ŽENA & ŽIVNOST

MAJÍ MALÝ OBCHOD VE MĚSTĚ, „VEDLEJŠÁK“ NA MATEŘSKÉ DOVOLENÉ NEBO ÚSPĚŠNĚ ŘÍDÍ NĚKOLIK ZAMĚSTNANCŮ A ZAMĚSTNANKYŇ. ZPŮSOBŮ A PODOB, JAKÝMI ŽENY V ČESKU PODNIKAJÍ, JE MNOHO. A MNOHO JE I POTÍŽÍ, KTERÝM PŘI TOM MUSEJÍ ČELIT. CO VŠECHNO SE MUSÍ ZMĚNIT, ABYCHOM MOHLY PODNIKAT SVOBODNĚ, SEBEVĚDOMĚ A PŘEDEVŠÍM ÚSPĚŠNĚ?

Text: Gabriela Knížková

142
Podnikatelky a jejich (ne)úspěchy

152
Gándhí, jak ho neznáte

160
Jaký byl Svět podle Heroine

170
Jiří Pasz píše Thordis. Od srdce

FOTO: BEN WICKS

FOTO: ALEXANDER JAWFOX

Nejvíc mě ubíjí ta spousta administrativy kolem," odpovídá do telefonu cukrářka Iveta Fabešová na to, jakým překážkám podle ní čelí české podnikatelky. „V každé pražské městské části máte na všechno trochu jiná pravidla a ta se ne vždycky střetávají s realitou toho, když skutečně provozujete podnik." Diář má Iveta Fabešová nabitý, toho času totiž otevírá novou pobočku cukrárny. V pozadí slyším šrumec, do nahrávky občas tlumeně promlouvají jiné hlasy. „Dejte mi vteřinku," prosí, aby se o několik okamžiků později vrátila k tématu žen a byznysu. Multitasking potřebuje ovládat skvěle, pomyslím si.

Stejně jako spoustu dalších způsobů, jak se denně vypořádávat s většími či menšími problémy. Být podnikatelkou v Česku totiž není nic pro slabé povahy. Ať už k tomu jste, nebo nejste mámou. Téma ženského podnikání je totiž mnohovrstevnaté a zdaleka se netýká jen mateřství, porodit dítě ale, jak víme, představuje v tuzemsku takřka univerzální hendikep. „Ženy musí pořád volit mezi podnikáním a mateřstvím. Spousta žen se do něj nepouští právě proto, že mají obavy, jak k tomu budou zvládat péči o děti," potvrzuje Fabešová. Zakladatelka cukráren a autorka kuchařek patří mezi nejvýraznější tváře podnikatelského úspěchu žen u nás. Příběh Fabešové je nejen inspirativní, ale v množství zádrhelů, které musela ve své práci překonat, také v lecčems symptomatický. Zdaleka ne všem ženám v Česku se totiž plány na založení vlastní cukrárny, IT firmy, kadeřnictví nebo startupu s originálním nápadem nakonec ve splněný sen podaří přetavit.

Na konci roku 2022 ženy tvořily podle dat Asociace malých a středních podniků třetinu tuzemských podnikajících – jejich počet v posledních letech navzdory ekonomickým propadům stále narůstá. Jenže velká část z nich zároveň s podnikáním končí dříve, než ho dokáže pořádně rozjet. Podle průzkumu agentury Ipsos pro projekt Visa She's Next, který pomáhá objevit a podpořit nové podnikatelské talenty a jehož je Fabešová ambasadorkou, podniká 44 procent žen po dobu jednoho až čtyř let. Mezi nejčastějšími důvody, proč jejich podnik nakonec krachl, pak uvádějí třeba silnou konkurenci, nízký profit, nedostatek zákazníků či vyhoření způsobené velkým stresem.

