěním tohoto systému, nebo se realizuje právě po vstupu jedince na pracovní trh. Beneš (2008, s. 120) podotýká blíže k dalšímu odbornému vzdělávání, které je součástí dalšího vzdělávání to, že jej můžeme chápat jako důležitý předpoklad prosperity, a to na osobní i společenské úrovni.

V empirické části této BP byl jeden s dílčích cílů výzkumu zjistit, co si ženy podnikatelky představují pod pojmem další vzdělávání. Dále bylo také zjišťováno prostřednictvím výzkumu, kterých forem a typů dalšího vzdělávání se ženy podnikatelky nejčastěji účastní a jakým způsobem se jejich aktivita v rámci dalšího vzdělávání uskutečňuje.

Ženy z této cílové skupiny, se mnohokrát nestihly plně kvalifikovat v rámci svého počátečního vzdělávání z mnoha různých důvodů. Ženy podnikatelky také nepracují z hlediska své dosažené kvalifikace velmi často v oboru, který původně vystudovaly, ale v rámci dalšího vzdělávání si vytvořily novou kvalifikaci, nebo rekvalifikaci, ve které mohou uskutečňovat svou podnikatelskou činnost. Také v rámci podnikání mají ženy podnikatelky mnoho zajímavých možností a příležitostí se dál vzdělávat v rámci formální i neformální typu dalšího vzdělávání. Dalším vzděláváním se v legislativě České republiky zabývá Zákon č. 179/2006 Sb., s názvem: O ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a změně některých zákonů. Tento zákon upřesňuje kvalifikační a hodnotící standard v oblasti dalšího vzdělávání, upravuje pravidla pro udělování a případné prodloužení platnosti a odnětí autorizace pro osoby zainteresované v tomto systému. Dále se zabývá hodnocením dosažené odborné způsobilosti a uznáváním výsledku dalšího vzdělávání v propojení s počátečním vzděláváním v rámci jeho systému. Také charakterizuje určité ogány, které mají na starost uznávání a ověřování výsledků v rámci dalšího vzdělávání.

3.1 Obecné členění dalšího vzdělávání

Z hlediska obecného členění dělí Palán (2002, s. 22-23) dalšího vzdělávání do těchto typů:

Další profesní vzdělávání

Tento typ vzdělávání je součástí profesního vzdělávání a poskytuje se osobám, které již úspěšně dokončili v průběhu počátečního vzdělávání nějaké odborné vzdělávání. Můžeme do tohoto typu zahrnout rekvalifikace, určité typy školení i kvalifikační vzdělávání. Tento typ dalšího vzdělávání označuje také v aktivním průběhu pracovního života dospělého, všechny formy odborného a profesního vzdělávání, které se uskutečnily po ukončení odborného vzdělávání ve školském systému. Tento typ vzdělávání by měl přinést a je jeho posláním rozvíjet znalosti, schopnosti a postoje, které jsou doporučené a praxí vyžadované v rámci určitého povolání pro odbornou způsobilost právě k jeho výkonu. Tento typ má nepřehlédnutelný vliv na ekonomickou aktivitu jedince, a to z důvodu, že je v přímém propojení s jeho uplatněním a profesním zařazením. Další profesní vzdělávání dále dělíme na kvalifikační, rekvalifikační a normativní.

Občanské vzdělávání

Občanské vzdělávání formuje vědomí osob, z hlediska jejich povinností a práv, které mohou uplatňovat v občanských, společenských, politických a rodinných rolích a jiných životních oblastech tak, aby je naplňovali účinně a správně. Tento typ vzdělávání se uplatňuje i ve veřejných otázkách z hlediska státu, regionu i místa působení osob a směřuje k uspokojení zájmů a společenských potřeb těchto lidí. Používá se pro vytvoření integrity skupiny a ve společenství pro zdokonalení života v něm. Stát občanské vzdělávání jednoznačně podporuje, protože je v jeho zájmu, aby se lidé v této oblasti dál vzdělávali. Tento typ vzdělávání řeší problematiku ekologickou, právní, zdravotnickou, etickou, všeobecně vzdělávací, sociální, občanskou, náboženskou a další. Občanské vzdělávání kultivuje člověka v roli občana a pomáhá mu s adaptací na politické a společenské podmínky, které se neustále mění. Občanské vzdělávání vede k občanství, rodičovství, zdravému živornímu stylu atd.

Zájmové a socio – kulturní vzdělávání

Tento typ vzdělávání také přináší možnost kultivace člověka, ale s rozdílem, že je zde kladen důraz na jeho individuální zájmy a osobní zaměření. V rámci volného času zájmové vzdělávání podporuje jedince v seberealizaci, pomáhá mu kultivovat osobnost a usnadňuje mu také vytvoření vlastní hodnotové orientace. Nabídka zájmového vzdělávání je velmi

široká, a to z důvodu nemalého množství lidských zájmů, které jsou velmi rozmanité až specifické pro každou oblast. Tento typ vzdělávání se zabývá problematikou všeobecně vzdělávací, filozofickou, kulturní, zdravotnickou atd. Tento typ vzdělávání má výraznou funkci z hlediska kultivace osobnosti a zároveň je vývojovými trendy posilován jeho potenciál. Z toho důvodu je u nás i ve světě toto vzdělávání hodnoceno stejně jako další profesní vzdělávání a nacházíme ho i v tržní podnikové sféře. Tento fakt vychází z myšlenky, že kultivace osobnosti je vždy vhodná, protože vždy při ní dochází ke zkvalitňování lidských zdrojů. Důsledkem minulého režimu tento styl dalšího vzdělávání u nás není tak rozšířený, jak by mohl aktuálně v dnešní době být. Právě o nápravu tohoto nedostatku se starají určité zájmové organizace, které sice nejdou v přímém propojení s hlavním proudem vzdělávání dospělých, ale i tak mají nezanedbatelnou hodnotu pro další rozvoj. Do zájmového vzdělávání patří odborné zájmové vzdělávání, vzdělávání seniorů, specifické vzdělávání podle charakteristiky určitého sdružení, umělecké disciplíny a jiné.

3.2 Formy dalšího vzdělávání

Podle Prusákové (2005, s. 78) dělíme nejen další vzdělávání, ale vzdělávání komplexně na formální, neformální a informální. Každá forma je velmi specifická a liší se od druhé ve své přímé charakteristice. Formám dalšího vzdělávání se věnujeme i v empirické části této BP, kde v rámci výzkumu zjišťujeme, jaké formě dalšího vzdělávání dávají ženy podnikatelky přednost a co je motivuje ve výběru dané formy.

Formální vzdělávání

Podle Prusákové (2005, s. 79) je formální vzdělávání na sebe navazující chronologický systém, který je ale zároveň hierararchicky strukturovaný a tvoří ho základní, střední a vysoké školy. V oblasti vzdělávání dospělých v této formě můžou dospělí navštěvovat odborné a všeobecné typy vzdělávání, které jsou pro ně připravené prostřednictvím státního školství, nebo zařízeních, které mají soukromý charakter a nejsou státní. Toto vzdělávání je vedeno v podobné režii a charakteristice jako ve standardním školství. Absolvování této formy dalšího vzdělávání vede k získání kvalifikací a certifikátů, které mají formální charakter a jsou oficiálně uznatelné. Průcha (2014, s. 63) dodává, že pouze tyto certifikace a kvalifikace jsou státem uznávané a jejich získání je vázáno pouze na akreditované instituce.

Neformální vzdělávání

Podle Prusákové (2005, s. 79) je neformální vzdělávání v přímém propojení se záměrným a cílevědomým vzděláváním. Švec (in Prusáková, 2005 s. 79) předkládá, že neformální vzdělávání se uskutečňuje mimo školský systém ve třech soustavách, které jsou paralelní a instituciované. První formou je soustava osvětová, do které zařazuje knihovny, kluby, centra, muzea, vzdělávací střediska aj. Druhou je z jeho pohledu soustava, která se zabývá vzděláváním v organizacích, které jsou zaměstnavatelského charakteru. Tyto typy organizací mohou být soukromého, státního, ale i církevního charakteru. Vzdělávání v těchto typech organizací se zaměřuje vždy na nějaké odvětví, sektor, nebo pracoviště. Posledním typem je soustava, která vzdělává v organizacích, které jsou zájmové a nevládní. Jedná se i o vzdělávání v občasných sdruženích – nově od roku 2014 v zapsaných spolcích. Tyto organizace a spolky mohou mít charakteristiku spojující mládež, charitativní, umělecko – kulturní, nebo náboženské. Cílem neformálního vzdělávání podle Prusákové (2005, s. 80) není získat kvalifikace, které mají formální charakter, ale dojít k určitému řešení a lepšímu poznání témat, právě prostřednictvím vzdělávání.

Informální vzdělávání

Informální vzdělávání není podle Prusákové (2005, s. 80) záměrné vzdělávání a ten, který toto vzdělávání přijímá, si ani nemusí v danou chvíli uvědomovat, že se vzdělává. Je to učení ze zkušeností v každodenním životě. Můžeme ho najít v komunikaci, v masmédiích i ve sféře sociálního života. Účastník tohoto typu vzdělávání se vzdělává příležitostně, nezáměrně, nahodile a mimovolně. Podle Průchy a Vetešky (2012, s. 130) je tento typ vzdělávání: „Proces získávání vědomostí, osvojování si dovedností, postojů a kompetencí z každodenních zkušeností a činností v práci, rodině a ve volném čase (ze sociálního prostředí a z osobních kontaktů). Zahrnuje rovněž sebevzdělávání, byť si učící se jedinec většinou nemá možnost ověřit nabyté znalosti.“

3.3 Nejčastější možnosti dalšího vzdělávání žen podnikatelek

Možnosti vzdělávání pro ženy podnikatelky jsou v naší společnosti velmi rozšířené a ženy, pokud se chtějí dál vzdělávat, tak mají možnost si vybrat ze široké škály nabídek, které jsou pro ně k dispozici. Vždy jsou priority jiné, protože každá žena může podnikat v jiné oblasti a rozšiřovat si vědomosti a dovednosti jinou formou vzdělávání. Navíc je ve vzdě-

lávání podnikatelek ještě více žen, které podnikají v oboru, který je baví a tedy zájmové a profesní vzdělávání od sebe vůbec neoddělují.

V empirické části BP jsme zjišťovali, jakým způsobem se ženy podnikatelky dál vzdělávají v rámci svého osobního i profesního života. Zde nabízíme výčet základních možností dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky, které se ve výzkumné části BP nejvíce objevovaly.

V současné době vznikají ve velkém množství v rámci neziskové sféry zapsané spolky, tzn. bývalá občanská sdružení (do roku 2013), které se zabývají pravidelným setkáváním a vzděláváním žen podnikatelek. Tyto spolky (myšleno obecně) jsou podle portálu ucetníkavarna.cz (2011) často vedeny pod označením „Třetí sektor“, nebo soukromý neziskový sektor, není jejich cílem vytvářet zisk, ale užitek produkovat přímo do společnosti.

Podle portálu zapsanyspolek.cz je spolek právnickou osobou, kterou můžou založit nejméně tři osoby, které k tomu vede společný zájem a chtějí jej naplňovat ve společnosti. Členové se v něm spolčují a jedná se o jejich dobrovolný a samostatný svazek. Tyto organizace musí mít slovo „spolek“, nebo „zapsaný spolek“ v názvu, popřípadě zkratkou „z.s“ za svým názvem. Spolek je z hlediska právnických osob novou právní formou a považují se za něho i bývalá občanská sdružení, která jsou založená podle zákona č. 83 /1990 Sb., o sdružování občanů. Od 1. 1. 2014 dochází prostřednictvím novému občanskému přeměně občanského sdružení na zapsaný spolek.

Kluby podnikatelek

Podle portálu klub.csr-zlin.cz (2015) Klub podnikatelek ze Zlína, který je zapsaným spolkem, je jeho posláním vytvoření prostoru, kde se ženy podnikatelky můžou společně setkávat, podporovat se ve svém podnikání a společně sdílet své zkušenosti. Klub podnikatelek ze Zlína má za cíl své členky podporovat v oblasti vzdělávání, etického podnikání, kreativity a také funguje jako podpora pro podnikatelky v regionu, které začínají podnikat a potřebují na začátku své činnosti podporu a informace.

Členkou klubu podnikatelek se může stát jakákoliv žena, která podniká v regionu a respektuje cíle a poslání této organizace. Jako každý zapsaný spolek, mají i tyto kluby členky, které se prokazují právě členstvím v tomto klubu. Členkou klubu podnikatelek se stává žena podnikatelka po vyplnění přihlášky ke členství za podmínek, které má spolek nastavené a uvedené ve svých stanovách.

Vzdělávání žen podnikatelek zde probíhá v oblasti: IT znalost pro využití v podnikatelské praxi, v Time Managementu a v osobním rozvoji aj.

Sebevzdělávání

Jedním ze způsobů jak se mohou ženy podnikatelky realizovat v dalším vzdělávání je možnost sebevzdělávat se, a to z důvodu, že při této formě vzdělávání si ženy mohou samy vybírat, v kterém oboru a jakou formou se potřebují a chtějí vzdělávat. Sebevzdělávání je podle Mužíka (2005, s. 112) velice důležitá forma vzdělávání, ve které dochází ke ztotožnění dvou nejdůležitějších osob v procesu vzdělávání do jedné osoby, a to účastníka a lektora. Sebevzdělávání je v dnešní době velmi aktuální a významné pro řešení životních, pracovních problémů. Tento způsob funguje vždy v propojení s určitou studijní oporou, nebo studijní pomůckou, která může být literárního typu, a to skripta, noviny, kniha, časopisy aj. Dále to mohou být standardní masové komunikační prostředky, jako je televize, nebo rádio. Další podporou je neliterární druh pomůcek a to jsou videozáznamy, zvukové záznamy aj. Z hlediska modernější pomůcek se dají využít klasické trenažery, které napomáhají ke zlepšení a nácviku senzomotorických a motorických dovedností. A poslední a v dnešní době nejčastěji používanou pomůckou jsou elektrotechnická média, mezi která můžeme zařadit výukové CD, internet, sociální sítě, manažerské flight simulátory. Podle Prusákové (2005, s. 27) je tato forma velmi efektivní, protože je založená na silné individuální motivaci účastníků vzdělávat se a dozvědět víc, protože jejich motivace je v souladu s jejich individuálními potřebami. Velkou výhodou sebevzdělávání je možnost si zvolit svůj vlastní čas a prostor pro učení a stanovit si rychlost učení, která účastníkům vzdělávání vyhovuje. Tento typ vzdělávání pomáhá rozšiřovat oblast dalšího vzdělávání a její výstupy můžeme uplatnit sociální sféře i v zaměstnání.

E-learning

Z hlediska praxe je tento způsob studia mezi podnikatelkami velmi oblíbený, a to z důvodu, že ženy velmi často pracují přes počítač a mohou studovat kdykoliv a bez limitu, v čase, který je pro ně dostupný. E-Learning je podle Barešové (2003, s. 26) vzdělávací proces, který je propojen s uživatelem prostřednictvím komunikačních a informačních technologií, které vytvářejí individuální prostředí vhodné ke vzdělávání. Opět se jedná o vzdělávání, které je uskutečňováno za účelem dosažení vzdělávacích cílů. Z hlediska přesné charakteristiky Barešová (2003, s. 27) tvrdí, že e – Learning není metoda a ani forma, z důvodu, že tyto možnosti už v sobě právě e-Learning ukrývá. Palán (2002, s. 142) dodává, že součástí

tohoto procesu je i kontrola získaných znalostí a zpětná vazba. E- Learning funguje prostřednictvím nastavení vzdělávacího serveru, který je centrální pro výuku a jsou v něm uloženy všechny vzdělávací programy a kurzy. Dále je nutné vytvořit třídy, které jsou ve virtuální podobě z řad studentů a lektorů programů a kurzů, kteří vzdělávací proces povedou. Na hlavní vzdělávací server se účastníci vzdělávání dostávají skrze internet v libovolném čase během dne a z kteréhokoliv místa.

Kombinovaná forma studia – SŠ, VŠ

Kombinovaná forma studia je pro podnikatelky velmi motivační z důvodu možnosti si samostudium naplánovat dle potřeb a režimu dne. Pro ženy, které v průběhu standardního vzdělávání nedosáhly středoškolského vzdělání s maturitou, nebo vysokoškolského diplomu a mají zájem si jej dodělat, může být tato forma velkou příležitostí dokončit si i vzdělání. Podle Mužíka (2004, s. 57) je kombinovaná forma studia v praxi velmi častá. Skrze nové trendy ve výuce bylo hlavní příčinou vzniku této formy vzdělávání transformace části výuky do samostudia, které je ale stále řízené lektorem a vypadá v praxi takto:

- 1) Vstupní seminář, který je seznamovací a informační. Řídí ho lektor, který představí problematiku a upřesní probíranou látku učiva a nastíní způsob, jakým se budou výsledky vzdělávání ověřovat,
- 2) Studium individuální, které je v e-learningové podobě, nebo korespondenční a má v sobě i části standardního distančního vzdělávání,
- 3) Tréninkové semináře, které se uskutečňují s lektorem a jsou zaměřené na problematiku, která byla v režii samostudia.
- 4) Závěrečný seminář, ve kterém se ověřují výsledky vzdělávání účastníků pomocí zkoušek, testů, obhajobě závěrečných prací a projektů.

Rekvalifikační kurzy

S termínem rekvalifikace se často člověk setká na úřadech práce, kdy musí splňovat podmínky pro rekvalifikaci nutné a stát mu rekvalifikaci bezplatně zpřístupní. Ženy podnikatelky se často také rekvalifikují, ale částku za rekvalifikaci hradí z vlastních zdrojů a mimo úřad práce. Nejčastěji přes společnosti, které jsou pro tuto činnost akreditované. Rekvalifikace je pro tyto ženy jedna z možností, jak si rozšířit znalosti a dovednosti pro udržení, nebo rozšíření svého statutu v podnikání.

MPSV prostřednictvím úřadu práce, nebo akreditované vzdělávací společnosti samostatně nabízejí rekvalifikaci pro podnikatele v základech podnikání. Portál sluzbyapodnikani.cz (2016) uvádí, že v tomto kurzu se účastník naučí vše o právní formě podnikání a jeho legislativním rámci. Dále se zde blíže rozebírá živnostenský zákon a občanský zákoník. Pro podnikatele je nutná také orientace v sociálním a zdravotním pojištění a v pracovně právní problematice v rámci podnikání. Blíže se v něm zabývají ekonomikou účetnictví a daňovou soustavou v ČR. Také je dobré znát finanční zdroje malého a středního podnikání a případná podnikatelská rizika. Prostřednictvím této rekvalifikace se naučí uchazeč práci s informačními zdroji a výpočetní technikou, základy managementu času, základy psychologie a komunikace.

Podle portálu MPSV (2016) je jakákoliv rekvalifikace možností, jak mohou fyzické osoby, tedy i ženy podnikatelky získat novou kvalifikaci, aby získaly nové dovednosti pro udržení stávajícího zaměstnání, nebo mohly vytvořit nové podnikání. Rekvalifikace je zvýšení, prohloubení a rozšíření stávající kvalifikace, kterou žadatelka disponuje, nebo si ji chce obnovit a udržet. Za rekvalifikaci se dá považovat i získání kvalifikace pro člověka, který jí zatím nedisponuje. Rekvalifikací získá člověk praktické i teoretické dovednosti, které může uplatnit v dalším profesním vzdělávání.

3.4 Přístup k dalšímu vzdělávání

Velmi často se ženy podnikatelky dostávají do situací, které znesnadňují další vzdělávání, důvody mohou být různé.

Podle Beneše (2008, s. 122) je důvodem výběr povolání, které neumožňuje, nebo nepodporuje další postup v kariéře a dalším vzdělávání. Dalším důvodem je skutečnost, že se mnoho žen nenachází ve vedoucích pozicích a nejsou podporovány právě k tomuto postupu prostřednictvím informací a prostřednictvím mužů, kteří jsou v těchto pozicích. Další možností, která znesnadňuje přístup žen k dalšímu vzdělávání je částečný úvazek, který je mnohdy kombinovatelný se sociálními aspekty, které nejsou pro ženy moc podporující. Ženy mnohem častěji nejsou výdělečně činné, protože především ony zůstávají s dětmi individuálně na mateřské dovolené, nebo jsou v určitých případech vedeny jako ženy domácnosti. A jedním z nejdůležitějších aspektů je hledisko socializace, ve které jsou ženy mnohem dominantnější a silnější, než právě muži. Socializace žen není zde spojená pouze se zaměstnáním, jak je to častěji u mužů, ale i výchovou o děti a péčí o rodinu. Právě ženy

často díky tomuto důvodu ve své pracovní činnosti podléhají mnohem větší zátěži a musí být přístupné k určitým kompromisům, které se týkají i dalšího vzdělávání.

Dále z hlediska přístupu žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání, chybí často i jejich informovanost. Mnoho informací o podnikání a dalším možném vzdělávání, získá žena podnikatelka na úradech, nebo prostřednictvím informačních technologií. Podle John (2005, 243-247) je pro podnikatelky z hlediska vyhledávání prospěšných informací důležitá sekce „podpora podnikání“ na stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO). Mnoho informací může také načerpat na živnostenských a finančních úradech, nebo úřadě práce. Dále hodně informací mohou ženy podnikatelky najít na stánkách Hospodářské komory ČR (HK ČR), nebo ve státní příspěvkové organizaci s názvem: Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest, která byla zřízená pro podporu středních i malých podnikatelů. Další podporou pro ženy podnikatelky je Asociace malých a středních podniků a živnostníků (AMSP ČR), která prostřednictvím určitých programů podporuje právě i tuto skupinu. Z hlediska vzdělávacích seminářů pro podnikatelky je podporou i Českomoravská asociace podnikatelek a manažerek (ČAPP). Mnohé další typy můžou ženy podnikatelky najít na serverech iPodnikatel.cz, Podnikatel.cz, Navolnenoze.cz a Napadynapodnikani.cz.

Mnohdy i ženy podnikatelky přesto, že si svůj čas řídí samy, tak se dostávají do podobných potíží jako ostatní ženy na trhu práce. Než začnou být v podnikání skutečně efektivní, tak jsou velmi ovlivnitelné změnami ve společnosti a okolím. Blíže se tomuto tématu věnujeme v empirické části BP.

3.4.1 Bariéry ve vzdělávání

Rabušic, Rabušicová a Šedřová (2008, s. 105) považují za bariéry ty překážky, které motivační energii k dalšímu vzdělávání brzdí. Tyto překážky dále dělí podle formy vzdělávání, ve které se vyskytují, a to ve formálním vzdělávání a neformálním vzdělávání.

Bariéry ve formálním vzdělávání

Bariéry ve formálním vzdělávání rozdělují Rabušic, Rabušicová a Šedřová (2008, s. 105) do dvou kategorií. Těmito kategoriemi jsou vnitřní osobní bariéry a vnější situační bariéry. Mezi vnitřní osobní bariéry zařazují uplívání na myšlenku, že vzdělávání je možné pouze v mládí a je pouze kontinuální. Dále může být bariérou představa jedinice, že má dostatek dovedností a znalostí, aby mohl svou profesi vykonávat, a žádné další vzdělávání již nepotřebuje. Negativem můžou být i špatné zkušenosti z počátečního vzdělávání, nebo nedosta-

tečný zájem, z hlediska osobního rozvoje, jej vést skrze formální vzdělávání. Vnějšími situačními bariérami ve formálním vzdělávání jsou nedostatečné impulzy z vnějšího prostředí, které by vedly jedince k aktivnímu vzdělávání jako významné podněty. Jedinec nemá díky jejich nedostatku potřebu se vzdělávat a to především v oblasti zaměstnání.

Bariéry v neformálním vzdělávání

Bariéry dělí v této formě vzdělávání Rabušic, Rabušicová a Šedřová (2008, s. 105) na situační, institucionální a osobnostní. Mezi situační bariéry můžeme zahrnout pracovní zaneprázdněnost, nedostatek financí, starost o rodinu, velké množství zájmů a málo prostoru na vzdělávání, a také zdravotní komplikace a problémy. Časté jsou i institucionální bariéry, mezi které můžeme zařadit malou informovanost o kurzech, které jsou z hlediska dalšího vzdělávání vhodné. Dále může být bariérou nedostatek takových kurzů a jejich nízká kvalita. Posledním typem v rámci neformálního vzdělávání jsou bariéry osobnostní. Mezi které patří určité pocity, že další vzdělávání nemá smysl, obavy z nezvládnutí, nebo strach, že jedinec není sám kompetentní k dalšímu vzdělávání.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 METODOLOGIE KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU

Praktická část BP je věnována především vymezení metodologie proběhlé výzkumné činnosti a popisu přípravy a průběhu samotného výzkumu, který v rámci BP uskutečnil. Dochází zde k vymezení, pro empirickou část BP podstatných hlavních a dílčích cílů výzkumu a přesný popis výzkumného vzorku informantek, které se ho zúčastnily. Dále jsou zde upřesněny výzkumné techniky a ustanovení problematických okruhů, na které se výzkum a jeho analýza konkrétně soustředily.

4.1 Vymezení výzkumného problému

Problematika dalšího vzdělávání žen, nejen v oblasti podnikání, je v dnešní době velmi aktuální. Stále více žen se osamostatňuje, stávají se samostatně výdělečně činných a spolupodílí se na aktivní formě podnikání ve společnosti. Podnikání je činnost, nebo schopnost, která není každé ženě primárně vlastní a přirozená, a proto se ženy musí často naučit podnikat individuálně a během svého působení. To vše musí v otázce vzdělávání ještě propojit s vlastní činností a dalším vzděláváním v oboru, ve kterém podnikají, a ne v poslední řadě ještě vše sloučit s rodinným a osobním životem. Velká část žen podnikatelek patří do skupiny drobných podnikatelů a tato skupina je z hlediska vnějších faktorů velmi ohrožená, a právě další vzdělávání je jedna z možností, jak tyto ženy podporovat v tom, čemu se věnují a zároveň omezit vliv a působení vnějších podmínek na cílovou skupinu. Podstatou toho výzkumu této BP je vyhledání odpovědi na hlavní výzkumnou otázku: Co motivuje ženy podnikatelky k účasti na dalším vzdělávání? Dále jsou ve výzkumu upřesněny a charakterizovány faktory, které výrazně ovlivňují motivaci této cílové skupiny k dalšímu vzdělávání. Dále vnímáme jako důležité zjistit přínos dalšího vzdělávání pro tyto ženy a zda je potřeba dalšího vzdělávání pro tuto skupinu vůbec důležitá. Neméně důležitou částí je také vymezení individuálních překážek, které brání ženám podnikatelkám naplnění v této oblasti.

4.2 Hlavní cíl a dílčí cíle výzkumu

Cíle ve výzkumu záměrně dělíme na hlavní a dílčí. Hlavním cílem výzkumu je pochopení a porozumění motivace podnikajících žen k dalšímu vzdělávání v souvislosti s interpretací individuálních dojmů, zkušeností a prožitků vztahujících se k tomuto tématu prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů s cílovou skupinou informantek. V propojení

s popisem nejdůležitějších faktorů, které motivaci k dalšímu vzdělávání u podnikajících žen výrazně ovlivňují a průběh dalšího vzdělávání doprovázejí.

Díličními cíly jsou:

- zjistit, jak dokážou ženy podnikatelky interpretovat termín další vzdělávání;
- zjistit specifika denního režimu podnikání žen a jejich volného času, které vedou k uplatnění konkrétní formy dalšího vzdělávání pro tuto skupinu;
- zjistit informovanost žen podnikatelek o možnostech a realizacích dalšího vzdělávání prostřednictvím spolků podnikatelek, nebo jiným způsobem;
- zjistit, zda a jak je pro podnikající ženy důležitá potřeba dalšího vzdělávání;
- zjistit, jaké jsou nejčastější překážky, které brání podnikajícím ženám dál se vzdělávat;
- zjistit, zda a jak jsou ženy podnikatelky podporované a motivované okolím k dalšímu vzdělávání;
- zjistit, co podnikajícím ženám další vzdělávání konkrétně přináší.

Zdrojem dat pro tento výzkum budou polostrukturované rozhovory s cílovou skupinou informantek.

4.3 Zvolený typ výzkumu

Kvalitativní typ výzkumu byl vybrán z důvodu lepší interpretace hloubky jevu, kterou s sebou tato problematika výzkumu přináší. Pokud ve výzkumu chceme zmapovat osobní dojmy informantek, tak musíme vycházet z fenomenologického proudu, jak uvádí Ferjenčík (2000, s. 243) ve vysvětlení odlišnosti kvantitativního a kvalitativního přístupu ve výzkumu, kdy tuto rozdílnost právě interpretuje pomocí filozofických proudů: fenomenologie a pozitivismu. Neboť jak dále uvádí Ferjenčík (2000, s. 243) „Zatímco pozitivismus přímo nabádá ke kvantifikaci a manipulaci s předmětem výzkumu, fenomenologie navrhuje, aby výzkumník nechal jev sám, aby se před ním ve své plné šíři a hloubce odhalil. Úkolem výzkumníka tu není přímo působit a měnit objekt výzkumu, ale spíš naopak, pozorovat tento objekt ze všech možných úhlů a perspektiv.“

Kvantitativní výzkum jsme zde neshledali jako přínosný z důvodu širší problematiky a hloubky výzkumné tematiky. To, co shledáváme na kvalitativním výzkumu pozitivní je možnost jít pomocí otázek právě do hloubky, a tak nalézat konkrétní informace, pro lepší přesnost ve výstupu z výzkumné problematiky. Vytvoří se tímto mnohem bližší a konkrétní-

nější obraz dané problematiky. Za negativum kvalitativního výzkumu můžeme považovat určitou neochotu informantek sdílet veřejně určité části interpretace, které jsou pro ně citlivé z různých důvodů.

4.4 Způsob vytvoření a popis výzkumného vzorku

Po zvolení dané problematiky BP a jejího kvalitativního výzkumu, jsme chtěli více zaměřit i na vzdělávání žen podnikatelek v neziskovém sektoru. Pro výzkum byly tyto ženy osloveny, ale jejich výchozí situace byly pro tuto problematiku velice specifické a výzkum byl obtížně realizovatelný. Nakonec jsme se rozhodli věnovat problematice neziskových organizací jen okrajově v projení s informovaností žen podnikatelek o organizacích v tomto sektoru, které jim další vzdělávání mohou nabídnout. Při bližším průzkumu jsme došli k závěru, že se nemůžeme řídit věkovou charakteristikou, ani délkou činnosti v podnikání, ale bude pro výzkum přínosné vytvořit výzkumný vzorek informantek podle formy podnikání a velikosti v rámci podnikání tak, aby všechny ženy byly v podobné výchozí situaci a ve výzkumu byla zachována reliabilita a validita.

Na začátku výzkumu jsme vybrali podobnou skupinu žen z cílové skupiny žen podnikatelek, se kterými by měl výzkum specifickou hodnotu a užitek pro praxi. Vybrali jsme skupinu informantek, které jsou citlivé a více náchylné na vnější situace ve společnosti, které je mohou snadno ohrozit, a to jsou ženy, které podnikají formou OSVČ a jsou bez zaměstnanců. Tato skupina žen se buď vypracuje do stability v podnikání, nebo ho v určitých případech opouští. Všechny podnikají na volnou živnost, která je specifická tím, že v ní ženy informantky nemusí prokazovat svou odbornou způsobilost, délku praxe a ani dosažené vzdělání. Z důvodu specifičnosti této skupiny jsme se zaměřili i na faktory, které jejich motivaci k dalšímu vzdělávání významným způsobem ovlivňují tak, aby výsledek výzkumu přinesl co nejpřesnější obraz zkoumané problematiky.

Právě další vzdělávání může být pro tuto skupinu žen velmi přínosné a podpůrné a zmapování problematiky zajímavé. Informanty pro výzkum jsme vybrali pomocí prostého záměrného výběru, což je varianta metody záměrného a účelového výběru. Patton (in Miovský 2010, s. 135) uvádí, že tento druh výběru je přístup, při kterém vyhledáváme účastníky cíleně, podle vlastností, kterými disponují, a vlastnost se zde stává právě kritériem pro výběr. Na základně této specifikace máme za cíl hledat informanty, kteří naše kritérium splňují a zároveň jsou ochotní se zapojit do našeho výzkumu.

Celkem jsme pro výzkum vybrali 12 informantek ze Zlínského kraje, které splňovaly potřebnou charakteristiku. 4 informantky se z výzkumu omluvily, protože necítily vnitřní sounáležitost s předmětem výzkumu. Po deskripci osmého rozhovoru jsme již další informantky nehledali, protože se začali odpovědi v hlavních bodech shodovat. Výzkumu se zúčastnily ženy podnikatelky, které pravidelně navštěvují vzdělávací akce, které výzkumnice spolupřipravuje.

Základní charakteristika informantek:

Informant	Věk	Délka podnikání	Dosažené vzdělání	Rodinný stav	Oblast podnikání
Informantka 1	29	4 roky	Střední s maturitou	Vdaná bez dětí	Služby osobního charakteru.
Informantka 2	51	26 let	Střední s maturitou	Rozvedená, 2 dospělé děti	Poradenství a prodej.
Informantka 3	51	17 let	Výuční list	Vdaná, 2 dospělé děti	Poradenství a prodej.
Informantka 4	42	5 let	Střední s maturitou	Vdaná, 3 děti (2 dospělé, 1 závislé)	Služby osobního charakteru.
Informantka 5	32	5 měsíců	Vysokoškolské	Svobodná bez dětí	Služby osobního charakteru.
Informantka 6	23	1 rok	Střední s maturitou	Svobodná bez dětí	Poradenství a prodej.
Informantka 7	60	23 let	Střední s maturitou	Vdaná, 3 dospělé děti	Poradenství a prodej.
Informantka 8	39	5 let	Střední s maturitou	Rozvedená, 1 závislé dítě	Služby osobního charakteru.

Tabulka 1 – Základní charakteristika informantek

Křestní jména informantek byla z důvodu anonymity pozměněna na neutrální identifikaci pomocí slova informantka a identifikačního čísla. Všechny informantky z tohoto výzkumu žijí ve Zlínském kraji a jejich průměrný věk je 41 let. Všechny ženy podnikají formou

OSVČ bez zaměstnanců s volnou živností a průměrná délka jejich činnosti je 10 let. Všechny informantky mají střední vzdělání s maturitou, kromě informantky č. 3, který má pouze výuční list a informantky 5, který má vzdělání vysokoškolské ve formě bakalářského titulu. Rodinný stav je zde velmi různorodý a v péči mají nezletilé (závislé děti) pouze informantky č. 4 a č. 8.