MÁMY I ŽENY PO PADESÁTCE

Kdo vlastně jsou české podnikatelky? A proč jejich záměry tak často končí neúspěchem? Podle kariérové poradkyně a spoluautorky podcastu *Pay Gap* Lucie Václavkové jsou odpovědi na obě otázky překvapivě složité. Zdaleka ne všechny ženy totiž podnikají proto, že skutečně chtějí – a řada z nich se za podnikatelky vlastně ani nepovažuje. „V Česku máme hodně velkou škálu podnikajících," podotýká. „Máme tady podnikatelky se zaměstnanci, máme tady podnikatelky bez zaměstnanců, různé autorky či digitální tvůrkyně, ženy na volné noze bez živnostenského oprávnění. Je proto velmi těžké vymezit, kdo všechno podnikatelkou je a kdo není. Jestli sem patří třeba i kontraktorka, která pracuje na IČO ve švarcsystému v rámci oboru, kde je obtížné získat zaměstnanecký poměr. Poslední jmenovaná se totiž dost možná sama jako podnikatelka identifikovat nebude." Právě takzvané prekérní formy práce, jimiž české firmy s oblibou obcházejí nutnost nabízet zaměstnání, tuzemská data o podnikání zkreslují. Podnikatelkou se tady zkrátka můžete stát velmi rychle, a ne zrovna dobrovolně.

Úvodní depresi stranou, velká část žen se pochopitelně pouští do podnikání i z vlastní vůle a s (alespoň počátečním) nadšením. Václavková připomíná, že i když začínají ženy v posledních letech pronikat i do oborů v minulosti považovaných za „mužské", jako jsou informační technologie, častějšími oblastmi jejich zájmu jsou stále služby, ať už jde o osobní péči, poradenství nebo vzdělávání, což nepochybně souvisí se zažitými genderovými stereotypy.

Podle dat iniciativy Mastercard Strive v Česku, která je společným projektem Mastercard a neziskové organizace CARE, která se soustředí na podporu podnikání, lze velkou část drobných českých podnikatelek rozdělit do šesti jasně definovaných skupin. Jako první můžeme jmenovat podnikatelky absolventky, které se do byznysu pouštějí hned po škole. Žene je k tomu nejen touha po seberealizaci a kreativním uplatnění ve svém oboru, ale také nedostatek příležitostí na trhu. V průměru ale ženy začínají oproti mužům podnikat později – a to klidně až o celé desetiletí, nejčastěji mezi 31 a 45 lety. Do této věkové kategorie často spadají ženy, které s podnikáním začínají během rodičovské dovolené. Někdy si díky němu plní dlouholeté sny, velmi často je ale k podnikání dožene potřeba větší pracovní flexibility nebo nemožnost se s dítětem vrátit na původní pozici. „Aleně po rodičovské zaměstnavatel slíbil práci, nakonec jí ale nabídl poloviční mzdu. Už těhotná si uvědomila, že nechce pracovat pro firmu, kde vše, co vybuduje, nebude její vlastní vizitka, že nechce ztrácet čas prací pro někoho, kdo si jí neváží. Chtěla práci, která jí umožní nezávislost na čase a místě a kde si za polovinu času vydělá stejné nebo větší peníze než jako zaměstnanec," vypráví Václav- ≫

ková společně s právničkou Šárkou Homfray v knize *Pay Gap: Kratší konec provazu* příběh posluchačky jejich stejnojmenného podcastu.

Flexibilita patří mezi hlavní podnikatelské motivace i další početné skupiny – samoživitelek. Vyjma finanční zranitelnosti totiž denně řeší, jak zajištění rodiny skloubí s péčí o děti, a podnikání pro ně může představovat východisko ze složité situace. Může jim však přinášet také peněžní rizika a velkou míru izolace. S tím, že bez dostatečných kontaktů zůstávají na své podnikání samy, bojují také podnikatelky migrantky, jimž se vlastní byznys nabízí jako způsob, jak si pro sebe vytvořit prostor na českém pracovním trhu. Tvorba příležitostí tam, kde pro ně dosud nebyly, je ostatně společným jmenovatelem řady ženami vedených podniků: například po padesátce je pro mnoho žen snazší uplatňovat své zkušenosti podle vlastních pravidel, než se o své hodnotě snažit přesvědčit potenciální zaměstnavatele.