4.5 Výběr metody pro získávání dat

Pro tento výzkum jsme jako metodu a zdroj získávání dat vybrali polostrukturovaný rozhovor. Jeden ukázkový přepis rozhovoru je součástí přílohy této BP. Podle Chrásky (2008, s. 183) je polostrukturované interview (rozhovor) kompromisem mezi strukturovaným a nestrukturovaným interview. Informantům se zde nabízí individuálně ke každé otázce více možných alternativ pro vlastní odpověď a vyžaduje se zde i zdůvodnění a vysvětlení dané odpovědi, nejen té, která je pro výzkum předběžně významná. Miovský (2010, s. 159) říká, že: „Polostrukturované interview je zřejmě vůbec nejrozšířenější podobou metody interview, neboť dokáže řešit mnoho nevýhod jak nestrukturovaného, tak plně strukturovaného interview.“ Miovský (2010, s. 159) dále dodává, že tato forma rozhovoru potřebuje mnohem více technické přípravy i z hlediska náročnosti, než nestrukturované interview. Výzkumník zde pak vytváří určité schéma okruhů otázek, které jsou závazné pro uplatnění v rozhovoru. Pořadí otázek může výzkumník měnit podle konkrétní situace. Miovský (2010, s. 161) uvádí, že: „Možnost kombinace prvků nestrukturovaného u strukturovaného interview činí z metody polostrukturovaného interview téměř ideální výzkumný nástroj pro oblasti aplikace většiny výzkumných plánů v rámci kvalitativního přístupu.“

Podle Ferjenčíka (2000, s. 173) se rozhovor stává nenahraditelnou metodou, pokud potřebuje výzkumník nejen primárně získat data, ale i zpětnou vazbu, jak dané situaci informant porozuměl a co si o ní myslí. Miovský (2010, s. 160) tyto upřesňující otázky nazývá inquiry. Výzkumník těmito otázkami zjišťuje, jak danou věc informant myslí, zda ji správně pochopil a může se zaměřit tak na hloubku zkoumaného problému, která souvisí s výzkumnými otázkami a cíli výzkumu. Miovský (2010, s. 164) z hlediska fáze interview předkládá určité dílčí úkoly, kterých by si měl být výzkumník vědom. V přípravné a úvodní části interview podle Miovský (2010, s. 163) je kromě přípravy otázek hlavním cílem navázání etického kontaktu s potenciálním informantem. Dále je podle Miovského (2010, s. 164) důležité se potenciálnímu informantovi představit a vysvětlit mu účel rozhovoru a tím získat tak souhlas s jeho provedením. Pokud výzkumník získá u informanta

důvěru a motivaci k účasti na rozhovoru, tak získává dva nejdůležitější předpoklady k souhlasu. Důležitou součástí podle Miovskeho (2010, s. 165) je udělení informovaného souhlasu. Z potencionálního účastníka se tím stává účastníkem výzkumu. Informovaný souhlas informantů je součástí přílohy této BP.

Důležitou součástí polostrukturovaného rozhovoru je podle Miovský (2010, s. 160) uchopení jádra interview, což je minimální množství otázek a témat, které potřebujeme s informanty vždy probrat, a jsou pro výzkumníka závazné. Dále na toto jádro navazují další otázky, které doplňují standardní strukturu rozhovoru. Tyto otázky by měly být pro výzkumníka smysluplné a sám pak rozhodne, zda s nimi při zpracování a analýze bude pracovat. Mnohdy bývají tyto nové otázky pro výzkum také velmi užitečné a obsahují vázané informace, které vedou k lepšímu uchopení problematiky výzkumu. Dále je důležité při polostrukturovaném rozhovoru dát váhu výběru prostředí, kde se tato část výzkumu uskuteční. Atmosféra by měla být zde přirozená a žádoucí atmosféra, bez nevhodných vnějších zásahů.

4.6 Popis přípravy a procesu výzkumu

Jádro interview bylo vytvořeno po prostudování dostupné odborné literatury a bylo vyzkoušeno na zkušební informantce v lednu 2016. První rozhovor byl nahráván na diktafon mobilního telefonu, což se později při přepisu ukázalo jako důležité, protože se ukázalo, že některé otázky z jádra interview potřebují přeformulovat, jiné jiným způsobem výzkumníkem položit při rozhovoru. Prostřednictvím nahrávky se zjistilo, že informantka v předvýzkumu dvě otázky špatně pochopila. Stávající otázky se ukázaly jako vhodné a byly navrženy otázky další, které otevíraly další úhel pohledu na výzkumnou problematiku. Tyto otázky byly pak použity v rámci všech dalších výzkumných rozhovorů, které od té doby uskutečnily. Předtím, než každý individuální rozhovor začal, byl informantkám představen průběh a účel a technické dořešení rozhovoru. Zároveň byl dán informovaný souhlas od informantek, že rozhovor může výzkumník nahrávat na diktafon mobilního telefonu. Šest rozhovorů proběhlo v kanceláři výzkumnice, kde se snažila o zajištění neutrálního prostředí pro sběr dat. Dva rozhovory proběhly v kanceláři informantek, kde byly ženy v přirozeném prostředí. Bylo stanoveno, že rozhovory nebudou mít délku více jak 60 minut. Na obou místech probíhaly rozhovory srovnatelně v podobné atmosféře, bez větších nedostatků. Díky tomu, že mohl výzkumník rozhovory nahrávat na diktafon, tak mohl

k otázkám připisovat i konkrétní neverbální postřehy a jiné aspekty chování informantek, které byly zjevné pouze přímým pozorováním, nikoliv pouze intonací hlasu.

4.7 Jádru interview

Použité otázky (jádro interview), které byly položeny informantkám při výzkumu:

- 1) Co pro Vás znamená pojem další vzdělávání?
- 2) Jak vypadá Váš denní režim a volný čas?
- 3) Jak se vzděláváte?
- 4) Co Vás k tomu motivuje, se dál vzdělávat?
- 5) Z hlediska žebříčku hodnot, jak je pro Vás další vzdělávání důležité?
- 6) Jaké vnímáte specifické bariéry ve vzdělávání?
- 7) Podporuje Vás někdo v rámci dalšího vzdělávání při podnikání?
- 8) Jaký máte postoj k vysokým školám a co by Vás motivovalo se přihlásit na tento druh studia?
- 9) Jste informovaná o institucích a jiných možnostech, ve kterých se můžete vzdělávat?
- 10) Co Vám další vzdělávání přináší?

Hendl (2007, s. 170) uvádí, že výzkumník by měl své otázky pokládat informantovi jasným a srozumitelným způsobem. Nevhodné je pak to, pokud výzkumník položí informantovi více otázek najednou. Při rozhovorech byly použity otevřené otázky, které dovolují informantovi větší volnost v odpovědích a výzkumníkovi větší svobodu v kladení otázek.

Otevřené otázky jsou podle Švaříčka (2014, s. 170) specifické tím, že dávají možnost informantům více do hloubky vysvětlit své postoje a přístupy, které ve výzkumu uvádějí.

4.8 Způsob zpracování dat

Tento výzkum byl zpracován a analyzován metodou otevřeného kódování. Podle Miovského (2010, s. 211) je obecně kódování mechanismem, kdy prvotní neagregovaná data přesouváme do datových jednotek, které využijeme právě dál při zpracování výzkumu. Těmto jednotkám později identifikujeme a přidáváme konkrétní názvy.

Všechny rozhovory s informantkami byly zaznamenané na diktafon a později přepsány do společného souboru pro otevřené kódování. Při přepisu byl text vyčištěn od zvukových a

jiných stop, které přímo nesouvisely s výzkumem. Výsledný text byl blíže prostudován a po částech analyzován, dále došlo ke kategorizování dat a prvnímu otevřenému kódování.

Otevřené kódování, je dle Miovský (2010, s. 228) v procesu kódování první fází. Každá jednotka má určitý význam, který označuje individuální události (pocity, specifické jevy, soudy aj.). Pokud mezi sebou třídíme a porovnáváme určité jednotky, které jsou významově homogenní a pojmy v nich ukryté a pokoušíme se o zjištění jejich sounáležitosti s jiným jevem (významové jednotky se někdy částečně překrývají), tak je můžeme často i individuálně odlišit, této třídě pojmů se říká kategorie. Kategorizací se myslí mechanismus shromažďování individuálních pojmů do určitých kategorií.

Kromě odlišností v odpovědích informantek, byly v jejich odpovědích nalezeny i určité shody z hlediska prvků, které nás posunuly k většímu upřesnění celkového obrazu z hlediska dané problematiky. Po dokončení otevřeného kódování, byly všechny zjištěné prvky opětovně vloženy do nových kategorií. V tomto případě každá kategorie náležela k určitému jevu. Celá tato kategorizace proběhla s cílem neopomenout na hlavní cíl výzkumu ani jeho dílčí části.

5 OTEVŘENÉ KÓDOVÁNÍ

Výzkum empirické části BP odhalil celkem 8 kategorií. Hlavní kategorií je kategorie č. 5, které objasňuje hlavní cíl výzkumu. Kategorie č. 5 jako jediná v sobě obsahuje tři podkategorie, které blíže upřesňují danou problematiku.

Kategorie č. 1 Pojetí dalšího vzdělávání v rámci ženského podnikání

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: celoživotní vzdělávání; cesta k odbornosti; zdokonalení se; posunout se; získávání informací; kvalifikace; získávání dovedností; seberozvoj; věnovat se věcem naplno; samostudium; osobní rozvoj; pokračování ve vzdělávání; sebe-realizace

Pro výzkum bylo velice dobré si ujasnit, co si informantky pod termínem další vzdělávání představují. Všechny informantky mají k dalšímu vzdělávání velmi kladný a blízký vztah, ale zformulovat odpověď bylo pro mnohé ženy velmi obtížné. Vyjasnění tohoto termínu bylo pro další průběh výzkumu nesmírně důležité. Tuto otázku jsme zvolili, abychom se problematice tohoto výzkumu více přiblížili a v průběhu výzkumu neodbočovali od jeho hlavního cíle a cílů dílčích.

Vnímání další vzdělávání je u žen podnikatelek hodně ovlivněn jejich praxí. Velmi se shodovaly, že další vzdělávání pro ně představuje získávání informací a určitých dovedností a je pro ně možností se dál posunout a zdokonalit se.

„Je to neustálé zdokonalování se v osobním i pracovním životě.“ (I6-28)

„Pod pojmem další vzdělávání si představuji získávání informací.“ (I5-30)

Další vzdělávání je chápáno také jako možnost seberozvoje, seberealizace a samostudia. Dále ho ženy podnikatelky vnímají jako získání odbornosti a kvalifikace.

„No sebezdokonalování se a samostudium.“ (I8-12)

„Získávání kvalifikace, odbornosti.“ (I2-40)

„Pod pojmem další vzdělávání si představuji seberealizaci, která probíhá pořád.“ (I7-20)

Toto potvrzuje i informantka I1, která vnímá další vzdělávání jako vzdělávání celoživotní.

„Je to vzdělávání, které probíhá celý život.“ (I1-22)

Další vzdělávání vnímají ženy podnikatelky jako možnost a součást plné realizace v určité oblasti.

„No, to je prostě možnost, že se těm věcem věnujete naplno a ještě víc se v tom vzděláváte, jakoby.“ (I4-40)

V mnoha případech bylo v odpovědích informantek zaznamenána shoda. Dále ženy uváděly rovnou příklady z praxe, nebo formy dalšího vzdělávání, které jsou jim blízké. Prostřednictvím přesného vyjasnění tohoto termínu jsme se mohli mnohem přímočařeji posunout s výzkumem dál k jeho přesnějším cílům.

Kategorie č. 2 Denní režim a volný čas žen podnikatelek z hlediska dalšího vzdělávání

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: volný čas; aktivity; organizovat čas; důležitost vzdělávání; schůzky s klienty; děti; podřízení se; rodina; vzdělávání se; nemít čas; pracovní režim; priorita; práce; koníčky; denní režim; propojení; vytvořit si čas; trávit čas

Denním režimem a volným časem žen podnikatelek se zabýváme z důvodu velké specifčnosti této cílové skupiny v jeho rozložení a jejich přístupu k dalšímu vzdělávání, který se od něho odvíjí. Pro výzkum bylo důležité zjistit, co si představují ženy podnikatelky pod termínem volný čas a jakým vzdělávacím a jiným aktivitám se v něm věnují.

Z výzkumu vyplynulo, že pro ženy podnikatelky je volný čas doba, kdy nemají schůzky s klienty. Svůj volný čas převážně podle možností svých klientů upravují tak, aby jim vyšly vstříc. V čase mezi schůzkami, nebo nejčastěji dopoledne, se věnují sobě, svým zálibám a převážně zájmovému vzdělávání, které má velmi blízko k jejich profesnímu zaměření.

„Vzhledem k tomu, že tady toto podnikání, je o setkávání se s lidma, s klientama a jelikož lidé mají většinou čas odpoledne a ve večerních hodinách, takže já pracuji hlavně odpoledne a večer. A dopoledne, dalo by se říci, že mám takový volnější čas. Čas pro sebe, pro svůj osobní rozvoj.“ (I2-20)

U většiny informantek byla tato odpověď stejná. Také z odpovědi informantky I6 je patrné, že její volný čas je vždy orientovaný podle potřeb klientů.

„Je to čas, kdy nejsem s klienty, to každopádně.“ (I6-64)

Ženy podnikatelky si svůj volný čas musí zorganizovat a vytvořit samy. Mnohdy ale pracují na úkor osobního času, protože je pro ně důležité si udržet klientelu a podřídit se specifické situaci a možnostem klientů tak, aby si udržely ekonomickou stabilitu.

„Vždy to mám podle toho, jak se mi přihlásí lidé, ale to bude asi tím, že jsem to takhle vždycky měla. Jako, že jsem si vždycky ten čas organizovala sama, ale většinou to bylo o tom, že jsem více, že jsem více podřizovala čas těm lidem.“ (I3-24)

Pro ženy podnikatelky je velmi důležité, aby si dokázaly svůj volný čas umět zorganizovat a určit si své priority v denním režimu, které chtějí během určité doby zvládnout.

„Volný čas se dá vytvořit asi nějakým rozumným plánováním a určením priorit. Jako na začátku, když jsem začínala, tak největší prioritou byla práce.“ (S6-68)

„Volný čas si dokážu vytvořit.“ (I3-26)

Umět si vytvořit volný čas v podnikání je dovednost, která se učí prostřednictvím zkušeností v praxi a teoreticky na kurzech osobního rozvoje pro podnikatele. To v čem ženy podnikají, to je většinou oblast jejich zájmu, a proto se také velmi často setkávají s nepochopením ze strany rodiny, která vnímá, že žena má volný čas jednoduše pořádek a zbytek času se má věnovat jí. To potvrzuje i informantka I4.

„Úplně sama pro sebe v podstatě volný čas ve své podstatě moc nemám, protože tím pádem, že dělám to, co mě baví, tak rodina to považuje, že mám zrovna jako volný čas. Takže když už mám ten volný čas, tak jsem s tou rodinou.“ (I4-26)

Ženy podnikatelky mohou tedy trávit volný čas buď s rodinou, nebo se věnovat sobě, cvičení, domácím pracím, administrativě, zálibám a zájmovému vzdělávání.

„Věnuji se cvičení, četbě, sledování vzdělávacích přednášek na internetu, no různých. Dále vařím – tu makrobiotiku a příroda, turistika.“ (I2-62)

„Domácí práce, administrativa, další povinnosti a právě to vzdělávání.“ (I1-40)

„Můj volný čas jsou koně.“ (I6-64)

Ženy podnikatelky věnují velké množství svého volného času svým dětem, zejména pokud jsou ještě malé, nebo pokud jsou samoživitelky.

„Já trávím hodně volného času s dcerou, protože je malá a já jsem samoživitelka.“ (I8-66)

Z hlediska zájmového vzdělávání preferují ženy podnikatelky samostudium. Čtou literaturu, která se týká jejich profese a osobního rozvoje, účastní se přednášek a seminářů a mnoho informací si ženy vyhledávají prostřednictvím internetu.

„Přes internet. Vždy si tam něco vyhledám, to co potřebuji, nebo v knížkách, tam také hodně věcí nacházím.“ (I8-46).

Dalšímu vzdělávání věnují ženy podnikatelky velkou důležitost a věnují mu hodně času. Vzdělávání se tedy stává využitím jejich volného času a zároveň i součástí podnikání.

„Řekla bych, že tak polovinu dne věnuji vlastně nějakému sebevzdělávání. Každý den.“ (I5-52)

„Dennodenně.“ (I6-96)

Pro ženy podnikatelky je jejich práce často i jejich záliba a dochází k velkému propojení těchto sfér i z hlediska dalšího vzdělávání. Toto potvrdily všechny.

„Tak mě se to celkem i prolíná, protože má práce, je pro mně můj koníček, nebo se snažím, aby to tak bylo.“ (I5-32)

„Je to hodně propojené. Myslím záliby a obor, ve kterém pracuji.“ (I4-32)

Volný čas mají ženy podnikatelky nejčastěji v době, kdy nemají naplánované pracovní schůzky, a to nejčastěji dopoledne. Pro tyto ženy je velmi nutné se naučit organizovat svůj osobní a pracovní čas. Ve volných chvílích se ženy podnikatelky věnují samy sobě, rodině, domácnosti, ale také velké množství času věnují dalšímu vzdělávání, nejčastěji ve formě samostudia. Pro jejich další vzdělávání je specifické propojení oblasti zájmového a profesního vzdělávání i v době volného času. V další kategorii probereme specifické bariéry ve vzdělávání žen podnikatelek.

Kategorie č. 3 Překážky ve vzdělávání žen podnikatelek

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: nedostatek financí; nepožadovat další vzdělávání; lenivost; nemít důvod; nemít čas; nezajištěnost; nepodporující manžel; exkluzivita; pracovní zaneprázdněnost; preferovat práci; nereálnost; rodina; nemít motivaci; muset chtít; jiné priority; neuvažovat; nízké sebevědomí; nedostatek

V oblasti překážek v dalším vzdělávání je největší problém u žen podnikatelek v situační překážce, a to v pracovní zaneprázdněnosti. Mnoho vzdělávacích aktivit je orientováno na odpolední hodiny, kdy právě tyto ženy jsou orientované na pracovní činnost.

„..., protože veškeré kurzy bývají spíše odpoledne, nebo večer, a to mě docela mrzí, protože nemám na to čas. A někdy velmi ráda bych se jich zúčastnila, ale nemůžu. A je to z časových důvodů.“ (I2-24)

Nedostatek času na další vzdělávání potvrzuje i informantka I6, a to v propojení s finančními důvody, které patří do situačních bariér. Někdy musí dát přednost ženy pod-

nikatelky práci, před dalším vzděláváním tak, aby získaly ekonomické ohodnocení, které potřebují primárně.

„..., a pak si říkám, ale zajímá mě toto, toto, toto, ale já tam mám ten čas a radši ho vyplním i téma klientama, protože ty peníze musíme nějak vydělat, protože nám je za nic nikdo nedá.“ (I6-54)

To, že je hlavní bariérou v dalším vzdělávání žen podnikatelek čas potvrzuje i informantka I8. Ženy podnikatelky se musí rozhodnout, která aktivita je pro ně v danou dobu prioritní.

„U mě je překážka asi ten čas, jakože u mne tady toto, jako hlavní důvod, nechci říct omezení, ale je to prostě nastavení priorit.“ (I8-38)

Další velkou překážkou v oblasti vzdělávání žen podnikatelek je oblast financí. Nabídky na trhu v oblasti vzdělávání jsou velmi rozmanité a dostačující, ale u některých typů vzdělávání je cena mnohem vyšší, než je standardem. To potvrzuje i informantka I4.

„Třeba nedostatek financí. Jasně no. Co bych chtěla studovat, to jsou kurzy, které jsou velmi takové okrajové, současně velice drahé. Takže je to z důvodu, aby to nestudoval každý.“ (I4-82)

To potvrzuje také informantka I6, která toto tvrzení podložila svou přímou zkušeností s tímto limitem ve své praxi.

„ Tak někdy, někdy v tom hrají roli peníze. Protože některé ty kurzy, které by mne zajímaly, tak mi přijdou na mne moc finančně náročné. Jsem se dívala, že třeba Pan Špaček. Zajímala mě ta etiketa, to chování a vystupování, ale 50 tisíc za víkend v luxusním hotelu fakt, fakt nedám. Až třeba budu vydělávat 500 tisíc korun měsíčně, tak mi to bude jedno.“ (I6-54)

Bariérou v rámci dalšího vzdělávání žen podnikatelek může být i rodina a partner. Často se stává, že partner ženu podnikatelku nepodporuje a nemá pochopení pro její činnost a zároveň pro její další vzdělávání.

„ Mu to vadí, protože si myslí, že mu to bere jeho čas, který trávím vyděláváním a vzděláváním, že bych mohla být s ním, nebo s tou rodinou.“ (I4-76)

Právě rodina je jedna z dalších bariér pro další vzdělávání žen podnikatelek, a to z důvodu, že ženy hodnotově inklinují více k dětem a požadavkům rodiny, než k dalšímu vzdělávání.

„Rodina by byla pro mne asi přednější, než se permanentně na její úkor vzdělávat, ale i tak si myslím, že se to dá nějak skloubit, aby nebylo ochuzeno nic.“ (I1-56)

„Zajímá mě spousta věcí, ale prostě nejde to všechno skloubit, zase by to bylo na úkor rodiny, nebo něčeho jiného a to teď nechci.“ (I8-38)

„ Kdybych nebyla omezována tou rodinou, tak bych klidně studovala každý druhý víkend. A studovala bych mnohem víc, no. Jediné, co je limit jsou peníze a ta rodina, no.“ (I4-38)

Bariérou v dalším vzdělávání může být vlastní sebevědomí žen podnikatelek z hlediska dalšího vzdělávání, tedy osobnostní bariéra, která se v praxi také často vyskytuje, nebo situační bariéra, kdy si ženy nedokážou rozvrhnout svůj denní režim tak, aby dokázaly své vzdělávací a jiné potřeby plnohodnotně uspokojovat.

„Bud' se chce, nebo nechce. Člověk si musí udělat čas, jo? Protože ten život si člověk režíruje sám, takže když to člověk potom pochopí, že jsem zodpovědná za svůj život. Za to jestli jsem úspěšná, nebo nejsem. Pokud se to nevyvíjí, je to lenivost. Lidé jsou hodně líní.“ (I7-46)

„ Někdy je bariérou nízké sebevědomí.“ (II-56)

Další osobnostní bariérou může být i to, že ženy nevidí smysl vzdělávat se a z hlediska formálního vzdělávání mají pocit, že mají dostatečné znalosti a dovednosti pro výkon své práce, tedy bariéra vnitřní osobnostní.

„ Je důležité, aby ten člověk byl v životě spokojený a právě papír vůbec není důležitý, z mého pohledu.“ (I4-112)

„Já osobně o něm neuvažuji, protože nevidím zatím důvod, proč bych měla zvolit právě tuto formu. Určitě by mi to dalo hodně, ale nyní nemám na tento typ studia ani čas a ani motivaci.“ (II-46)

Překážkou z hlediska formálního vzdělávání mohou být i vnější situační bariéry. Ženy podnikatelky nejsou nuceny se dál touto formou vzdělávat tak, aby další vzdělávání formální formou pro ně bylo dostatečně motivující. To potvrzuje informantka I8.

„ Zatím jsem nenarazila, že by se něco takového po mně vyžadovalo.“ (I8-54)

Ženy podnikatelky, které se zúčastnily výzkumu, jsou velmi informované o možnostech dalšího vzdělávání, které mohou v praxi využít. Nejčastější bariérou pro tyto ženy je nedostatek času a financí tak, aby mohly své vzdělávací potřeby uspokojovat a naplňovat v potřebném a možném potencionálu. Ženy mohou bariéru k dalšímu vzdělávání vnímat i v rodině, a to v případě, že mají děti v závislém věku a partnera, který je v jejich aktivitách nepodporuje. Z hlediska formálního vzdělávání je bariérou malý zájem formou tohoto

vzdělávání se osobnostně rozvíjet, dále pocit, že tento typ vzdělávání nyní nepotřebují a nedostatek motivačních impulzů z vnější strany. Dále se zabýváme podporou žen v dalším vzdělávání.

Kategorie č. 4 Podpora žen podnikatelek v rámci dalšího vzdělávání

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: podpora partnera; sama se podporovat; podpora rodiny; povzbuzení; podobnost; vnitřní motivace; nezvládnout; motivovat; fandit; podpora okolí.

Postoj okolí k ženám podnikatelkám z hlediska podpory v rámci jejich činnosti a dalšího vzdělávání může mít mnoho podob. Ženy pro svou činnost i další vzdělávání potřebují podporu a pochopení ve svém okolí, aby si mohly vytvořit bezpečný prostor pro všechny své životní a pracovní aspekty. Ženy podporuje a motivuje k dosažení dalšího vzdělávání nejbližší okolí jako je partner, děti, nebo rodiče.

„ Tak můj partner, ten mě hodně povzbuzuje a i vlastně maminka, tařka moc ne.“ (I8-56)

„Určitě manžel, bez něho bych to v určitých situacích asi nezvládla, nebo bych to chtěla asi vzdát.“ (I1-60)

Toleranci a podporu partnera při dalším vzdělávání potvrzuje i informantka I5.

„ Tak nejvíc mě podporuje doopravdy můj partner, který má pro to celkem doopravdy pochopení.“ (I5-56)

I když ženy podnikatelky nachází často podporu ke vzdělávání v rodině a v partnerských vztazích, tak je také důležité, aby ji v určité formě našly i ony samy v sobě.

„ Já jsem sama tím, kdo se podporuje, ale určitě je manžel ten, kdo mi fandí.“ (I7- 50)

Ženy podnikatelky se často sdružují s ostatními ženami z oboru, nebo s přáteli a vzdělávací akce absolvují společně a navzájem se podporují. To potvrzuje i informantka I4.

„ Ano v dalším vzdělávání mě podporuje moje kamarádka z centra, nebýt ji, tak nepodnikám.“ (I4- 90)

„ Přátelé určitě jako, ti mě podporují. Kolem sebe mám lidi, kteří jsou stejného ducha a stejného ražení, takže přátelé kolem sebe a moje děti. Děti určitě.“ (I2-80)

„Motivují a podporují mě moje kolegyně, ale i já se motivuji sama.“ (I3-80)

Ženy podnikatelky vnímají postoj a podporu okolí ke své činnosti a k dalšímu vzdělávání až na několik výjimek kladně. Pokud nejsou informantky podporované ve své činnosti nejbližším okolím, tak mohou vyhledat společenství podnikatelek, nebo podobně smýšlejících lidí, kde oporu mohou získat a vnímat. Vždy ale zůstává nejdůležitější prioritou, aby v rámci svých aktivit byly oporou tyto ženy samy sobě. Tady ale často narážíme na problém malého sebevědomí žen s ochotou se plně realizovat.

Kategorie č. 5 Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání

Tuto hlavní kategorii z hlediska empirické části BP, jsme pro lepší přehlednost rozdělili do tří podkategorií.

Podkategorie č. 1 Motivace žen podnikatelek k zájmovému neformálnímu vzdělávání

Kódy vedoucí ke vzniku této podkategorie: preferovat; osobní rozvoj, alternativa; knihy; sebevzdělávat se; profesionalita; přednášky; číst; být lepší; pomáhat; zájmy; bavit; vzdělávat; prospěšnost; motivace; potřebovat; zdraví; poznávat; články; předávat; vyhledat; vybrat; internet; volný čas; prevence; zkušenost; rodina; pomoc; informace; samouk; pomoci; zajímat; propojení; nastudovat; výhody; poznání; angličtina; zajímavé téma; touha

Z výzkumu vyšlo najevo, že nejpreferovanějším způsobem dalšího vzdělávání žen podnikatelek je jejich zájmové neformální vzdělávání formou samostudia, které je velmi úzce propojené právě s jejich podnikatelskou činností. Nejčastěji se vzdělávají v oblasti osobního rozvoje a zdravého životního stylu a pohlubují si takto své dosažené profesní znalosti a dovednosti.

„Nejvíce mě zajímá osobní rozvoj a zdraví. Takže to je pro mne tak propojené. Myslím zájem a práce.“ (I3-50)

„Tak určitě rozvoj a nějaké zdraví,...“ (I6-32)

„Preferuji určité přednášky. Téma mě musí vždycky oslovit. Internet četba knih z hlediska zdravého životního stylu a osobního rozvoje. Tedy hodně zájmy.“ (I1-42)

Toto tvrzení potvrzuje i informantka I2 u které je patrná velmi silná sociální motivace z hlediska jejího motivu k dalšímu zájmovému vzdělávání. Tento typ motivace se v získaných datech od informantek velmi a často objevuje.

„..., teď jako zdraví, ten životní styl, to mě prostě zajímá. Zdravé potraviny, to zdraví bych řekla, aby lidé byli zdraví, aby se společnost uzdravila vůbec, aby lidé nebyli nemocní, prostě jo?“ (I2-86)

Nejčastěji se ženy podnikatelky zájmově vzdělávají dopoledne, pozdě večer, nebo v době mezi schůzkama s klienty. Tedy vždy v případě, že mají volný čas.

„Jo, tak snažím se třeba někdy po večerech. Jo, nebo když mám čas, třeba na tom kanclu, když mám něco udělaný, nebo když mám tu administrativu, nebo když už nejsem s klientama, tak vytáhnu nějakou knížku, nebo se třeba podívám na nějaký webinář.“ (I6-20)

Ženy podnikatelky se nejčastěji vzdělávají prostřednictvím kurzů, přednášek, seminářů, literatury a prostřednictvím internetu, který je pro ně z hlediska vyhledávání informací velmi důležitým zdrojem. Motivem se takto vzdělávat je snadná dostupnost těchto možností, snadné propojení s vlastní činností a především zájem, že se věnují činnosti, která je velmi naplňuje.

„Motivuje mě, pokud se jedná o internet, tak ta rychlost a snadný přístup k těmto informacím.“ (I1-30)

„Mám a používám mnoho knih, které jsou zajímavé hlavně o pozitivním myšlení.“ (I7-24)

„Hodně mi pomáhají i ty články na sociálních sítích, nebo na internetu, které mějí podobné zaměření, že se mi tam spojí spousta věcí jakoby dohromady. To je asi ten největší zdroj.“ (I4-32)

„ Někdy se dívám na webináře a přednášky na internetu. Je tam hromada informací, obrovské množství velmi prospěšných informací, jak pro vlastní život, tak i osobní rozvoj a podnikání.“ (I1- 30)

Motivací pro ženy podnikatelky se v těchto oborech dál vzdělávat je kromě jejich vlastního zájmu o téma, také větší důležitost a prospěšnost témat i z hlediska jejich vlastního zdraví a psychické pohody pro vlastní podnikatelskou činnost a užití v praxi. Důvodem jejich zájmového vzdělávání je jejich profesionalita z hlediska jejich vystupování a činnosti podnikatele.

„..., bude to ze mne nějak jako cítit, nepřijdu tam jako upracovaná a utahaná troska.“ (I6-40)

„Já sama. Motivuje mě zvědavost, dozvědět se něco nového a prospěšného. Abych ty věci mohla používat, ta prospěšnost. I kvůli dceři.“ (I8-16)

„Z hlediska zdravého životního stylu mě motivuje se vzdělávat, asi to, že když jsem zdravotně v pořádku, tak můžu pracovat a vypadám mnohem profesionálněji.“ (I1-34)

„Tak motivuje mě zatím teda hlavně taková ta psychická a zdravotní pohoda.“ (I6-102)

Nejčastějším motivem je jejich vlastní seberealizace a motivace sociální, která jim tyto informace pomáhá získat a posílat dál. Informace pak uplatňují ve své rodině, nebo je předávají klientům při své činnosti. Ženy podnikatelky vyhledávají informace pro svou práci velice často.

To potvrzuje i informantka I3, která se se zájmově vzdělává kvůli své osobě a tyto získané informace předává pak svým klientům při konzultacích.

„Co mě nejvíc motivuje, tak jsem já sama. Prostě je tam nějaká potřeba, kterou pořád hledám, takže když hledám, tak nacházím.“ (I3-116)

Ženy podnikatelky motivuje být aktivní v rámci zájmového vzdělávání jejich vlastní životní situace a silná vnitřní touha po poznání, která jim může nabídnout řešení.

„To je nějaký můj vnitřní pud.“ (I4- 62)

„Motivem naplnění je to poznání.“ (I5-84)

Z odpovědí informantky I6 je patrné, že ji motivuje touha stát se lepším člověkem, tedy motivace sociální i individuální.

„Prostě chci být lepším člověkem,“ (I6-36)

Jak už jsme zmínili výše, motivem pro zájmové vzdělávání může být určitá životní situace, nebo zkušenost. To potvrzuje informantka I3, která měla osobní zkušenost s vážnou nemocí a motivem je nyní také prevence tohoto stavu.

„No, že když si sama v sobě sama něco vyřeším, tak to bude působit i na to ostatní a já ty informace mohu předávat dál klientům, je to jednoduché.“ (I8-18)

„Protože si myslím, že jsem si svým způsobem šáhla taky na věci, které se týkaly zdraví, a ráda bych si to zdraví vlastně ochránila do budoucna.“ (I3-52)

To potvrzuje i informantka I7, pro kterou byl motiv absolvovat kurz v oblasti zdraví její manžel, který trpěl bolestí.

„To byl můj cíl, protože manžel trpěl migrénama, abych mu mohla pomoc.“ (I7-40)

Motivací k zájmovému vzdělávání může být pro ženy podnikatelky rodina a touha předávat tyto informace dál. To potvrzuje informantka I2.

„No tak tedy mě motivuje, tedy jako já, já sama, moje rodina a samozřejmě mě těší, když můžu předávat dál a když vím, že to lidem pomáhá, že?“ (I2-52)

Informantka I7 se v rámci zájmového vzdělávání začala věnovat a vzdělávat i v oblasti astrologie a numerologie. Důvodem výběru tohoto typu vzdělávání a setrvání v něm byla touha poznat blíže samu sebe a touha pomáhat ostatním.

„Tak jinak poznat sama sebe, proto ta astrologie a poznat lidi kolem sebe a čím víc toho vím a umím, tak tím víc mohu pomoci druhým, jo?“ (I7-28)

Možností jak se zájmově vzdělávat pro ženy podnikatelky je i cizí jazyk, který se dá vyučovat i formou programu na internetu. Motivem pro ženy zvolit tento způsob vzdělávání je pro ně větší efektivita z hlediska financí, času i získaných informací.

„Takže ono je to sice dražší, ale zase ušetřím čas a peníze, za to že někam jedu, někam se vracím. Mám ji pro sebe celou hodinu a vlastně ona jako pořád se mnou mluví, takže jsme po osmi lekcích schopné říci už nějaký jednoduchý rozhovor, což je teda super.“ (I4-44)

K zájmovému vzdělávání jsou tedy ženy podnikatelky motivované prostřednictvím velkého propojení vlastních zájmů a své podnikatelské činnosti. Informantky podnikají právě v oblasti svých zájmů. Motivací k dalšímu vzdělávání prostřednictvím zájmového vzdělávání je většinou vlastní seberealizace a potřeba uspokojení svých zájmů a dále motivace sociální, a to být lepším člověkem a pomáhat ostatním. Obory jsou tedy zdraví, zdravotní styl, jazyky a další individuální zájmy. Prostřednictvím dalšího vzdělávání dávají své pracovní činnosti hlubší smysl. Vzdělávají se především prostřednictvím odborných knih, internetu a navštěvují odborné kurzy a semináře.