O TŘI STOVKY MÍŇ

Pozdější start podnikání však ženám přináší řadu specifických problémů. „Když je vám pětatřicet a začínáte podnikat, pravděpodobně to znamená, že máte děti a starší rodiče. Během následujících deseti let tak budete rozjíždět byznys, pečovat o děti školního věku a do toho vám nejspíš připadne péče alespoň o jednoho rodiče. Společensky se od vás očekává, že to budete mít na starost vy, protože manžel přece vydělává," nastiňuje typickou past, do níž se podnikatelky dostávají, šéfka výzkumného týmu organizace CARE Česká republika Jana Fišerová.

Podle Šárky Homfray mnoho podnikatelek naráží se svými sny o časové flexibilitě. „Idealizované představy o nezávislosti a volnosti úplně neodpovídají realitě," podotýká. „Vybudovat i malinkatou živnost vyžaduje mnohem více práce, než by se zdálo, protože vás čeká kromě vlastní činnosti celá řada administrativy." Její slova potvrzuje také Iveta Fabešová. „Když jste svou vlastní paní, můžete sice pracovat po večerech a ráno, ale zároveň musíte pracovat v podstatě pořád. Když jste zaměstnaná a máte nemocné dítě, zůstanete snáz doma. Jako podnikatelka tohle udělat nemůžete – práce nepostojí a kolega vám s ní nepomůže." Václavková dodává, že ženy při zakládání podniků brzdí i nižší sebevědomí. „Mezinárodní průzkum Global Entrepreneurship Monitor ukázal, že si ženy na začátku méně věří. Podle dalších průzkumů také mají horší přístup k financím. Jestliže podnikání volíme jako profesní cestu v době, kdy jsme zranitelné – jsme studentky, matky, máme před důchodem – většinou nemáme moc peněz," objasňuje s tím, že pro mnoho žen zůstává živnost na úrovni přivýdělku.

Otázka financování ostatně patří v rámci podnikání žen mezi ty nejpalčivější. Podle Fišerové data Mastercard Strive z letošního výzkumu Barometr českého podnikatelského prostředí ukazují, že podnikatelky v Česku ve srovnání s muži méně často žádají o bankovní úvěry. Když už se odhodlají, žádají o nižší částky. „Je to zase spojené s nižší sebedůvěrou. Zvládnu si nastavit plán tak, abych zvládala splácet? Dokážu dostatečně vydělat? Ze stejných důvodů mají ženy také větší averzi vůči dluhu. Roli ale hraje i diskriminace, když už o půjčku zažádají, zejména vůči ženám na mateřské, které častěji nevyhovují kritériím – právě proto, že se častěji než muži nacházejí v nevýhodných situacích, jako je být doma s dítětem." Podle zkušeností Fabešové se ženy také častěji pouštějí do podnikání spontánně, aniž by měly ve své firmě dostatečně vyřešené právní vztahy a její obchodní pozadí. Samotnou cukrářku právě tahle chyba napoprvé stála všechno, co s bývalým manželem vybudovala – při rozvodu totiž o svůj první byznys přišla.

Homfray připomíná, že tam, kde českým zaměstnaneckým kolektivům nerušeně vévodí pay gap, se v případě podnikatelek objevuje „freelancer pay gap". „Narážíme na to, jak ženy, muži a obecně lidé uvažují o penězích. Stává se, že si ženy řeknou za svou práci o nižší částku, než by si za ni řekli muži. Nebo mají horší povědomí o tom, jak u daného zboží či služby udělat dobrou cenotvorbu. Může je i oslovovat klientela, která rovnou

Kde hledat podporu a informace?

- **propodnikave.cz** – Platforma organizace CARE Česká republika a iniciativy Mastercard Strive. Najdete tu online Akademii pro ženy, manuály a články o podnikání. Zaměřuje se hlavně na mikro- a malé podniky.
- **Ženský byznys** – Platforma pořádá vzdělávací a networkingové akce, kde se předávají zkušenosti a know-how. S Visa a ČSOB pořádá českou odnož projektu She's Next, který podporuje podnikatelky.
- **Inspire & Impact Network** – Síť Renaty Mrázové propojuje úspěšné ženy v byznysu. Snaží se měnit nejen podnikatelské prostředí v Česku tak, aby bylo k ženám přívětivější.
- **Ženy v byznysu** – Skupina pořádá akce a retreaty pro podnikatelky na podporu jejich podnikání. Pořádá konferenci Ženy v byznysu.
- **Podnikavá žena** – Nedotační projekt Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Pořádá akce a semináře. Pořádá soutěž eŽena.
- **#HolkyzByznysu** – Vzdělávací platforma nabízí školení, mentoring nebo stipendia, pořádá konference.

počítá s tím, že když za firmou stojí žena, budou její služby levnější," vyjmenovává.