Podkategorie č. 2 Motivace žen podnikatelek k profesnímu vzdělávání

Kódy vedoucí ke vzniku této podkategorie: neznalost; motivace; sebevědomí; zlepšovat se; být efektivní; vzdělávání; bavit; dobrovolnost; sebehodnota; společnost; odborné kurzy; organizace času; školy; informace; dozvědět se víc; finance; školení ve společnostech; tlak; předávat; profesionalita; psychologie prodeje; osobní rozvoj; podpora; podnikatelské dovednosti; touha; strach; prodej; nové možnosti

Prostřednictvím výzkumu vyplynulo, že profesní vzdělávání žen podnikatelek je v úzké návaznosti na jejich zájmové vzdělávání, které je prostřednictvím tohoto typu vzdělávání kvalifikováno pro možnost jejich podnikatelské činnosti. Toto vzdělávání je uskutečňováno v mnoha formách. Ženy podnikatelky se v rámci profesního vzdělávání vzdělávají nej-

častěji prostřednictvím odborných kurzů a seminářů, které si buď samy vyhledají, nebo jim je zprostředkuje společnost, se kterou nezávisle spolupracují.

Ženy podnikatelky se často v oblasti znalostí v podnikání vzdělávají ve speciálních kurzech prostřednictvím vzdělávacích a podnikatelských organizací, které jim tuto možnost nabízejí. Za vznikem potřeby se účastnit tohoto typu dalšího vzdělávání, stojí velmi často neznalost podnikatelského prostředí a důležitých povinností, které jsou s tímto typem činnosti provázané. Motivem je tedy získání podnikatelských dovedností.

„Byla jsem v podnikání naprostý začátečník a mnoho věcí jsem se učila za pochodu.“ (I1-54)

Velmi často je motivem účasti na této formě dalšího vzdělávání strach z neznalosti, nebo možnosti zanedbání důležitých povinností, které se slučují s podnikatelskou činností.

„..., samozřejmě ty zkušenosti, které jsou v podnikání, leckdy člověk totiž udělá nějakou chybu, nebo něco zanedbá.“ (I2-66)

Ženy motivuje se vzdělávat prostřednictvím těchto kurzů i potřeba získání sebevědomí v podnikání. Dále hledají možnosti, jak se naučit pracovat efektivně v propojení s organizací vlastního času.

„A potom v podstatě abych dokázala skloubit, což je pro mě prioritou pracovní povinnosti s domácími povinnostmi s časem pro sebe a přitom ty peníze vydělat.“ (I4-56)

„Motivací pro mě bylo umět efektivně podnikat. Dokázat říci ne a umět si naplánovat čas, vše se musí umět podnikatel naučit.“ (I1-50)

Motivací se účastnit těchto kurzů je i zaměřenost na prodejní dovednosti a psychologii prodeje, kterou můžou ženy podnikatelky uplatnit přímo ve své práci s klientem.

„A ty psychologie prodeje, nebo v zahraničí jsme měli manažerské školy.“ (I7-22)

Ženy jsou pro účast na těchto odborných kurzech motivovány získáním podnikatelských dovedností, které pro svou podnikatelskou činnost potřebují. Jedná se zde o motivaci individuální a ekonomickou.

Další možností, jak se mohou ženy podnikatelky dál vzdělávat, je uskutečnění tohoto procesu prostřednictvím společností, se kterými spolupracují v rámci své činnosti. Tyto společnosti nabízejí vzdělávání především profesní, ale i možnost se vzdělávat v oblasti osobního rozvoje.

„Takže tady ten vzdělávací systém je trošku jiný a i když je zaměřený, tak si z 50% troufám říci, že se tam věnujeme tomu osobnímu rozvoji.“ (I2-34)

„Tam nás hodně podporovali kurzy a sebezvzděláváním na téma marketing, osobní růst a podnikání.“ (I8-40)

Motivací se zúčastňovat tohoto typu vzdělávání v rámci společností, která je vzdělávání podporuje, byla pro ženy podnikatelky možnost dozvědět se více informací, které přesně ke své činnosti potřebují. Prostřednictvím nových znalostí mohou rozšířit portfolio svých služeb, které mohou pak nabízet klientům. Možnost nabízet tyto informace dál, také ženy podnikatelky velice motivuje. Hlavním motivem v této formě vzdělávání je finanční ohodnocení.

„Mojí motivací je, abych si prostřednictvím vzdělávání rozšířila portfólio svého poradenství, tak abych mohla lidem nabídnout co nejvíc, myslím i v oblasti v čem ji poradit. No a další motivací je finanční stránka jako, protože za tady tuto práci jsme ohodnoceni, že?“ (I2-48)

„No dozvědět se víc. Vždycky to byly ty informace, jo?“ (I7-30)

„Tak určitě by to měly být finance.“ (I3-108)

Dále ženy podnikatelky motivuje se vzdělávat prostřednictvím společností touha po zdokonalování se, získání odbornosti a profesionality. Motivací je zde i podpora ze strany společnosti, která je ve vzdělávání podporuje.

„Být lepší a pořádku se zdokonalovat. Ta motivace je být tady prostě profesionál a počítá se tam hlavně ta podpora především, to si myslím.“ (I7-32)

Někdy je motivací tlak, který společnost vyvíjí na spolupracovníka. Tuto zkušenost uvádí informantka I3.

„Takže oni takto vlastně motivují, takže pro mne byl tehdy motivační ten tlak. Byl to prakticky ten tlak, který se mi vlastně vůbec nelíbil. Ale je pravda, že ten tlak se na člověka musí vyvíjet, jinak se nepohne.“ (I3-74)

Ženy podnikatelky jsou motivovány se dále vzdělávat touto formou prostřednictvím vzdělávací kultury dané společnosti. Je zde patrná motivace individuální, sociální, ale především ekonomická.

Hlavní možností, jak se ženy podnikatelky mohou po profesní stránce vzdělávat, jsou odborné kurzy a semináře, kde získávají certifikát o odbornosti v dané činnosti a problematice po jejich zdárném absolvování.

„Tak bud' navštěvuji cíleně nějaké kurzy, které jsou vlastně na to zaměřené.“ (I4-32)

Ženy podnikatelky tento typ kurzů navštěvují s individuální motivací a následně z motivace sociální v širším i užším pojetí. Kdy skrze ni své zkušenosti, informace a dovednosti, které získaly, mohou předávat díky získané odbornosti a kvalifikaci dál. Ženy motivuje se profesně vzdělávat touha po poznání a potřeba být lepší z hlediska své profese i své vlastní osobnosti.

„Tak asi být lepší, nejen lepší, ale být i lepším člověkem.“ (I6-40)

„Motivuje mě, že to můžu předávat dál, protože si myslím, že je to hodnotné.“ (I2-36)

„Ta touha po poznání, protože vím, že je toho spoustu, co můžu, můžu lidem předat,“ (I5-24)

Ženy motivuje se dál vzdělávat pocit, že nemají dostatečné množství informací a chtějí se v naplnění této potřeby posunout.

„Protože mám pocit, že nic nevím. A pořád bych chtěla být lepší.“ (I4-34)

V rámci profesního vzdělávání motivuje ženy podnikatelky se i osobnostně rozvíjet. Propojení těchto dvou složek v rámci dalšího vzdělávání je pro ně z hlediska posunu v podnikání velice důležité.

„ Takže motivací je osobní rozvoj.“ (I2-102)

Motivací pro tyto ženy je i svobodná volba toho, co chtějí vůbec profesně rozvíjet a jakým to bude způsobem. Svobodná volba, ale také i odpovědnost za své rozhodnutí.

„ takže dneska jsem třeba ráda, že si to platím sama a vybírám si, to co baví mě.“ (I3-62)

Výzkumem bylo zjištěno, že další vzdělávání probíhá nejčastěji u žen podnikatelek prostřednictvím odborných kurzů a seminářů. Dále některé informantky spolupracují externě se společnostmi, které si zakládají na systému vzdělávání svých spolupracovníků. Všechny informantky podnikají prostřednictvím volné živnosti, kde legislativa neukládá prokázání odborné způsobilosti, která se získává prostřednictvím formálního. Ženy jsou k dalšímu profesnímu vzdělávání motivované získáním podnikatelských dovedností, kulturou společ-

ností, se kterou spolupracují, nebo finančním příjmem. V této oblasti převažuje motivace u žen podnikatelek ekonomická, ale i individuální a sociální.

Podkategorie č. 3 Motivace žen podnikatelek k formálnímu vzdělávání

Kódy vedoucí ke vzniku této podkategorie: titul; nereálné; nemuset; narazit; finance; re-kvalifikace; nejde; úspora; hodit; vysoká škola; nevidět důvod; motivace; vyžadovat; ne-motivovat; studovat; jiné priority; motivace; nemít čas; nezajímat; přínos

Z rozhovorů jasně vyplynulo, že tuto formu vzdělávání, ženy podnikatelky nyní nepreferují, neupřednostňují a nevyžívají, a to z mnoha důvodů. Všechny informantky nejsou povinné v rámci své volné živnosti dokládat odbornou způsobilost ke své podnikatelské činnosti a tedy získávat kvalifikace prostřednictvím dalšího vzdělávání u akreditovaných společností a na vysokých školách. Pro výkon jejich podnikatelské činnosti jim stačí pouze profesní neformální typ vzdělávání.

Přesto některé informantky prošly profesní rekvalifikací, která je formálním typem dalšího vzdělávání. Rekvalifikací se dá projít prostřednictvím úřadu práce, ale častěji se setkáváme v praxi, že si ji ženy podnikatelky hradí z vlastních finančních zdrojů.

Informantka I2 se při podnikatelské činnosti rekvalifikovala na profesi účetní. Motivací k rekvalifikaci byla možnost, že tímto způsobem ušetří finance za výplatu externí účetní.

„Motivací. Motivací bylo, aby jsme nemuseli platit účetní, jako externí. Takže úspora dalo by se říci.“ (I2-14)

Rekvalifikací prostřednictvím úřadu práce prošla i informantka I4, která si vytvořila rekvalifikaci na grafika. Motivovala ji k tomu vlastní seberealizace, tato profe se jí hodí v oblasti její podnikatelské činnosti.

„A okamžitě, když jsem ho ukončila, tak už jsem věděla, proč ho mám. Protože se mi velmi hodil v mém podnikání. Do dneška infortmace z tohoto kurzu využívám.“ (I4-96)

Motivací u obou informantek projít rekvalifikačním kurzem byl užitek pro svou podnikatelskou činnost.

Dalším typem formálního vzdělávání pro ženy podnikatelky je možnost studovat kombinovanou formou studia na univerzitách. Tato forma studia je jednou z nejuznávanějších forem dalšího vzdělávání. V rámci výzkumu jsme se ptali, co by ženy podnikatelky motivovalo se na tento typ studia přihlásit a jaký mají na tento typ dalšího vzdělávání názor v propojení s jejich podnikatelskou činností.

Postoj žen podnikatelek k názoru na tento typ dalšího vzdělávání byl velmi podobný.

Informantka I5 vysokoškolský titul má a uvádí, že v její podnikatelské praxi další vzdělávání tohoto typu již nepotřebuje. Spíše se bude zabývat dalším vzděláváním, které ji přinese užitek v rámci její nové profilace.

„Asi mi nejde přímo o ten titul, ale o poznání těch věcí.“ (I5-78)

Další informantka I3 potvrzuje také jiné priority.

„...to mě vůbec nezajímá.“ (I3-104)

Motivem jít studovat vysokou školu by byly pro ženy podnikatelky vnější okolnosti, které by tento typ studia vyžadovaly a umožňovaly. Z postojů informantek je ale patrné, že by nestudovaly nic, co by pro ně bylo nepřínosné, nebo by s tím vnitřně nesouhlasily.

„Ale kdybych v životě narazila na něco, co by vyžadovalo tady tu školu, a cítila bych, že je to to právě a cítila bych, že bych ráda do toho šla, tak bych se tomu asi nebránila.“ (I8-54)

Dalším motivem by byl finanční zisk, který by s dalším vzděláváním touto formou vyplynul.

„Pokud bych měla jít studovat v současné době vysokou školu, tak by to bylo hlavně kvůli finančnímu ohodnocení.“ (I2-96)

Většina informantek odpověděla, že by je nemotivovalo nic, nebo že tato představa je pro ně nereálná.

„Já myslím, že je to nereálné.“ (I6- 88)

„Nic by mě nenamotivovalo jít studovat vysokou školu.“ (I4-110)

Pokud ženy podnikatelky nevnímají z vysokoškolského studia přínos pro svoji podnikatelskou činnost, tak se této formy dalšího vzdělávání neúčastní a nejsou vůbec k tomuto studium motivované.

Výzkumem bylo zjištěno, že se ženy podnikatelky mají velmi malou motivaci se dál vzdělávat formálním typem vzdělávání, a to z důvodu, že nemají dostatek vnějších impulzů pro to, aby toto vzdělávání bylo pro ně přínosné, zajímavé a podporující v jejich činnosti. Z hlediska formálního vzdělávání jsou ženy podnikatelky motivovány užitekem pro svou podnikatelskou činnost. Motivace je zde především individuální a ekonomická.

Kategorie č. 6 Další vzdělávání a žebříček hodnot žen podnikatelek

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: žebříček hodnot; velmi důležité; vysoko; jiné priority; místo; vrchol; přínos; velká potřeba vzdělávání; umístění; nejdůležitější; přínos

Velmi důležitou součástí motivace je pro ženy podnikatelky vnitřní hodnota dalšího vzdělávání z hlediska jejich vlastního žebříčku hodnot a potřeb, který si v životě vytvořily. Z rozhovorů, které vznikly prostřednictvím tohoto výzkumu, je patrná velice důležitá shoda. Pro ženy podnikatelky je další vzdělávání velmi důležité a řadí ho z hlediska žebříčku svých hodnot a potřeb na první místa.

„Jo, to jak po té stránce podnikatelské i osobní je to velmi důležité.“ (I6-80)

Hned po hlavních životních prioritách jako je rodina, zdraví, se důležitost dalšího vzdělávání přiřazovala u většiny informantek na nejvyšší místa.

„ To vzdělávání by bylo v žebříčku hodnot hodně vysoko. Já bych řekla, že snad na druhém místě. Na prvním místě, vždycky jsem to tak měla a myslím si, že se to nepohnulo je rodina.“ (I3-100)

„Určitě je hodně a hodně vysoko. Protože bez toho vzdělávání, bych nebyla tam, kde jsem.“ (I3-98)

Pro informantku I5 je z hlediska žebříčku hodnot a potřeb důležitější, jen hodnota vztahu – rodiny, zdraví a zázemí.

„Určitě ta sedmička možná. 7 z 10 s tím, že deset je nejvíc.“ (I5-74)

Informantka I2 vnímá další vzdělávání pro její život jako pomyslný vrchol pyramidy hodnot a potřeb, kterou si v rámci svého života vytvořila.

„Určitě bych to stavěla na vrchol té pyramidy.“ (I2- 92)

Jako nejdůležitější jej z pohledu žebříčku hodnot v podnikání vnímá i informantka I4.

„No, já myslím, že je to nejdůležitější.“ (I4-50).

Z hlediska žebříčku hodnot a potřeb je pro ženy podnikatelky nejdůležitější vždy rodina, ony samy, ale i jejich vztah s partnerem a zdraví. Proces dalšího vzdělávání mají velmi spjatý se svou prací, která je vede k neustálému vzdělávání se v mnoha ohledech. Proto hodnotí také vzdělávání velmi vysoko a vnímají ho velmi jako důležité pro jejich činnost.

Kategorie č. 7 Spolky podnikatelek, informovanost a možnost účastnit se dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: kluby podnikatelek; nelákát; prospěšnost internetu; ; nevědět; vím; limit; dozvědět se; obavy; motivovat; zjistit informace; hledat; znát; zatím nepotřebovat; vhodnost; malá informovanost; zajímavé téma; nevyhledávat; bližší seznámení

Ženy podnikatelky jsou velmi informované o možnostech dalšího vzdělávání z hlediska jejich profese a zájmů, které jsou jim vlastní. Obecné informace nacházejí především na internetu. Internet je pro všechny informantky velice důležitý zdroj informací nejen v oblasti dalšího vzdělávání.

„V minulosti jsem něco hledala, místo kde zjistím určité informace. Myslím, že na internetu je toho hodně. Myslím informací pro podnikatelky.“ (I1-66)

„Hodně sleduji portál: (název portálu), tam jsem se dozvěděla spustu tady těch věcí.“ (I3-96)

„...třeba dneska na internetu se dá, tam taky hledám hodně informací.“ (I3-38)

Informace ženy podnikatelky vyhledávají na podnikatelských serverech, které jsou určeny pro podporu podnikání obecně i v rámci jejich vzdělávání a motivace.

„Tak nepřímo jako na ty ženy, to tak spíš obecně. Ten svět úspěšných, (jiné názvy vzdělávacích serverů pro podnikatele) a to je zas aj tak pracovně. Jo, ono to navazuje na ten osobní rozvoj.“ (I6-76)

Spolky podnikatelek, nebo jiné organizace za účelem dalšího vzdělávání, ženy podnikatelky vůbec nevyhledávají. Většina žen podnikatelek o spolicích podnikatelek a dalších organizacích pro další vzdělávání ví, ale ještě neměly potřebu je osobně navštívit.

„Kluby podnikatelek? Ne, vůbec tohle mi nic neříká.“ (I6-74)

Informantka I4 o spolicích a inkubátorech pro podnikatele ví a chtěla by je navštívit, ale má strach, že náplň jejího podnikání, není pro poradenství a rozvoj v těchto institucích vhodná.

„Ano znám. Víím, že ve Svitě ke prostě takový podnikatelský institut a je to zaměřené na ženy. Dokonce víím, kde to je. Ale představa, že bych tam přišla a řekla, co dělám, mě limituje v tom tam přijít a říct co dělám. Co a s čím potřebuji pomoc.“ (I4-92)

Velký problém je i v neinformovanosti žen o těchto institucích, které jim v oblasti dalšího vzdělávání mohou také nabídnout kvalitní další vzdělávání.

„Myslím si, že se to málo propaguje, že o tom třeba lidí neví.“ (I3-94)

Dále ženy o těchto spolcích, nebo organizacích ví, ale neznají konkrétní osoby, na které by se mohly přímo obrátit, nebo se jednoduše nerady sdružují, protože preferují samostatnost.

No o těch klubech jen vím, že existují, ale že je přímo neznám ty kluby. Neznám konkrétně žádnou osobu, abych se na ni mohla obrátit.“ (I3-88)

„O nějakých klubech vím. Ale nějak se přiznám, že mě to neláká se někde sdružovat. Jsem spíše individualní typ.“ (I5-62)

Ženy podnikatelky jsou dostatečně informované o vzdělávacích aktivitách, které jsou pro ně přístupné a realizovatelné. Mnohem menší informovanost mají ale v rámci přímo konkrétních i neziskových organizací ve svém okolí, které mohou také navštěvovat. Důvodem je podle informantek strach, že by byly se svým podnikatelským profilem do těchto klubů nepřijaté, malá informovanost, málo času tyto informace vyhledávat, nebo je takovýto typ sdružení a forma dalšího vzdělávání neláká. Velké množství informací si ženy podnikatelky dokáží vyhledat převážně samy prostřednictvím internetu a portálů pro podnikatele.

Kategorie č. 8 Přínos dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky

Kódy vedoucí ke vzniku této kategorie: nadhled; získání kvalifikace; práce s klienty; informace; zvýšení odbornosti; nové možnosti; vnější vlivy; posun; seberozvoj; získání zkušeností; pochopení; větší příjmy; přínos; profesionalita; přinášet; růst sebevědomí; lepší život; prestiž; zlepšovat se; uspokojení; vlastní užitek; jistota v podnikání; více zákazníků;

Pro ženy podnikatelky je přínos dalšího vzdělávání velmi motivační k další podobné aktivitě v budoucnosti. Výsledky této kategorie jsou velice pozitivní.

Další vzdělávání přináší ženám podnikatelkám určitý nadhled při jejich práci a před vnějšími vlivy, které je mohou snadno ohrožovat. Zajišťuje jim tedy také částečnou stabilitu v jejich podnikatelské činnosti, ale i v osobním životě.

„Když to vezmu celkově, tak mi vzdělávání přináší takový nějaký větší nadhled, jo? Ať je to při práci s klienty, tak z hlediska informací, které se šíří kolem z internetu a televize.“ (I6-94).

Přínosem z dalšího vzdělávání pro ženy podnikatelky je také růst jejich sebevědomí. Dále také více zisku ve finanční oblasti, získání profesionality a prestiže.

„Větší sebevědomí i vlastně jakoby větší profesionalitu a příjmy. A tím mi stoupne prestiž.“ (I4-116)

Sebejistota je v rámci podnikání pro ženy podnikatelky velmi důležitá. Informantce I3 potvrzuje, že další vzdělávání ji osobně přineslo právě, jistotu v podnikání.

„Z hlediska mého podnikání mě to dává takovou větší sebejistotu.“ (I3-58).

Velkým přínosem dalšího vzdělávání pro profesi podnikatele, je možnost se v ní neustále zlepšovat. Pestřednictvím dalšího vzdělání si podnikatel může zvýšit svou odbornost a získat určitou kvalifikaci.

„Tak v práci tím, že se zlepšuji.“ (I6-48)

„, protože si tím zvýším nějakou svou odbornost a kvalifikaci.“ (I4-48)

Přínos, který ženy podnikatelky pociťují v rámci dalšího vzdělávání, je i v oblasti rozšiřování své vlastní klientely. Dále také vnímají větší výdělek a velký přínos z hlediska dalšího vzdělávání i pro jejich vlastní individuální potřebu v životě. Navíc další vzdělávání obohacuje jejich vlastní seberozvoj.

„Přináší mi to možnost rozšíření klientely. Přináší mi to možnost většího výdělku, případného No a samozřejmě i ten vlastní seberozvoj. Může to sloužit i pro moji vlastní potřebu.“ (I5-42)

Ne v poslední řadě je přínosem větší posun v životě a vnitřní pocit uspokojení z pocitu, že žena určité věci lépe rozumí. Pro ženu podnikatelku může mít další vzdělávání přínos z hlediska získání zkušeností, zlepšuje ji kvalitu života a přináší s sebou nové možnosti.

„..., tak je to pocit, že člověk nezakrní na jendom místě, dál se rozvíjí jako osobnost.“ (I2-56)

„No, sebeuspokojení. Že tomu rozumím, jo?“ (I4-68)

„..., tak vzdělávání mi přináší do života i radost ze života, protože je to prostě vždycky nové poznání něčeho a zvyšuje kvalitu mého života. Je to veliká součást mého života.“ (I5- 80)

„Kurzy přinesou člověku, nebo mně přinesly uvědomění, že pokud to člověk nedá hned, prostě hned a postupně do praxe, tak pak může jít zase na další kurz, další kurz. Takže tady je důležité vkládat to praxe.“ (I2-78)

Další vzdělávání velmi prospívá ženám podnikatelkám v osobním rozvoji i v jiných podnikatelských aktivitách. Příjem ze vzdělávání vidí a vnímají ženy v mnoha životních oblastech jako velice důležitý. Ženy podnikají a vzdělávají se z jiných motivů, než muži. U mužů je to často individuální seberealizace a motivace ekonomická. U žen vnímáme také tyto motivace, ale ve vyšší míře se také připevuje motivace sociální, ve všech svých podobách. To, že má další vzdělávání v životě viditelný přínos, vnímají ženy podnikatelky velmi silně a tento pohled je motivuje do dalšího vzdělávání. Tato kategorie také poukazuje na to, že další vzdělávání jde ruku v ruce s úspěchem v podnikání.

6 VÝSLEDKY A INTERPRETACE DAT

Z hlediska výzkumu bylo hlavním cílem empirické části BP vyhledat prostřednictvím individuálních rozhovorů s informantkami jejich motivy, které je podporují a vedou k účasti v dalším vzdělávání. Důležitou součástí výzkumu byly i dílčí cíle, které zkoumaly faktory, které motivaci a jejich další vzdělávání výrazně ovlivňují.

Výzkumu se zúčastnilo 8 informantek, které jsou všechny podnikatelkami a splňují podobné podmínky tak, aby mohly být zařazené do výzkumného vzorku. Všechny informantky jsou ženy OSVČ bez zaměstnanců a podnikají také v podobné sféře. Informantky spojuje především volná živnost, které je specifická tím, že nepožaduje po zájemcích dosaženou kvalifikaci, nebo specifické vzdělávání. Informantky patří do rizikové skupiny, ale podnikají relativně stabilním způsobem. Tuto skupinu můžou samozřejmě velmi lehce ohrozit vnější vlivy, proto jsme si ji vybrali za cílovou.

Data pro výzkum byla získána prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, které byly zaznamenány na diktafon a všechny informantky s tímto způsobem vytvoření hlasového záznamu souhlasily. Rozhovory probíhaly za oboustranné spokojenosti a ženy podnikatelky byly velmi otevřené k popisu svých osobních pocitů a dojmů z hlediska popisu jejich motivace k dalšímu vzdělávání. Někdy během rozhovorů byla zaznamenána určitá nervozita, a to v případech, kdy ženy podnikatelky odpovídaly na otázky, které souvisely s jejich osobním životem a nepříjemnými situacemi v oblasti jejich podnikatelské činnosti. Také bylo velmi nutné korigovat průběh a směr všech rozhovorů, protože informantky mluvily velmi otevřeně a byly výřečné.

Prostřednictvím tohoto výzkumu bylo odhaleno celkem 8 kategorií. Všechny tyto kategorie byly vytvořené tak, aby pomohly objasnit všechny cíle tohoto výzkumu.

Hlavním cílem tohoto kvalitativního výzkumu byla problematika motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání. Tuto problematiku objasňuje kategorie 5, která byla pro větší přehlednost rozdělena na 3 podkategorie, které motivaci k dalšímu vzdělávání blíže upřesňují. Podkategorie se zabývají zajmovým neformálním vzděláváním, neformálním profesním vzděláváním a formálním vzděláváním obecně. Z výzkumu je patrné, že ženy podnikatelky z tohoto okruhu informantek preferují spíše neformální typ vzdělávání.

Výzkumem bylo zjištěno, že z hlediska formálního vzdělávání nemají tyto ženy žádné vnitřní, ani vnější ambice, motivy, nebo důvody se této formy vzdělávání dobrovolně

účastnit. A to z důvodu, že informantky podnikají v živnosti volné, ve která podle John (2015, s. 131), ženy nemusí prokazovat svou odbornou způsobilost, délku praxe a dosažené vzdělání. Informantky jsou se svými znalostmi a dovednostmi spokojené a a vzdělávání tedy preferují spíše zájmovou a profesní neformální cestou. V určité míře ale dodávají, že pokud by vnější okolnosti po nich nějaký typ tohoto vzdělávání vyžadovaly, nebo by se jim určité formální vzdělávání v dané situaci hodilo, tak by byly ochotné a motivované se dál vzdělávat. Přirozeně informantky v rámci zájmového a profesního vzdělávání upřednostňují témata a možnosti dalšího vzdělávání, které se vztahují k problematice jejich činnosti v podnikání, jako je zdravý životní styl, osobní rozvoj a obchodní dovednosti. Oblast zájmového a profesního vzdělávání je u informantek velmi propojená, neboť se jedná o témata, které řeší oba typy dalšího neformálního vzdělávání. Ženy se v rámci zájmového vzdělávání vzdělávají prostřednictvím knih, internetu, sociálních sítí, kurzů, seminářů a přednášek. Ženy podnikatelky motivuje se dál vzdělávat v této oblasti vlastní seberealizace a sociální aspekt motivace, být užitečná v rámci své sociální a občanské role.

V rámci profesního vzdělávání se přidává k motivaci osobnostní a sociální i motivace ekonomická. Blíže jsme tuto kategorii rozdělili na tři okruhy podle odpovědí informantek. Tyto okruhy jsou odborné podnikatelské kurzy, další vzdělávání prostřednictvím společností, odborné kurzy a semináře. V podnikatelských kurzech jsou pro účast na dalším vzdělávání ženy podnikatelky motivovány získáním podnikatelských dovedností, které jsou objektivně potřebné pro jejich vlastní činnost. V rámci dalšího vzdělávání prostřednictvím společností motivuje ženy podnikatelky nejvíce sama společnost a podpora skrze ni. Ženy motivuje v tomto směru také získání přesných informací, které k podnikání prostřednictvím určité společnosti potřebují a finanční ohodnocení, která přichází skrze získání těchto znalostí a dovedností. Nejčastěji informantky uváděly, že se vzdělávají prostřednictvím odborných seminářů a kurzů, ve kterých si rozšiřují svou odbornost a kvalifikaci. To co je motivuje je vlastní seberealizace a finanční přínos. Velice silně je zde zastoupená motivace sociální. Ženy získávají znalosti a dovednosti, aby je mohly předávat dál a pomáhat tak sobě, rodině i společnosti. Z hlediska hlavního cíle vycházíme z dělení motivace k dalšímu vzdělávání podle Prusákové (2005, s. 108), které se ukázalo v tomto případě jako vhodné. Z dosavadního poznání se spoustu věcí prostřednictvím výzkumu potvrdilo, ale také se určité data více přiblížila této cílové skupině. U informantek je velmi patrná silná sociální motivace v rámci dalšího vzdělávání v obou svých formách, která částečně i někdy převyšuje i motivaci ekonomickou. Dále se také potvrdilo podle John (2015, s. 15)

oblíbenost informačních technologií pro usnadnění dalšího vzdělávání pro tuto cílovou skupinu. Ve výzkumu se prokázalo, že IT mají pro ženy v rámci motivace k dalšímu vzdělávání velmi specifický a velký význam. Dále interpretujeme výsledky dílčích cílů.

Prvním dílčím cílem výzkumu bylo zjistit, jak dokážou ženy podnikatelky interpretovat termín další vzdělávání. Tímto dílčím cílem se zabývá kategorie č. 1, která objasnila, že každá z informantek si pod termínem další vzdělávání představuje jinou možnost, kterou ji další vzdělávání může nabídnout. V některých interpretacích došlo také ke shodě. Ženy podnikatelky si pod tímto termínem představují seberealizaci, možnost zdokonalit se, získání určitých dovedností, poznatků a kvalifikací.

Kategorie č. 2 se zabývá druhým dílčím cílem výzkumu, kterým bylo zjistit odlišnosti režimu podnikání žen a jejich volného času, které vedou k uplatnění specifické formy dalšího vzdělávání pro tuto skupinu. Volný čas je pro ženy podnikatelky ta doba, kdy nemají domluvené schůzky s klienty. Ženy podnikatelky svůj volný čas tráví především dalším vzděláváním, péčí o rodinu a domácnost, svými koníčky, osobním rozvojem a cestováním. Velmi důležitým aspektem pro tyto ženy je schopnost a dovednost si volný čas vytvořit a obhájit si pro účely dalšího vzdělávání. Další vzdělávání u nich probíhá především v dopoledních hodinách, večer, nebo mezi schůzkami se zákazníky.

Třetím dílčím cílem bylo zjistit informovanost žen podnikatelek o možnostech a realizacích dalšího vzdělávání v rámci spolků podnikatelek a jiných vhodných aktivit pro další vzdělávání této skupiny. Tomuto dílčímu cíli se věnuje kategorie č. 7, ve které bylo zjištěno, že ženy podnikatelky v rámci svého dalšího vzdělávání ženské spolky podnikatelek nevyhledávají z různých individuálních důvodů, ale informované o jejich existenci jsou. Nejčastěji vyhledávají tyto informace prostřednictvím internetu, který je pro ženy podnikatelky velice důležitým informačním zdrojem pro osobní život i jejich podnikání. Pokud srovnáme naše zjištění s dosavadním poznáním, tak je u informantek velmi zajímavé, že tyto instituce nevyhledávají, nebo se o ně nezajímají. A to z důvodu, že jsou tady převážně pro jejich podporu a rozvoj.

Čtvrtým dílčím cílem výzkumu bylo zjistit, jak je pro podnikající ženy důležitá potřeba vzdělávání z hlediska žebříčku jejich hodnot. Tomuto cíli se věnuje kategorie č. 6. Všechny informantky se zde shodly, že další vzdělávání v rámci jejich osobního života a podnikání má nezastupitelnou hodnotu a z hlediska žebříčku svých vlastních hodnot a potřeb jej vkládaly vždy na přední místa. Toto zjištění bylo velmi přínosné i pro informantky.

Pátým dílčím výzkumu této BP bylo zjistit překážky, které podnikajícím ženám brání v dalším vzdělávání. Tomuto dílčímu cíli se věnuje kategorie č. 3, která objasnila, že největšími překážkami, v dalším vzdělávání pro ženy podnikatelky je převážně nedostatek času a financí. Další překážky se vždy ve výzkumu objevovaly vždy individuálně a byly v propojení s individuální životní a rodinnou situací žen podnikatelek. Zde jsme vycházeli z dělení bariér podle Rabušice, Rabušicové a Šed'ové (2008, s. 105), které je děleno na formální a neformální vzdělávání, které se zde ukázalo jako velice přesné.

Šestým dílčím cílem zjistit, kdo a jak podporuje ženy podnikatelky z hlediska dalšího vzdělávání. Tomuto dílčímu cíli se věnuje kategorie č. 4, která ukázala, že ženy podnikatelky nejvíce v rámci dalšího vzdělávání podporují jejich partneři, rodina, jejich kolegyně, ale největší podporu pro tuto činnost musí hledat samy u sebe.

Posledním dílčím cílem bylo zjistit, co ženám podnikatelkám další vzdělávání přináší a zda je jim vůbec v jejich činnosti prospěšné. Tomuto dílčímu cíli se věnuje kategorie č. 8, která objasnila, že ženám podnikatelkám další vzdělávání přináší plno pozitivních aspektů, jak z hlediska osobního života, tak z hlediska podnikání a má nezastupitelnou hodnotu a je pro úspěšné podnikání velmi důležité. Tím byla také ujasněna úvodní otázka autorky, zda má další vzdělávání pro ženy podnikatelky přínos, zda ano, nebo ne.

Zjištěním bylo také, že v podnikatelské činnosti nezáleží na dosažém vzdělání, věku a délce podnikání při motivaci k dalšímu vzdělávání. Vše je vždy individuální.

6.1 Doporučení pro praxi

Další vzdělávání je důležitou součástí života každé ženy podnikatelky a prostřednictvím změn, které se nyní dějí, je nutné mít odvalu a umět na ně konstruktivně reagovat. Velmi důležitá je i vnitřní potřeba se skrze vnější okolnosti dál vzdělávat. Díky tomu, že ženy podnikatelky tvoří velkou část malých a drobných živnostníků a podnikatelů, tak se jedná o skupinu velmi rizikovou, neboť je tato skupina velmi náchylná na změny, které se právě ve společnosti dějí. Proto je velmi nutné tuto skupinu žen podporovat a vytvořit jim podmínky i v oblasti dalšího vzdělávání.

Možnosti z hlediska podpory vzdělávání v oblasti podnikání ve Zlínském kraji jsou k dispozici, ale veřejnost a hlavně ženy podnikatelky jsou o nich málo informované, nebo mají pocit nedostatečnosti z hlediska možnosti přístupu k aktivitám těchto míst, a to z pozice jejich aktuální podnikatelské situace. Velmi dobrou možností by byla větší propo-

jenost těchto míst například se živnostenským úřadem. Zde by úřednice stávající a nové ženy podnikatelky o těchto možnostech přímo informovaly a určitý program, nebo možnost by jim nabídly tak, aby v pozdější fázi ženy nemusely řešit složité situace. Tyto situace často vycházejí z důvodu, že ženy nejsou informované, nebo si nedokáží důležité informace vyhledat z důvodu svého aktuálního postavení.