„Mám kolem sebe spoustu holek, který něco dělají, prodávají to. Minimálně další čtyři holky podnikatelky a vlastně všechny se bojí si nechat za tu práci zdravě zaplatit… Já do dneška bojuju s tím, za kolik to mám prodávat. Teď jsem si přečetla někde článek, jak nacenit své handmade produkty, a zjistila jsem, že to mám všechno o tři stovky podhozený," říká v knize *Podnikatelky?* Sociologického ústavu Akademie věd dvaatřicetiletá Tereza. Trend ostatně znovu potvrzují čísla – průzkum platformy Na volné noze z letošního října ukázal, že zatímco muži si na hodinu nejčastěji říkají o průměrnou sazbu mezi tisíci a dvěma tisíci korunami, ženy si nechávají zaplatit mezi šesti sty až tisícem korun na hodinu. Data zároveň potvrzují, že ženy častěji podnikají v méně výdělečných oborech.

ZASE TA PÉČE

Vrcholná manažerka a šéfka lidských zdrojů mezinárodní společnosti FNZ Renata Mrázová potvrzuje, že nízká sebedůvěra žen rozhodně nehledí na státní hranice. „Tohle téma propojuje ženy skrze veškeré kontinenty," říká s povzdechem. „Někdy jim hází klacky pod nohy i rodina, známí nebo partner. Stojí velké úsilí, když si svoje rozhodnutí musíte stále znovu obhajovat." Problémy, jimž ženy nejen v byznysu čelí, ji na jaře přiměly založit vlivovou síť Inspire & Impact Network. Ta spojuje na 250 úspěšných českých žen a chce řešit palčivá témata tak, aby ženy měly lepší podmínky pro svůj kariérní a byznysový růst. Malé cíle si tedy rozhodně neklade.

Jak zdůrazňuje Fišerová, možnost sdílení zkušeností je něco, co mnohým podnikatelkám chybí. „Ženy nemají kolegyně, které by jim mohly pomoct jako ambasadorky, mentorky. Muži mají větší přístup k neformálním zdrojům informací, což ženám omezuje schopnost konkurovat. V našem průzkumu Barometr z roku 2022 uvedlo 65 procent podnikatelek bez zaměstnanců a zaměstnankyň, že nemají přístup k žádné formě podnikatelské podpory." Právě na propojování žen se Mrázová chce zaměřit. „Inspirace od zkušenějších manažerek a podnikatelek může povzbudit i ty ženy, které se nacházejí na křižovatce a nevědí, jestli se do podnikání pustit," říká.

Mezi další zdroje, které podnikatelkám pomáhají, patří platforma Pro podnikavé financovaná z programu Mastercard Strive v Česku. Spustila online Akademii pro ženy, která zdarma poskytuje návod, jak v podnikání využívat online nástroje od propagace po tvorbu faktur. S navazováním podnikatelských vztahů a vzájemnou podporou pomáhá i skupina Ženy v byznysu nebo projekt Podnikavá žena Asociace malých a středních podniků ve spolupráci s Raiffeisenbank. Václavková nicméně podotýká, že ani sebekrásnější networkingové příležitosti ženy v podnikání nespasí, pokud budou stále narážet na ty samé mantinely. „Jestliže chceme lépe podnikat a mít lepší kariéru, systémová podpora není o tom, že pořád budeme zakládat nějaké soutěže, inkubátory a coworkingy. Potřebujeme mít zkrátka hlavně zajištěnou péči o děti." Jak na závěr lapidárně shrnuje Šárka Homfray: „To, co by pomohlo podnikatelkám, je totiž zároveň tím, co by v Česku prospělo i všem ostatním pracujícím ženám."