Zároveň je ale nutné vést ženy podnikatelky prostřednictvím dalšího vzdělávání k určité samostatnosti a stabilitě, která je pro tuto oblast nutná. Velké možnosti v oblasti dalšího vzdělávání této skupiny vnímáme také prostřednictvím internetu, díky kterému se mohou ženy dál vzdělávat v současné době kdekoliv a kdykoliv.

ZÁVĚR

V této BP jsme se blíže zabývali problematikou „motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání“. Tato cílová skupina je velmi různorodá, proto jsme se cíleně v empirické části výzkumu BP zaměřili na konkrétní skupinu žen podnikatelek, které je nutné věnovat větší pozornost, protože se tato skupina velmi často stává právě rizikovou, z hlediska náchylnosti k vnějším vlivům a změnám ve společnosti. Tím, co může tyto ženy posunout směrem nahoru, může být právě možnost dalšího vzdělávání.

Teoretická část BP se skládá ze tří kapitol, které se zabývají problematikou žen podnikatelek, obecně motivace a dalšího vzdělávání. Tyto kapitoly měly za cíl objasnění pojmů a definic této problematiky. Empirická část BP se zaměřuje na metodologii výzkumu a upřesňuje postup kvalitativního výzkumu, kterým byla získávána data pro analýzu výzkumu. Data byla získávána pomocí polostrukturovaných rozhovorů s 8. informantkami, které byly svou charakteristikou pro výzkum vhodné. Interpretace dat výzkumu byla vytvořena prostřednictvím otevřeného kódování.

Hlavním cílem výzkumu v této BP bylo zjistit a porozumět motivaci žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání. Zjištění, jak jsou ženy podnikatelky motivovány a co je motivuje se dál vzdělávat. Z interpretací dat, které vycházely z polostrukturovaných rozhovorů s informantkami, vyšlo najevo, že je u nich patrná velice silná individuální motivace a tyto ženy preferují právě neformální vzdělávání pro svou vlastní seberealizaci. Dále je u žen obecně velmi silná motivace sociální i v jejím širším pojetí. Díky dalšímu vzdělávání pomáhát rodině i ostatním lidem a chtějí být lepším člověkem. Také je zde, ale o něco méně viditelně zastoupená motivace ekonomická, která je ale velmi často největším motivem pro ochotu dál se vzdělávat, tak aby si ženy podnikatelky rozšířily nabídku svých služeb a udržely si současný statut. Prostřednictvím dílčích cílů se ukázalo, že největší překážkou v dalším vzdělávání jsou pro ženy podnikatelky peníze a čas; podporu hledají většinou samy v sobě a v rodině; potřeba vzdělávání je pro ně velmi důležitá; informace vyhledávají nejčastěji prostřednictvím internetu a přínost dalšího vzdělávání vnímají jako obrovský.

Prostřednictvím výzkumu byly splněny všechny jeho hlavní a dílčí cíle. Tato BP pouze mapuje danou situaci a nejde do hlubších částí problematiky. Tato BP vychází z odborné literatury a je podložena kvalitativním výzkumem, který může posloužit lidem, kteří v této problematice hledají základní orientaci.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ADLER, Alfred (1993) cit. podle VÁGNEROVÁ, Marie, 2005. *Základy psychologie*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0841-3.
- [2] BAHENSKÁ, Marie, 2005. *Počátky emancipace žen v Čechách*. Dívčí vzdělávání a ženské spolky v Praze v 19. století. Praha: Libri. ISBN 80-7277241-4.
- [3] BAREŠOVÁ, Andrea. E-learning ve vzdělávání dospělých. Praha: VOX. ISBN 80 - 86324-27-3.
- [4] BENEŠ, Milan, 2008. *Andragogika*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2580-2.
- [5] CAKIRPALOGLU, Panajotis. 2012. *Úvod do psychologie osobnosti*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4033-1.
- [6] EVROPSKÁ UNIE, 2010. *Evropa pro ženy*. Lucemburk: Úřad pro publikace Evropské unie. ISBN 978-92-79-14024-2.
- [7] FERJENČÍK, Ján, 2000. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Jak zkoumat lidskou duši. Praha: Portál. ISBN: 80-7178-367-6.
- [8] HARTL, Pavel, 1999. *Kompendium pedagogické psychologie dospělých*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-841-7.
- [9] HENDL, Jan, 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.
- [10] CHRÁSKA, Miroslav, 2011. *Metody pedagogického výzkumu. Základy kvantitativního výzkumu*. Grada. ISBN: 978-80-247-1369-4.
- [11] JOHN, Alexandra, 2015. *Sama sobě šéfem*. Jihlava: Baroque Partners s.r.o. ISBN 978-80-87923-07-8.
- [12] LISICKÁ, Markéta, BALÁŽOVÁ, Lucie, 2015. *Zpověď nespoutané ženy*. Zlín, Tigris. ISBN 978-80-7490-068-6.
- [13] MADSEN, Kristen Brent, 1979 cit. podle Vágnerová, Marie 2005. *Základy psychologie*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0841-3.
- [14] MICHAELS, J., 1974 cit. podle HARTL, Pavel, 1999. *Kompendium pedagogické psychologie dospělých*. Praha: Karolinum. ISBN 80-7184-841-7.

- [15] MIOVSKÝ, Michal, 2010. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Grada. ISBN 80-247-1362-4.
- [16] MOUSSOVÁ, Hádj, 1995 cit. podle Vágnerová, Marie 2005. *Základy psychologie*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0841-3.
- [17] MUŽÍK, Jaroslav, 2014. *Andodidaktika*. Vys.2. Praha: ASPI Publishing. ISBN 80-7238-220-9.
- [18] MUŽÍK, Jaroslav, 2005. *Didaktika profesního vzdělávání dospělých*. Plzeň: FRAUS. ISBN 80-7238-220-9.
- [19] NAKONEČNÝ, Milan, 1996. *Motivace lidského chování*. Praha: Academia. ISBN 80-200-0592-7.
- [20] NAKONEČNÝ, Milan, 2014. *Motivace lidského chování*. Vyd. 3. Praha: Triton. ISBN 978-80-7387-830-6.
- [21] NESNÍDALOVÁ, Jitka, 2015. *Bavte se tím, co Vás živí*. Rady pro podnikavé ženy. Brno: Bizbooks. ISBN 978-80-265-0317-0.
- [22] PALÁN, Zdeněk, 1998 cit. podle PRUSÁKOVÁ, Viera, 2005. *Základy Andragogiky*. Gerlach Print. ISBN 80-89142-05-2.
- [23] PALÁN, Zdeněk, 2002. *Základy andragogiky*. Praha: Vysoká škola J.A. Komenského. ISBN 80-86723-03-8.
- [24] PATTON, M.Q., 1990 cit. podle MIOVSKÝ, Michal, 2010. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1362-4.
- [25] PLAMÍNEK, Jiří, 2010. *Vzdělávání dospělých*. Průvodce pro lektory, účastníky a zadavatele. Praha: Grada. ISBN 978-80-247.3235-0.
- [26] PRŮCHA, Jan, 2014. *Andragogický výzkum*. Praha: Grada Publishing.. ISBN 978-80-247-5232-7.
- [27] PRŮCHA, Jan, VETEŠKA, Jaroslav, 2012. *Andragogický slovník*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3960-1.
- [28] PRUSÁKOVÁ, Viera, 2000 cit. podle PRUSÁKOVÁ, Viera, 2005. *Základy Andragogiky I*. Bratislava: Gerlach Print. spol. s.r.o. ISBN 80-89142-05-2.

[29] PRUSÁKOVÁ, Viera, 2005. *Základy Andragogiky I*. Bratislava: Gerlach Print. spol. s.r.o. ISBN 80-89142-05-2.

[30] RABUŠIC, Ladislav, RABUŠICOVÁ, Milada, 2008. *Učíme se po celý život? O vzdělávání dospělých v České republice*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4779-2.

[31] ŘÍČAN, Pavel, 2009. *Psychologie*. Vyd. 3. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-560-8.

[32] SLOVNÍK CIZÍCH SLOV, Kolektiv autorů, 1998. Praha: Enycklopedický dům. ISBN: 80-90-1647-8-1.

[33] SOBOTKOVÁ, Irena, 2001. *Psychologie rodiny*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-559-8.

[34] ŠAUEROVÁ, Markéta, 2012 cit. podle Průcha, 2014. *Andragogický výzkum*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5232-7.

[35] ŠERÁK, Michal, 2009. *Zájmové vzdělávání dospělých*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-551-6.

[36] ŠVAŘÍČEK, Roman, ŠEĐOVÁ, Klára a kol., 2014. *Kvalitativní výukum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0644-6.

[37] ŠVEC, Štefan, 2002 cit. podle PRUSÁKOVÁ, Viera, 2005. *Základy Andragogiky I*. Bratislava: Gerlach Print. spol. s.r.o. ISBN 80-89142-05-2.

[38] VÁGNEROVÁ, Marie, 2005. *Základy psychologie*. Praha: Karolinium. ISBN 80-246-0841-3.

Internetové zdroje:

[39] CENTRUM SLUŽEB PRO PODNIKÁNÍ. Základy podnikání – rekvalifikační kurz. www.sluzbyapodnikani.cz [online] 2016 [2016-03-10]. Dostupné z: <http://www.sluzbyapodnikani.cz/kurzy/podnikatel-zaklady-pro-praxi-rekvalifikacni-kurz/>

[40]iPODNIKATEL.CZ. Svět podnikání a ženy – specifika podnikání žen. www.ipodnikatel.cz [online] 2011[2016-03-12]. Dostupné z: www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/svet-podnikani-a-zeny-specifika-podnikani-zen.html

[41] KLUB PODNIKATELEK ZE ZLINSKA z.s. O klubu. www.csr-zlin.cz [online] 2015 [2016-03-18]. Dostupné z: www.klub.csr-zlin.cz/o-klubu/

[42] MANAGEMENT MANIA. Co je to Time Management. *www.managementmania.com* [online] 2016 [2016-03-12]. Dostupné z: *www.managementmania.com/cs/time-management*[4]

[43] MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ. Rekvalifikace. *www.portal.mpsv.cz* [online] 2016 [2016-03-09]. Dostupné z: *https://portal.mpsv.cz/sz/obcane/rekvalifikace*.

[44] UČETNÍ KAVARNA.CZ. Neziskový sektor – úvod do problematiky. STEJSKAL, Jan. *www.ucetnikavarna.cz* [online] 2011[2016-03-12]. Dostupné z: *www.ucetnikavarna.cz/archiv/dokument/doc-d31971v39172-neziskovy-sektor-uvod-do-problematiky/*

[45] ZAPSANÝ SPOLEK. Co je to spolek? *www.zapsanyspolek.cz* [online] 2015 [2016-03-14]. Dostupné z: *www.zapsanyspolek.cz*

[46] ZRCADLO. BLOGSPOT.CZ. Maslowova pyramida lidských potřeb. CAUFIELD, Holden. *www.zrcadlo.blogspot.cz* [online] 2008 [2016-03-12]. Dostupné z: *http://zrcadlo.blogspot.cz/2008/06/maslowova-pyramida.html*

Zákony

[47] ASPI Wolters Kluwer. Zákon č. 179/2006 ze dne 30. března 2006 o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a o změně některých zákonů. In In: Sbírka zákonů České republiky. 2006, částka 61. Dostupný také z: *www.noveaspi.cz/products/lawText/1/62540/1/2*

[48] ASPI Wolters Kluwer. Zákon č. 455/1991 Sb ze dne 1. 1. 1992 o živnostenském podnikání. In: Sbírka zákonů. 1992, částka 144. Dostupný také z: *www.noveaspi.cz/products/lawText/1/39498/1/2*

[49] ASPI Wolters Kluwer. Zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. 2012, částka 33. Dostupný také z: *www.noveaspi.cz/products/lawText/1/74907/1/2*

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

BP Bakalářská práce.

OSVČ Osoba samostatně výdělečně činná.

BZOP a PO Bezpečnost a ochrana zdraví při práci a o požární ochrana.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – Maslowova pyramida potřeb.....	25
--	----

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – Základní charakteristika informantek.....	43
---	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI Polostrukturovaný rozhovor

Příloha PII Informovaný souhlas

PŘÍLOHA P I: POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR

UKÁZKOVÝ ROZHOVOR:

INFORMANTKA 1

ČÍSLO ŘÁDKU	OSOBA	OBSAH	POZNÁMKY
1	VÝZKUMNÍK	Dobrý den, děkuji Vám, že jste si na mne a můj výzkum vytvořila prostor. Tento rozhovor bude sloužit k vytvoření analýzy pro výzkumnou část mé bakalářské práce, které je na téma: Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání. Rozhovor natáčím na diktafon, jak jsme se předem domluvily. Celý rozhovor si budu, jak jsme se dohodly nahrávat na diktafon mobilního telefonu. Tento záznam je určen pouze pro přepis.	
2	INFORMANT 1	Takže to nebude nikdo poslouchat?	Nejistý úsměv.
3	VÝZKUMNÍK	Ne, bude pouze přepis, který bude anonymní, a v bakalářské práci budou pouze úryvky, nebo přepis. Nemějte vůbec žádné obavy. Můžeme tedy začít?	→ UJIŠTĚNÍ ANONYMNÍ
4	INFORMANT 1	Tak to jsem ráda. Určitě, jen na mne!	Znatelná úleva.
5	VÝZKUMNÍK	Kolikátý jste ročník?	
6	INFORMANT 1	Narodila jsem se v roce [redacted], mám [redacted] let.	VĚK informantky
7	VÝZKUMNÍK	Jak dlouho podnikáte?	
8	INFORMANT 1	Podnikám od roku [redacted], předtím jsem pracovala běžně v zaměstnání.	Délka podnikání
9	VÝZKUMNÍK	Z jakého důvodu jste začala podnikat?	
10	INFORMANT 1	Chtěla jsem zkusit něco nového, protože standardní zaměstnání mě moc nenaplnovalo. Bralo mi spíše energii. Dlouho trvalo, než jsem si uvědomila, jaké štěstí je být svobodná v podnikání a dělat to, co Vás baví.	← DŮVOD VSTUPU DO PODNIKÁNÍ → Podnikat v zálibě
11	VÝZKUMNÍK	Jste OSVČ? Máte zaměstnance? V čem podnikáte?	
12	INFORMANT 1	Jsem OSVČ bez zaměstnanců, tedy drobná živnostník a podnikám ve službách.	← ZPŮSOB PODNIKÁNÍ
13	VÝZKUMNÍK	To je zajímavé, k tomu se ještě dostaneme. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? A obor?	
14	INFORMANT 1	Střední s maturitou. Střední školu mám [redacted].	← DOSAŽENÉ VZDĚLÁNÍ
15	VÝZKUMNÍK	Takže, říkala jste, že navrhujete interiéry. Naplňuje Vás Vaše práce?	← PŘÍNOS PROFESU
16	INFORMANT 1	Velmi. Dělam to, co mě baví, ráda tvořím a poznávám nové a zajímavé lidi. Má práce je velmi kreativní a různorodá. [redacted] které je důležité pro podporu různých životních oblastí v jejich životech.	Jde z ní vidět spokojenost a uvolnění. ← POPIS ČINNOSTI
17	VÝZKUMNÍK	Musela jste se kvůli své profesi nějak vzdělávat?	škola (kurz)
18	INFORMANT 1	Určitě, teda samozřejmě. Abych mohla profesionálně pracovat, tak jsem si musela vystudovat několik škol [redacted], které mi daly dobrý základ pro můj vlastní život i pro moji podnikatelskou činnost, tedy i profesi, kterou dělám.	← PŘÍNOS KURZU ← PROFESNÍ VZDĚLÁVÁNÍ
19	VÝZKUMNÍK	Jak jste studovala a co Vás motivovalo? Myslím z hlediska Vaší profese.	← ZPŮSOB STUDIA
20	INFORMANT 1	Studovala jsem dálkově při vzdělávání a studium nebylo levné, ale nelituji toho. Vždy jeden víkend v měsíci v Praze. Trvalo to několik měsíců, někdy i celý rok. Jak jsem říkala, vůbec toho nelituji. Poznala jsem Prahu, úžasnou náplň mé práce, nové lidi. A co	Na konci velmi vesele. ← FREKVENCE A DÉLKA STUDIA → PŘÍNOS STUDIA

		změna v životě	
		mě motivovalo? Asi udělat něco s mým životem. Tehdy jsem vůbec nevěděla, že něčemu takovému se budu naplno věnovat. No to by mě ani ve snu nenapadlo. Chtěla jsem být šťastnější, zdravější a moudřejší. Moc mě toto téma zajímalo a chtěla jsem se o tom dozvědět co nejvíc.	ZÍSKAT INFORMACI VĚDĚT VÍC KVALITNĚJŠÍ ŽIVOT ZAJÍMALO TĚMA ZAJÍMAT
21	VÝZKUMNÍK	Jak by jste definovala další vzdělávání?	
22	INFORMANT 1	Je to vzdělávání, které probíhá celý život. Člověk ukončí vzdělání, které ho k něčemu dovede, myslím k odbornosti a další vzdělávání je vše potom	celoživotní vzdělávání POKROČOVÁNÍ VZDĚLÁVÁNÍ
23	VÝZKUMNÍK	Znáte formy dalšího vzdělávání?	
24	INFORMANT 1	Formy? Určitě! Přednášky, semináře, kurzy a teď jsou hodně oblíbené webináře, myslím na internetu. Knihy, samostudium, internet.	Formy vzdělávání
25	VÝZKUMNÍK	Kromě vzdělávání o kterém jsme teď mluvily, vzděláváte se dál i v něčem jiném? Třeba i v propojení s podnikáním?	
26	INFORMANT 1	Určitě, já se stále vzdělávám, protože mě to prostě a jednoduše baví. Někdy to zdánlivě vypadá, že to k podnikání nepatří, ale vzdělávám se i v oblastech, které mé podnikání nepřímo podporují.	PZ BAVIT PROPOJENÍ ŽIVOTY A PRÁCE
27	VÝZKUMNÍK	A ty oblasti jsou jaké?	ZÁJEM
28	INFORMANT 1	Osobní rozvoj a zdravý životní styl a učím se i podnikat, tedy podnikatelské dovednosti.	PROFESNÍ INFORMOVANOST PODNIKATELSKÉ DOVEDNOSTI
29	VÝZKUMNÍK	Jakou formou se v těchto oblastech vzděláváte? A co Vás motivuje se tímto způsobem vzdělávat?	
30	INFORMANT 1	Navštěvuji kurzy, semináře a přednášky. Někdy se dívám na webináře a přednášky na internetu. Je tam hromada informací, obrovské množství velmi prospěšných informací, jak pro vlastní život, tak i osobní rozvoj a podnikání. Čtu hodně knih, to taky motivuje mě, pokud se jedná o internet, tak rychlost a snadnost přístupu k těmto informacím. I z hlediska své profese hodně věci hledám na internetu. Informace o daních, nových zákonech, vyhláškách. Čtu hodně knih a motivuje mě je číst to, že zároveň dělám to, co mě baví, ty informace pro mě osobně mají velkou vnitřní hodnotu.	AKTIVNÍ ZPŮSOB VZDĚLÁVÁNÍ INTERNET PRINOS PROFESNÍ INFORMOVANOST BAVIT PŘEDNÁŠKY INTERNET ČETBA PROSPĚŠNOST PROPOJENOST MOTIVACE INTERNET MOTIVACI Knihy (čítba)
31	VÝZKUMNÍK	Mohla by jste to, přiblížit trochu konkrétněji? Myslím ty kurzy, které navštěvujete.	OSOBNÍ ROZVOJ
32	INFORMANT 1	Jistě. Například kurzy o podnikání, dovednosti v podnikání. Přednášky o zdraví, Feng Shui, osobní rozvoj.	ZÁJEM PŘEDNÁŠKY
33	VÝZKUMNÍK	Co Vás motivuje se takto vzdělávat?	
34	INFORMANT 1	Motivuje mě vědět víc a být v podnikání i v tom, co dělám dobrá. Být lepší a lepší. Být v obraze, když přijde klient a něco mi ukáže. Tak abych se necítila trapně, že něco nevím, nebo jsem o tom neslyšela. Z hlediska zdravého životního stylu mě motivuje se vzdělávat, asi to, že když jsem zdravotně v pořádku, tak můžu pracovat a vypadám mnohem profesionálněji. Někdy je má práce velmi obtížná a má návštěva musí přinést do domova klientů novou energii, takže musím být svěží, odpočínutá a zdravá. Musí to jít na mne vidět, že se mi vede dobře. Pokud bych působila nezdravě, Tak po mně nikdo nic chtít nebude, protože proč? Pokud to umím, tak to musím žít a já to potřebuji žít. Další motivací je i finanční příjem. Kdo říká, že nepotřebuje pro život peníze, ten lže. Snažím se, aby klienti dostali za své peníze, co	NEZNALOST => PV MOTIV NEČÍTÍ SE TRAPNĚ STRACH Z ODPTÍMÁNÍ VĚDĚT VÍC KVALITA PRÁCE STABILITA V PODNIKÁNÍ Být lepší Být v obraze ZV - MOTIV MOTIVOVAT BÝT ZDRAVÁ ZDRAVÍ PROFESIONALITA BÝT PROFESIONÁLNÍ PV MOTIVACI FINANCE PŘEDÁVAT

		<p>sebevědomí nej kvalitnější služby a proto se také vzdělávám. → Proto, abych měla větší sebevědomí a informace, abych mohla kvalitně předávat dál. Být profesionální a zajištěná. No a hlavně spokojená! ← VLASTNÍ SPOKOJENOST</p>	<p>MOTIV PŘEDAT (UŽITEK) ← KVALITA → BÝT PROFESIONÁLNÍ → JENOST</p>
35	VÝZKUMNÍK	Máte děti? Jaký máte rodinný stav?	
36	INFORMANT 1	Jsem vdaná, ale děti zatím nemáme. Ale plánujeme je, určitě.	← RODINNÝ STAV
37	VÝZKUMNÍK	Jak vypadá Váš denní režim? Volný čas?	
38	INFORMANT 1	Můj denní režim ovlivňují objednávky klientů. Většinou pracuji odpoledne, ale někdy i dopoledne. Vždy podle toho, jak si domluvíme schůzky. A volný čas? A volný čas? Protože pracuji i o víkend a někdy to s prací přeháním, tak si vždy musím volný čas vytvořit	<p>OBJEDNÁVKY KLIENTŮ SCHŮZKY KLIENTI → vytvořit čas</p>
39	VÝZKUMNÍK	A jak ho trávíte?	
40	INFORMANT 1	Domácí práce, administrativa, další povinnosti a právě to vzdělávání.	AKTIVITY
41	VÝZKUMNÍK	Co preferujete v rámci volnočasového vzdělávání?	
42	INFORMANT 1	Preferuji určité přednášky. Téma mě musí vždy oslovit, internet a četba knih z hlediska zdravého životního stylu a osobního rozvoje. Tedy hodně zájmy.	PREFEROVAT ZAJÍMAVÉ téma ZAJÍMY
43	VÝZKUMNÍK	A co Vás motivuje se zájmově vzdělávat?	
44	INFORMANT 1	Já sama a relaxace. Někdy se musím prostě dostat do stavu pohody a hodně mě to baví. Získat užitečné informace. Hodně to dávám do praxe. I třeba být lepším člověkem. Myslím celkově.	<p>→ Usměv. ZAJÍMY ZDRAVÍ → BAVÍ → PROSPĚŠNOST</p>
45	VÝZKUMNÍK	Jaký máte názor na formální vzdělávání na vysoké škole? Uvažujete o něm? Co by Vás motivovalo nějaký obor dálkově vystudovat?	
46	INFORMANT 1	Tak teda. O tom jsem ani neuvažovala. Tehdy při zaměstnání po nás něco málo vyžadovali, ale nyní. No dobře zpátky k otázce. Myslím si, že vysokoškolské vzdělávání je v určitých oborech důležité. Já osobně o něm neuvažuji, protože nevidím zatím důvod, proč bych měla zvolit právě tuto formu. Určitě by mi to dalo hodně, ale nyní nemám na tento typ studia ani čas a ani motivaci. Motivovalo by mě, kdybych měla zajištěné podnikání a třeba si dodělala titul bez důvodu. Třeba jen proto, že nemusím, ale dělám to ráda. Nebo kdyby to bylo nutné, že bych v určité oblasti bez toho nemohla pracovat.	<p>Překvapená. → VYŽADOVAT (minulost) NEUVAŽOVAT, NEVIDĚT DŮVOD NEMÍT ČAS NEMÍT MOTIVACI ← HODIT ← VYŽADOVAT</p>
47	VÝZKUMNÍK	Co Vám další vzdělávání přináší?	LEPŠÍ ŽIVOT
48	INFORMANT 1	Přináší mi rozhled, možnosti a příležitosti. Radost z plně a smysluplně prožitého času. Získávám tím skvělé a praktické informace, které můžu využít ve svém životě a v práci.	<p>← NADHLED, NOVÉ MOŽNOSTI ZÍSKÁNÍ ZKUŠENOSTI ← INFORMACI</p>
49	VÝZKUMNÍK	Jaká je tedy Vaše motivace se dál vzdělávat z hlediska Vaší profese?	
50	INFORMANT 1	Být lepší. Přinést co nejvíce informací zákazníkovi. Umět efektivně podnikat. Jsou na to speciální informační kurzy. Motivací pro mě bylo umět efektivně podnikat. Dokázat říci ne a umět si naplánovat čas, vše se musí umět podnikatel naučit.	<p>MOTIVACE BÝT EFEKTIVNÍ SEBEHODNOTA, DRG. ČASU, důvěrnosti Podnik.</p>
51	VÝZKUMNÍK	Vy jste na takovém kurzu byla?	
52	INFORMANT 1	Ano a ne jen jednou. Byla jsem na několika seminářích o plánování času, vlastním sebevědomím, přístupu k zákazníkům.	<p>← ORGANIZACE ČASU ← SEBEVĚDOMÍ ← PSYCHOLOGIE PRODEJE</p>
53	VÝZKUMNÍK	A co Vás motivovalo se na tyto vzdělávací akce přihlásit?	

54	INFORMANT 1 Plánovat čas získání informací POD. → STABILITA V, důvody podnikání	Byla jsem v podnikání naprostý začátečník a mnoho věcí jsem se učila za pochodu. Naštěstí nemám děti, ale i tak bylo plánování času pro mě velmi stresující. Začala jsem číst knihy na toto téma a vyhledávat odborné kurzy. Motivací bylo získání sebevědomí v podnikání, zjistit informace, které jsou pro mne v podnikání potřebné a důležité, tak aby mě mé podnikání uživilo a nemusela mít až tak velký strach, zda budu mít peníze na zdravotní pojištění, nebo daně.	Prisedá si blíž. NEZNALOST ← HLEDÁNÍ MOTIVACE, SEBEVĚDOMÍ ← MÍT STRACH ← NEDOSTATEK PENĚZ
55	VÝZKUMNÍK	Jaké u sebe dokážete rozpoznat překážky ve vzdělávání?	NÍZKÉ SEBEVĚDOMÍ Zamýšlí se.
56	INFORMANT 1 NEDOSTATEK FINANCI NEMÍT ČAS MOŽNÁ BARIÉRA MÍT DĚTI	Někdy je bariérou nízké sebevědomí. Někdy mám pocit, že na něco nemůžu nikdy našetřit. Pak je nějaká přednáška a já na ni z pracovních důvodů nemůžu jít, nebo že prostě nemám čas. Ale na druhou stranu, pokud mě něco nadchne, tak jsem schopná kvůli tomu jet přes celou republiku. Navíc mám výhodu, že zatím nemám děti. Rodina by byla pro mne asi přednější, než se permanentně na její úkor vzdělávat, ale i tak si myslím, že se to dá nějak skloubit, aby nebylo ochuzeno nic.	← PRACOVNÍ ZANEPRÁZDNĚNOST ← NADŠENÍ RODINA
57	VÝZKUMNÍK	Takže se podnikání, vzdělávání a osobní život dá skloubit u ženy?	
58	INFORMANT 1 NEVÝHODY PODNIKÁNÍ MOŽNOST FUNKOVÁNÍ	Myslím si, že pro ženu je to vždycky trošku obtížnější, protože společnost od ní očekává úplně něco jiného, než od mužů. A my ženy podnikatelky se hodně často stáváme ženami v mužských rolích, což pak mnoho žen odnáší rozpadem manželství. Strachem, že ztrácíme svou ženskost, stresem, vyjednáváním, hektikou. Odráží se nám to i na těle prostřednictvím záudných nemocí a problémů se zdravím. Hlavně máme daleko jako ženy bližší vztah k dětem. Myslím si, že se to dá skloubit a dá se i přitom vzdělávat, ale taková žena potřebuje tolerantního manžela, být vnitřně vyladěná a hlavně sebevědomá. Možná i trošku finančně stabilizovaná v podnikání.	← JINÉ OČEKÁVÁNÍ ← SOCIÁLNÍ ASPEKT VZTAH K DĚTEM ← PODPORA PARTNERA ← SEBEVĚDOMÍ ← ZASTABILIZOVÁNÍ
59	VÝZKUMNÍK	Podporuje Vás někdo v podnikání a v dalším vzdělávání?	
60	INFORMANT 1 PŘÍNOS	Určitě manžel, bez něho bych to v určitých situacích asi nezvládla, nebo bych to chtěla asi vzdát. Sice jsme kvůli tomu měli v minulosti dosti velké rozpory, ale i tak jsem mu velmi vděčná za jeho podporu a někdy i nadhled. Díky vzdělávání přináším i mnoho informací domů takové, které oslovují i jeho a společně je pak praktikujeme. Ale vnímám, že tam musela být i nějaké moje vnitřní motivace a odhodlání. Bylo to ze začátku několik let odpírání si standardních věcí, hodně práce a malý příjem, abych se dostala tam, kde jsem dnes.	← PODPORA PARTNERA ← KONFLIKT, VDĚČNOST ← VNITŘNÍ MOTIVACI ← PRÁCE NA SOBĚ
61	VÝZKUMNÍK	Znáte tady ve Zlíně, nebo v okolí nějaké neziskové instituce, které slouží jako podpora vzdělávání začínajícím podnikatelkám, nebo podnikatelům obecně?	
62	INFORMANT 1 VHDNOST	Ano znám, například Klub podnikatelek ze Zlínska, je to mám pocit zapsaný spolek, nebo nějaký inkubátor je tady kousek v areálu, ale popravdě, vždy jsem se na jejich stránky jen dívala. Někdy jsem i uvažovala, že bych si tam zašla na nějakou akci, protože některé jejich vzdělávací akce byly podle	Usměje se. KLUBY PODNIKATELEK ZNAT ← ZATÍM NEPOTŘEBOVAT

		popisu na webových stránkách velice zajímavé. Vždy jsem řešila něco, někdy mi chyběl čas, jindy bylo méně peněz na nějaké vzdělávání, pak jsem se bála, že tam už chodí vždy ženy, které už se za tu dobu znají a nezapadnu tam.	← MÁLO ČASU ← STRACH - OBAVY ← VHDNOST
63	VÝZKUMNÍK	A co by Vás motivovalo, nějaký takový spolek navštívit? Spolek P.	
64	INFORMANT 1	Asi kdybych ty ženy poznala blíž, třeba den otevřených dveří. Na přednášku bych šla, pokud by mě téma zaujalo a já bych věděla, že přes vše tam musím být, tak to ano. Na takovou přednášku bych šla.	← BLIŽŠÍ SEZNÁMENÍ ← MOTIVOVAT
65	VÝZKUMNÍK	A co třeba nějaké portály pro podnikatelky? Sledujete se a vzděláváte se takto? Portály pro P.	
66	INFORMANT 1	V minulosti jsem něco hledala, místo kde zjistím určité informace. Myslím si, že internetu je toho hodně. Myslím informaci pro podnikatelky. Nemyslím si, že by tam ty informace nebyly, jen si to chce udělat čas a začít se zaobírat sám sebou. Myslím si, že mě informace, které jsem na těchto serverech objevila, tak byly pro mne přínosné, a to velmi. Motivovalo mě si informace vyhledat strach, ať něco třeba v podnikání neudělám špatně. Taková prevence.	← ZJIŠTIT INFORMACI ← HLEDAT ← PROSPĚŠNOST INTERNETU ← VHDNOST ← INTERNET, NAJÍT ← PŘÍNOS ← HLEDAT INFORMACI, STRACH ← CHYBA, PREVENCE
67	VÝZKUMNÍK	Z hlediska potřeb, je potřeba dalšího vzdělávání po Vás důležitá? Myslím žebříček hodnot.	← ŽEBŘÍČEK HODNOT
68	INFORMANT 1	Určitě. Nejdůležitější jsem si po tom všem já, pak partner a rodina. A já mám v sobě velkou potřebu se vzdělávat, nedokážu jen tak sedět a dívat se na televizi. Stále hledám, co a kde bych pozíštovala. Čtu o tématech, které mě baví a naplňují. Vzdělávání na žebříčku hodnot bych dala jako velmi důležité. Myslím si, že bez toho ani podnikání a ani žena nemůže fungovat. Určitě mezi první místa.	← PŘIKYVUJE A PŘISEDÁ SI BLÍŽ. ← VELKÁ POTŘEBA VZDĚLÁVÁNÍ ← BAVIT, NAPLŇOVAT ← VELMI DŮLEŽITÉ ← UMÍSTĚNÍ
69	VÝZKUMNÍK	Děkuji moc za všechny informace. Myslím si, že můžeme náš rozhovor ukončit. Získala jsem všechny informace, které jsem potřebovala. Děkuji moc.	
70	INFORMANT 1	Rádo se stalo. Také děkuji za pozvání.	

PŘÍLOHA P II: INFORMOVANÝ SOUHLAS

Informovaný souhlas se týká bakalářské práce s názvem: „*Motivace žen podnikatelek k dalšímu vzdělávání.*“.

Žádám informanty o udělení souhlasu pro uskutečnění rozhovoru, který bude zdrojem dat pro výzkumnou část BP. A zároveň žádám o udělení souhlasu pro nahrávání tohoto rozhovoru ve formě audio záznamu.

Jako autor BP se zavazují:

- 1) **Mlčenlivostí** - k Vaším citlivým osobním údajům a údajů osob, které během výzkumu zmíníte.
- 2) **Anonymitou** – z přepisů všech rozhovorů budou odstraněny všechny údaje, které by Vás mohly v textu identifikovat.
- 3) **Dobrovolností** – z výzkumu BP můžete bez udání důvodu odejít, pokud to tak budete vnímat.
- 4) **Možností kontroly** – po přepsání rozhovorů, máte možnost do Vašeho přepisu nahlédnout a upravit jej.

Děkuji za Vaši účast na výzkumu a žádám Vás tímto o písemný souhlas, že s účastí na výzkumu souhlasíte. Děkuji.

Michaela Válková

.....

V souladu se zákonem 101/2000 Sb., který se týká ochrany osobních údajů, i ve znění pozdějších předpisů souhlasím s účastí ve výše uvedeném výzkumu a souhlasím s poskytnutím dat pro tento účel.

V.....dne.....Podpis:

