

MOTÍVY PRE ZAČATIE PODNIKANIA: PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA Z PROSTREDIA MSP

MOTIVES FOR ENTREPRENEURSHIP: CASE STUDY FROM THE WORLD OF SMES

Jaroslav Belás, Aleksandr Ključnikov, Luboš Smrčka

Abstract: *The paper's aim is to define and quantify the most important motives for starting a business, compare differences among individual motives, respectively between positive and negative motivation of entrepreneurs depending on their gender, education and age. Research was conducted in 2015 on a sample containing 1,141 respondents, entrepreneurs in the small and medium-sized enterprises. Results of our research show that the most important incentive for starting a business is a money motive, then follow issues as business as mission, I have wanted to work, I did not have another option and other reasons. In our research, we have found that positive motives dominate for starting a business in the business environment of Czech SMEs. The results also indicate that there are significant differences among defined social groups, e.g. money motive is more important for younger entrepreneurs. The results may be interpreted that there are differences in entrepreneurial motives depending on the age and education of entrepreneurs. On the other hand we have found that gender does not affect the intensity of entrepreneurial motives.*

Keywords: *Small and Medium-sized Enterprises, Motives for entrepreneurship, Gender, education and age of entrepreneurs.*

JEL Classification: *L 26, O 16.*

Úvod

Podnikanie predstavuje komplex aktivít, ktoré uskutočňuje ich nositeľ, teda podnikateľ. Synek a kol. definuje podnikateľa ako človeka, ktorý je nositeľom a tvorcom inovácií, silne motivovaný k využívaniu podnikového, ľudského a technického potenciálu. Podstatným rysom jeho osobnosti je tvorivosť, schopnosť prichádzať s novými myšlienkami, využívať príležitosti, prípadne ich vytvárať. [28]

Oblasť podnikania je v odbornej literatúre rozpracovaná z rôznych uhlov pohľadu, ako sú prístup k podnikaniu a chápanie podnikania [27], definícia právnych atribútov podnikania [28], predpoklady a filozofia podnikania [12], ciele podnikania zodpovedajúce záujmom podniku ako koalície zainteresovaných strán [9]. Iné prístupy pomáhajú začínajúcim podnikateľom s tvorbou podnikateľského plánu [6], [13], resp. definujú podstatné faktory úspechu v podnikaní ako sú konkurenčná schopnosť podniku a štátu [18], prípadne inovácie [30] a predovšetkým nutnosť efektívneho financovania firmy [23].

Špecifickou sférou podnikania sú rodinné firmy, v ktorých pôsobí nielen osoba samotného podnikateľa, ale aj jeho rodinní príslušníci v pozícií radových zamestnancov, prípadne členov managementu [15]. V tejto súvislosti je zaujímavým zistením skutočnosť, že výkonnosť českých rodinných firiem prevyšuje v celom rade parametrov výkonnosť klasických firiem s rozdeleným vlastníctvom [16].

Prekvapujúcim zistením je skutočnosť, že dôvody, prečo ľudia začínajú podnikat' sú v odbornej literatúre publikované v limitovanom rozsahu. Možno súhlasit' s názorom autoriek Flešková, Babiaková, Nedelová, ktoré uvádzajú, že ekonómovia a politici venujú pozornosť najmä úprave vonkajších podmienok pre podnikanie, vytváraniu podnikateľského prostredia a zákonom upravujúcim podnikateľskú činnosť. „*Takmer vôbec alebo len veľmi málo sa myslí na to, že realizátorom podnikania je človek so svojimi predstavami, túžbami, motívami, postojmi, ktoré ho vedú k tomu, aby podnikal, založil si firmu, stal sa sám sebe zamestnávateľom.*“ [5]

Prínos tohto článku spočíva v tom, že bol zrealizovaný dôkladný výskum motívov pre začatie podnikania v prostredí českých malých a stredných podnikov (MSP).

1 Formulácia problematiky

Podnikanie vytvára príležitosti zarobiť si viacej peňazí. Pre väčšinu podnikateľov môže byť dôležitejší pocit slobody a nezávislosti, pretože môže plánovať svoje aktivity a realizovať ich spôsobom, ktorý sa im páči. Súkromné podnikanie vytvára pre jeho nositeľa príležitosť pracovať v oblasti, ktorá mu prináša skutočné uspokojenie a efektívne ponúkať na trhu svoje odborné znalosti. Ktoré z týchto motívov sú skutočne dôležité?

Shaykhutdinova, Zhidkova, Minisheva a kol. uvádzajú, že odbornosť, intelekt, schopnosť organizovať a riadiť, komunikatívnosť, kultúrnosť, etické a fyzické schopnosti môžu pozitívne ovplyvniť úmysel stať sa podnikateľom [24].

Podľa autorov Staniewski a Awruk existujú tri najvýznamnejšie motivačné faktory, ktorými sú spokojnosť so svojim životom a možnosť sebarealizácie (63 %), príležitosť k väčšiemu platu (48 %) a nezávislosť v rozhodovaní (30 %). Ďalšie motivačné faktory sú potvrdenie vlastnej hodnoty (21 %) a vyšší sociálny status (5 %). Podľa autorov nedostatok skúsenosti, nedostatku kapitálu, averzia voči riziku, nedostatok technických poznatkov a daňové aspekty predstavujú najdôležitejšie prekážky pre podnikanie [26].

Ketko, Akimova uvádzajú, že podnikatelia sú motivovaní ich vnútorným komfortom, sebaúctou, úspechom, príležitosťou mať slobodu, možnosťou splniť si svoje osobné ciele a finančnou bezpečnosťou [11].

Ďalší autori zdôrazňujú iné podnikateľské motívy, resp. faktory, ktoré vplyvajú na rozhodnutie stať sa podnikateľom, napr. vôľa robiť niečo vlastnými silami [8], predchádzajúce odborné znalosti, úspech a sociálne motívy [19], vysokoškolské vzdelanie, schopnosť inovácií a nezávislosť [20].

Ramadani, Hisrich, Gerguri-Rashiti uvádzajú, že záujem žien podnikat' významne ovplyvňujú vysokoškolské vzdelanie, schopnosť akcie, vytrvalosť, náročnosť, sebadôvera, a skúsenosti. Ďalšie dôležité vlastnosti sú finančné zručnosti, schopnosť vyjednávať a podpora rodiny [22].

V českej (podobne aj v slovenskej) literatúre je problematika motívov pre začatie podnikania v segmente malých a stredných podnikov rozpracovaná v limitovanom rozsahu.

Srpová, Řehoř a kol. sa okrajovo zaoberajú touto problematikou. Podľa autorov je motivácia významným faktorom v podnikaní. Ľudia sú motivovaní k úspechu v podnikaní rôznymi dôvodmi, ktoré sa delia do dvoch skupín: 1. tlak (push), to znamená, že človek musí riešiť svoju situáciu a podnikanie môže zohrať v tomto procese významnú úlohu; 2. ťah (pull), to znamená, že existujúce príležitosti a ich prípadné využitie predstavujú významný prostriedok na uspokojenie potrieb, čím motivujú ľudí stať sa podnikateľmi.

Autori v tejto súvislosti uvádzajú, že „push“ dôvody sú síce silnejšie, ale skôr vyhasínajú a nevedú k mimoriadnym výsledkom. „Pull“ dôvody sú trvalejšie a málokedy vyhasínajú. Sú teda tými pravými dôvodmi na začatie podnikania [27].

Podľa výskumu GE Money Bank z roku 2010 prevláda v Českej republike motív peňazí. Podľa tohto výskumu pre obidve pohlavia v Česku platí, že pranie mať viac peňazí je tým najsilnejším motívom pre začatie podnikania. Tento impulz je dôležitý pre 70 % žien a 75 % mužov. Významným motívom je taktiež možnosť riadiť si svoj čas. Ďalším významným motívom je pre mužov nezávislosť a pre ženy strach zo straty pracovného miesta [7]. V tomto kontexte Kvietok uvádza, že podnikatelia sú skôr než peniazmi, stimulovaní úspechom samotným. Peniaze sú potom meradlom dosahovania cieľov a úspechov [14]. Výskum PwC z roku 2010 uvádza, že pri štarte podnikania prevažujú emotívne dôvody nad dôvodmi ekonomickými. Podľa výsledkov tohto výskumu je najdôležitejším motívom pre začatie podnikania túžba po slobode v rozhodovaní a vášeň pre konkrétny podnikateľský zámer. Až po týchto emotívnych faktoroch nasledujú peniaze a prestíž [21].

V slovenskej odbornej literatúre sa touto problematikou zaoberajú Jakubec, Sobeková Májková, Solík, ktorí skúmali motívy pre začatie podnikania v segmente mladých podnikateľov. Uvedení autori uskutočnili v roku 2010 prieskum na vzorke 324 respondentov, čo predstavovalo 0,3 % podiel základného súboru. Z výsledkov ich výskumu vyplýva, že výrazne prevažujú pozitívne motívy nad motívmi negatívnymi. Za najčastejšie motívy vedúce k podnikaniu označili respondenti *chuť sa osamostatniť* (58,64 %) a *uskutočniť svoj sen/nápad* (55,25 %). Za týmito motívmi s odstupom nasledujú tzv. negatívne motívy, medzi ktoré patria možnosti, že zamestnanie respondentov nenapĺňalo, resp. že v ňom málo zarábali (zhodne po 26,85 %). Zaujímavým motívom sa ukazuje tvrdenie, že podnikanie bolo jedinou možnosťou uplatnenia na trhu práce s 18,52 % podielom v odpovediach respondentov. Tento dôvod častejšie uvádzali ženy ako muži (22,41 % oproti 16,35 %). Ženy takisto častejšie prevzali rodinnú firmu (8,62 % oproti 4,33 %). Motívy sú naprieč rôznymi skupinami respondentov pomerne homogénne [10].

Prezentované pohľady na podnikateľské motívy sú veľmi rozmanité. V tomto kontexte bude prínosné predstaviť výsledky vlastného vedeckého výskumu v tejto oblasti.

2 Cieľ, metódy a dáta

Cieľom článku je definovať a kvantifikovať najvýznamnejšie motívy pre začatie podnikania, porovnať rozdiely medzi jednotlivými motívmi, resp. pozitívnu a negatívnu motiváciu podnikateľov z hľadiska pohlavia, vzdelania a veku podnikateľov.

V tomto článku sme si definovali tieto *vedecké otázky*:

VO1: Predstavujú peniaze najdôležitejší motív pre začatie podnikania?

VO2: Prevažujú pozitívne motívy na začatie podnikania nad negatívnymi?

VO3: Existujú štatisticky významné rozdiely v motívoch pre začatie podnikania podľa pohlavia, vzdelania a veku podnikateľov?

Údaje pre náš výskum sme získali prostredníctvom vyplnenia dotazníkov, ktoré nám vyplnili majitelia malých a stredných podnikov v Českej republike. Na otázku: „Čo bolo Vaším motívom na začatie podnikania?“ mohli respondenti odpovedať: a, peniaze; b, vnímam to ako poslanie; c, chcel som mať prácu; d, nemal som inú možnosť; e, iné; prosíme uviesť iný dôvod. V dotazníku boli otázky zamerané na pohlavie, vzdelanie, vek podnikateľa, oblasť, v ktorej podnikajú a dĺžku podnikania.

Spôsob výberu firiem bol nasledovný. Z databázy Albertína sme vybrali metódou náhodného výberu celkom 1.650 firiem. Tieto firmy sme oslovili prostredníctvom mailu a majiteľov firiem sme požiadali, aby vyplnili dotazník, ktorý bol umiestnený na webovej stránke. V prípade, ak tieto firmy nereagovali na náš mail, oslovili sme ich telefonicky. Týmto spôsobom sme získali 495 vyplnených dotazníkov, čo predstavovalo 30% úspešnosť oslovenia podnikov. Zvyšných 646 online dotazníkov sme získali prostredníctvom agentov: našich študentov a kolegov na iných českých univerzitách. Konečný počet výberového súboru predstavoval 1.141 podnikov. Kategorizáciu malých a stredných podnikov sme uskutočnili podľa Odporúčania Európskej komisie č. 2003/361/EC [29]

Štruktúra respondentov bola nasledovná: 75 % muži, 25 % ženy; 48 % respondentov uviedlo stredoškolské vzdelanie s maturitou, 34 % uviedlo vysokoškolské vzdelanie a 18 % respondentov uviedlo stredoškolské vzdelanie bez maturity; 65 % z celkového počtu firiem boli mikropodniky (do 10 zamestnancov), 27 % boli malé podniky (do 50 zamestnancov) a 8 % stredné podniky (do 250 zamestnancov). 62 % vlastníkov firiem uviedlo, že podnikajú viac než 10 rokov, 21 % z nich uviedlo, že podnikajú maximálne 5 rokov a 17 % z nich uviedlo, že podnikajú v časovom intervale 5 až 10 rokov. Respondenti boli zastúpení z týchto odvetví: obchod (33 %), výroba (23 %), stavebníctvo (14 %), doprava (6 %), poľnohospodárstvo (3 %), iné služby (39 %).

V procese štatistického vyhodnotenia a overenia definovaných vedeckých otázok boli v prvom kroku použité nástroje deskriptívnej štatistiky (tabuľky, opisné charakteristiky a percentá). Intenzita kontingencie (závislosť medzi štatistickými znakmi) bola zmeraná prostredníctvom Pearsonovho koeficientu kontingencie na hladine významnosti 5 %. Ak vypočítaná p-hodnota bola nižšia než 5 %, nulová hypotéza bola odmietnutá a bola prijatá alternatívna hypotéza. Výpočty boli zrealizované prostredníctvom voľne dostupného softvéru. [31]

Z-skóre bolo použité na zistenie významných štatistických rozdielov medzi jednotlivými odpoveďami na kvalitatívne štatistické znaky vo vybraných socio-demografických skupinách. Pri výpočte Z-skóre parametrov bola využitá p-hodnota normovaného (štandardizovaného) normálneho rozdelenia. Podmienky na uskutočnenie Z-testu (normálne rozloženie štatistického znaku a veľký rozsah výberového súboru) boli splnené. Ak vypočítaná p-hodnota bola nižšia než 5 %, nulová hypotéza bola odmietnutá a bola prijatá alternatívna hypotéza. Výpočty boli zrealizované prostredníctvom voľne dostupného softvéru. [32]

3 Výsledky

V Tab. 1 uvádzame výsledky výskumu v oblasti motívov pre začatie podnikania v českých MSP podľa pohlavia, vzdelania a veku podnikateľov.

Tab. 1: Motívy pre začatie podnikania

Motívy na začatie podnikania.	Muži	Ženy	VŠ	IV	35-	36-45	45+
1. chcel som mať prácu: 252 respondentov = 22 %	187	65	69	183	43	70	139
2. peniaze: 330 respondentov = 29 %	260	70	105	225	102	100	128
3. vnímam to ako poslanie: 251 respondentov = 22 %	179	72	106	145	67	66	118
4. nemal som inú možnosť: 91 respondentov = 8 %	73	18	25	66	11	22	58
5. Iné dôvody: 217 respondentov = 19 %	162	55	87	130	56	62	99
Spolu:	861	280	392	749	279	320	542
Chi quadrát	5,7060		18,3587		7,6800*	30,4550**	9,0430***
p-hodnota	0,2222		0,0011		0,1040	< 0,01	0,0603
Peniaze:							
Z-skóre	1,6663		-1,1514		1,3710	3,9115	2,4550
p-hodnota	0,0949		0,2501		0,1707	0,0001	0,0139
Poslanie:							
Z-skóre	-		2,9748		0,9956	0,7286	-0,3968
p-hodnota	1,7280		0,0030		0,3173	0,4654	0,6892
	0,0836						
Práca							
Z-skóre	-		-2,6414		-2,0168	-3,3436	-1,2480
p-hodnota	0,5240		0,0083		0,0434	0,0008	0,2113
	0,6031						

VŠ – vysokoškolské vzdelanie, IV – iné dosiahnuté vzdelanie, 35- vek do 35 rokov, 36-45 – vek od 36 do 45 rokov, 45+ - vek nad 45 rokov. * znamená porovnanie 35- a 36-45; ** znamená porovnanie 35- a 45+, *** znamená porovnanie 36-45 a 45+.

Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa našich výsledkov je najvýznamnejším motívom pre začatie podnikania motív peňazí, čo uviedlo 29 % našich respondentov (českých podnikateľov v segmente MSP). Potom nasledujú motívy: podnikanie ako poslanie (22 %), chcel som mať prácu (22 %), nemal som inú možnosť (8 %) a iné dôvody (19 %). V kategórii iné dôvody respondenti uviedli veľa rozmanitých motívov: nezávislosť, sloboda v rozhodovaní, seberealizácia, podnikanie je koníček, dedičstvo, pokračovanie v rodinnom podniku a ďalšie individuálne

dôvody, ktoré nemožno zaradiť do kategórie odpovedi 1 až 4. Kurióznym prípadom boli napr. odpovede: mladícka nerozvážnosť a odmietol som poslúchať.

Na VO1 sme získali kladnú odpoveď.

Hodnoty testovacích kritérií potvrdili, že existujú rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí podnikateľov podľa vzdelania (p-hodnota = 0,0011) a podľa veku respondentov (p-hodnota < 0,01).

Zároveň sme kvantifikovali štatistické rozdiely v rámci jednotlivých motívov. Pri motíve peniaze sme zistili, že predstavuje najdôležitejší motív pre začatie podnikania pre najmladších podnikateľov a s rastúcim vekom váha tohto motívu klesá. Podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním štatisticky významnejšie definovali ako významný motív pre začatie podnikania motív poslania (p-hodnota = 0,0030).

Najviac rozdielov sme zistili pri motíve mať prácu. Podľa našich výsledkov podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním štatisticky významne menej uvádzali tento motív a s vekom podnikateľa rástol význam tohto motívu, čo preukázali hodnoty testovacieho kritéria (p-hodnota = 0,0434/0,0008).

Tab. 2: Hodnotenie pozitívnej a negatívnej motivácie k začatiu podnikania

Motívy na začatie podnikania.	Muži	Ženy	VŠ	IV	35-	36-45	45+
Pozitívna motivácia (2. + 3.)	439	142	211	370	169	166	118
Z-skóre	0,0794		1,4206		2,1390	4,1222	1,8423
p-hodnota	0,9362		0,1556		0,0324	0	0,0658
Negatívna motivácia (1. + 4.)	260	83	94	249	54	92	197
Z-skóre	0,1758		-3,2412		-2,6716	-5,0055	-2,2826
p-hodnota	0,8572		0,0012		0,0076	0	0,0226

Zdroj: vlastné spracovanie

V našom výskume sme zistili, že v podnikateľskom prostredí českých MSP prevažujú pozitívne motívy pre začatie podnikania. Najvyššiu intenzitu dosiahol tento faktor v segmente podnikateľov do 35 rokov.

Vyššia intenzita negatívnej motivácie bola preukázaná pri podnikateľoch s nižším druhom vzdelania a výsledky výskumu potvrdzujú, že intenzita negatívnej motivácie rastie s vekom podnikateľov.

Na VO2 sme získali kladnú odpoveď.

Tab. 3: Porovnanie motívov medzi mužmi-podnikateľmi

Motívy na začatie podnikania?	Muži VŠ	Muži IV	Muži 35-	Muži 36-45	Muži 45+
1. chcel som mať prácu	56	131	28	50	109
2. peniaze	77	183	75	71	114
3. vnímam to ako poslanie	74	105	46	44	89
4. nemal som inú možnosť	19	54	7	21	45
5. Iné dôvody	58	104	37	47	78
Spolu:	284	577	193	233	435
Chí quadrát	9,9507		10,8898	22,0389	2,6907
p-hodnota	0,0413		0,0278	0,0002	0,6108
Peniaze:					
Z-skóre	-1,3832		1,8158	3,1896	1,1741
p-hodnota	0,1676		0,0688	0,0014	0,2420
Poslanie:					
Z-skóre	2,6717		1,2459	0,9498	-0,4860
p-hodnota	0,0076		0,2113	0,3421	0,6241
Práca:					
Z-skóre	-0,9988		-1,8467	-2,9535	7,6350
p-hodnota	0,3173		0,0643	0,0032	0

Zdroj: vlastné spracovanie

Výsledky výskumu preukázali, že existujú rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí (p-hodnota = 0,0413/0,0278/0,0002).

Pri hodnotení jednotlivých motívov sme zistili, že motív peňazí je významnejší pre mladších mužov-podnikateľov. Pri hodnotení motívu poslanie sme nezistili žiadne významné rozdiely. Pri hodnotení motívu mať prácu sme zistili, že existujú významné rozdiely medzi mužmi podľa veku. Výsledky poukazujú na existenciu trendu, že s vekom podnikateľov rastie význam tohto faktora.

Tab. 4: Porovnanie motívov medzi ženami-podnikateľkami

Motívy na začatie podnikania?	Ženy VŠ	Ženy IV	Ženy 35-	Ženy 36-45	Ženy 45+
1. chcel som mať prácu	13	52	15	20	30
2. peniaze	28	42	27	29	14
3. vnímam to ako poslanie	32	40	21	22	29
4. nemal som inú možnosť	6	12	4	1	13
5. Iné dôvody	29	26	19	15	21
Spolu:	108	172	86	87	107
Chí quadrát	15,4301		3,0739	13,1372	17,6043
p-value	0,0039		0,5455	0,0106	0,0015
Peniaze:					
Z-skóre	0,2835		-0,2724	3,0912	3,3771
p-hodnota	0,7795		0,7872	0,0020	0,0007

Poslanie:					
Z-skóre	1,1878		-0,1322	-0,4230	-0,2857
p-hodnota	0,2340		0,8966	0,6745	0,7718
Práca:					
Z-skóre	-6,0935		-0,9080	-1,7302	-0,7996
p-hodnota	0		0,3628	0,0836	0,4237

Zdroj: vlastné spracovanie

Výsledky výskumu preukázali, že existujú rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí (p-hodnota = 0,0039/0,0106/0,0015).

Pri hodnotení jednotlivých motívov sme zistili, že motív peňazí je významnejší pre mladšie ženy-podnikateľky. Pri hodnotení motívu poslanie sme nezistili žiadne významné rozdiely. Pri hodnotení motívu mať prácu sme zistili, že existujú významné rozdiely medzi ženami podľa vzdelania. Ženy s vysokoškolským vzdelaním významne menej uvádzali tento dôvod pre začatie podnikania.

Tab. 5: Porovnanie motívov medzi mužmi a ženami v rámci zvolených kategórií

Motívy na začatie podnikania?	VŠ Muži/Ženy	IV Muži/Ženy	35- Muži/Ženy	36-45 Muži/Ženy	45+ Muži/Ženy
1. chcel som mať prácu	56/13	131/52	28/15	50/20	109/30
2. peniaze	77/28	183/42	75/27	71/29	114/14
3. vnímam to ako poslanie	74/32	105/40	46/21	44/22	89/29
4. nemal som inú možnosť	19/6	54/12	7/4	21/1	45/13
5. Iné dôvody	58/29	104/26	37/19	47/15	78/21
Spolu:	284/108	577/172	193/86	233/87	435/107
Chí quadrát	4,6486	8,6728	1,6589	7,4711	8,6965
p-value	0,3253	0,0698	0,7982	0,1130	0,0691
Peniaze:					
Z-skóre	0,2370	1,8323	1,1955	-0,4913	2,8632
p-hodnota	0,8103	0,0672	0,2301	0,6241	0,0042
Poslanie:					
Z-skóre	-0,7116	-1,4736	-0,1055	-1,2596	-1,4917
p-hodnota	0,4777	0,1416	0,9124	0,2077	0,1362
Práca:					
Z-skóre	1,7841	-2,0169	-0,6268	-0,2944	-0,6324
p-hodnota	0,0751	0,0434	0,5287	0,7718	0,5287

Zdroj: vlastné spracovanie

Porovnanie medzi mužmi a ženami v rámci stanovených kategórií prinieslo tieto výsledky. Zistili sme, že neexistujú významné rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí, čo preukázali testovacie hodnoty (p-hodnota chí kvadrátu). Pre mužov nad 45 rokov je motív peňazí významnejší než pre ženy v tejto vekovej kategórii. Ženy s nižšou úrovňou vzdelania významne viac uviedli, že najdôležitejším motívom pre začatie podnikania bola možnosť mať prácu. Pri hodnotení motívu poslanie sme nezistili žiadne významné rozdiely v rámci definovaných skupín.

Na VO3 sme získali kladnú odpoveď.

4 Diskusia

V rámci nášho výskumu sme zistili, že najdôležitejším motívom pre začatie podnikania v segmente českých MSP boli peniaze.

Podnikanie je podľa českých a slovenských právnych noriem sústavná činnosť vykonávaná podnikateľom samostatne vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku. V tomto kontexte primárny motív podnikania, ktorým sú peniaze možno vnímať ako pozitívny faktor. V ekonomickom kontexte možno faktor peňazí vnímať taktiež pozitívne a možno prezentovať názor, že akýkoľvek skvelý nápad, ktorý nevedie k zisku (zarobeniu peňazí) je ekonomický nezmysel.

Výsledky nášho výskumu sú kompatibilné so zisteniami GE Money Bank [7] a vyvracajú zistenia iných realizovaných výskumov, ktoré tvrdia, že v podnikateľských motívoch prevažujú emotívne dôvody nad dôvodmi ekonomickými [21], [10].

Podľa FinExpert hlavným lákadlom na založenie vlastného podniku je predstava nezávislosti na zamestnávateľovi. Táto motivácia je dôležitá pre 41 % Čechov. Dôležitým motívom je možnosť realizácie vlastných predstáv a až potom ľudia uvádzajú podnikanie ako zdroj ďalších príjmov [4]. Podobne prieskum Slovak Business Agency uvádza, že najdôležitejším motívom pre využitie podnikateľskej príležitosti je pre viac ako polovicu opýtaných (57,6 %) väčšia nezávislosť. Takmer tretina respondentov (32,7 %) využila podnikateľskú činnosť za účelom zvýšenia svojho osobného príjmu. Iba 4,4 % opýtaných vstúpilo do podnikania s cieľom udržania si súčasného príjmu [25].

Náš výskum nepotvrdil tieto výsledky, pretože len 20 respondentov (t.j. 1,75 %) uviedlo ako najdôležitejší motív pre začatie podnikania nezávislosť, sloboda v rozhodovaní bola najdôležitejším motívom pre 25 respondentov (2,19 %) a možnosť sebarealizácie bola najdôležitejším motívom pre 21 respondentov (t.j. 1,84 %).

Výskum podnikateľského prostredia vrátane motívov pre začatie podnikania môže v istom smere pomôcť prekonať bariéry pre potenciálnych podnikateľov. Podľa údajov Business Info.cz sa pozitívne pozerá na podnikanie až 69 % Čechov, 30 % z nich si dokáže predstaviť, že by začali podnikáť [2]. Podľa FinExpert v Česku je podnikateľský potenciál na úrovni 38 %, reálne však podniká len 6 % ľudí, takže podnikateľská „priepasť“ predstavuje podľa až 30 %. Podľa tohto prieskumu Česko nevybočuje z priemeru krajín Európskej únie, avšak v medzinárodnom porovnaní zaostáva, napr. podnikateľský potenciál v USA je 51 %, v Mexiku dokonca 81 %. Naopak na Slovensku je to len 33 % a v Nemecku 25 % [4].

Potešujúcou správou môže byť to, že záujem mladých ľudí o podnikanie v Českej republike rastie. Podľa údajov BusinessInfo.cz až 50 % vysokoškolských študentov zvažuje v budúcnosti podnikáť. V súvislosti so začatím podnikania študenti uviedli, že cítia podporu zo strany rodiny (75 %), ale až 70 % z nich zároveň uviedlo, že podobnú podporu necítia zo strany vysokej školy a dve tretiny z nich uviedli, že český štát neuláhčuje novým záujemcom začatie podnikania [1]. Úvahy o potrebe vytvárať lepšie podmienky pre začínajúcich podnikateľov do istej miery potvrdzujú aj oficiálne údaje Ministerstva priemyslu a obchodu z roku 2014, ktoré uvádza, že počet MSP v Českej republike v roku 2014 predstavoval 1.124.380, čo bolo o 314 menej než v roku [17]. Jedným z dôvodov úbytku MSP sú nepochybne aj doznievajúce vplyvy globálnej ekonomickej krízy, v dôsledku ktorých musel celý rad firiem dobrovoľne alebo nedobrovoľne v rámci insolvenčného konania opustiť trh [3].

Záver

Výsledky nášho výskumu preukázali, že najvýznamnejším motívom pre začatie podnikania je motív peňazí, potom nasledujú motívy: podnikanie ako poslanie, chcel som mať prácu, nemal som inú možnosť a iné dôvody. Peňažný motív je mimoriadne významný pre najmladších podnikateľov a s rastúcim vekom váha tohto motívu klesá. Podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním s väčšou intenzitou preferovali motív poslania v porovnaní s podnikateľmi, ktorí mali nižší druh vzdelania. Najviac rozdielov bolo zistených pri motíve mať prácu. Podľa našich výsledkov podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním štatisticky významne menej uvádzali tento motív a s vekom podnikateľa rástol význam tohto motívu.

V našom výskume sme zistili, že v podnikateľskom prostredí českých MSP prevažujú pozitívne motívy pre začatie podnikania. Najvyššiu intenzitu dosiahol tento faktor v segmente podnikateľov do 35 rokov.

Výsledky výskumu poukazujú na to, že existujú niektoré významné rozdiely v rámci definovaných sociálnych skupín, napr. v skupine mužov bol motív peniaze významnejší pre mladších podnikateľov a naopak motív mať prácu bol dôležitejší pre starších mužov-podnikateľov. Motív peňazí je významnejší pre mladšie ženy-podnikateľky a ženy s vysokoškolským vzdelaním významne menej uvádzali tento dôvod pre začatie podnikania v porovnaní so ženami s nižším druhom vzdelania. Pre mužov nad 45 rokov je motív peňazí významnejší než pre ženy v tejto vekovej kategórii. Ženy s nižšou úrovňou vzdelania (v porovnaní s rovnakou skupinou mužov) významne viac uviedli, že najdôležitejším motívom pre začatie podnikania bola možnosť mať prácu. Pri hodnotení motívu poslanie neboli zistené žiadne významné rozdiely v rámci definovaných skupín.

Výsledky výskumu možno interpretovať tak, že existujú rozdiely v motívoch pre podnikanie v závislosti od vzdelania a veku podnikateľov. Pohlavie nemá vplyv na intenzitu podnikateľských motívov.

Náš výskum priniesol niektoré poznatky, ktoré môžu byť užitočné pre prax a podnikanie. Správne chápanie a podrobná analýza motívov pre začatie podnikania umožňuje vhodnejším spôsobom formovať prístup budúcich podnikateľov k podnikaniu, prípadne môžu odbúrať niektoré bariéry pre začatie podnikania.

Náš výskum podobne ako iné výskumy má určité limity a obmedzenia, preto je vhodné vnímať ho ako možný impulz pre ďalšie výskumy faktorov, ktoré determinujú rozhodnutie ľudí začať podnikáť. Náš budúci výskum bude zameraný na skúmanie osobnostných vlastností podnikateľov a kvantifikáciu rozdielov podľa pohlavia, veku a vzdelania podnikateľov.

PodĎakovanie

Tento článok bol vypracovaný s podporou výskumného projektu: RO/FaME/2015/ Kvalita podnikateľského prostredia malých a stredných podnikov.

Referencie

- [1] BusinessInfo.cz. *Čtyři z pěti studentů si přivydělávají. Polovina zvažuje podnikání.* 2015. [cit. 2016-07-25]. Dostupné na WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ctyri-z-peti-studentu-si-privydelavaji-polovina-zvazuje-podnikani-64985.html>>
- [2] BusinessInfo.cz. *Účastníci GEW 2014: Podnikání v Česku stojí v cestě hlavně složité daně a zákony.* 2014. [cit. 2016-07-25]. Dostupné na WWW:

<<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ucastnici-gew-2014-podnikani-v-cesku-stoji-v-ceste-hlavne-slozite-dane-a-zakony-58675.html>>

- [3] ČÁMSKÁ, D. Základní charakteristiky podniků v insolvenční. In *Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní konference Hradecké ekonomické dny 2013, Díl I., Ekonomický rozvoj a management regionů*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, s. 83-88. ISBN 978-80-7435-249-2.
- [4] FinExpert. *Zájem o podnikání roste, zejména mezi mladými lidmi*. 2015. [cit. 2016-07-25]. Dostupné na WWW: <<http://finexpert.e15.cz/zajem-o-podnikani-roste-zejmena-mezimladymi-lidmi>>
- [5] FLEŠKOVÁ, M., BABIAKOVÁ, B., NEDELOVÁ, G. Preferencie vysokoškolských studentů v profesionálním životě a ich predstavy o vlastnom podnikaní. In *E+M Ekonomie a management*, 1/2011, s. 97-111. ISSN 1212-3609.
- [6] FOTR, J., SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [7] GE MONEY BANK. *Motivy, které vedou lidi k podnikání*. 2010. [cit. 2016-07-22]. Dostupné na WWW: <<http://ekonomika.idnes.cz/specialni-priloha.aspx?y=ekonomika%2Fmotivy-ktere-vedou-lidi-k-podnikani.htm>>
- [8] HIKKEROVA, L., ILOUGA, S. N., SAHUT, J. M. The entrepreneurship process and the model violation. In *Journal of Business Research*, 69, 2016, s. 1868-1873. ISSN 0148-2963.
- [9] HYRŠLOVÁ, J., KLEČKA, J. *Ekonomika podniku*. Praha: Vysoká škola ekonomie a management, 2010. 268 s. ISBN 978-80-8673-054-7.
- [10] JAKUBEC, V., SOBEKOVÁ MÁJKOVÁ, M., SOLÍK, J. *Potreby mladých podnikateľov a prekážky v ich podnikaní*. Bratislava: Združenie mladých podnikateľov Slovenska, 2012. 85 s. ISBN 978-80-970916-4-4.
- [11] KETKO, N. V., AKIMOVA, O. E. Analyzing, evaluating and ranking of motivational preferences of entrepreneurs in small business development. In *Actual Problems of Economics*, Vol. 175(1), 2016. s. 361-369. ISSN 1993-6788.
- [12] KIYOSAKI, R. T., LECHTER, S. L. *Ako úspešne podnikat'*. Bratislava: Motýľ, 2012. 295 s. ISBN 978-80-89482-47-4.
- [13] KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. Praha: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [14] KVIETOK, A. *Psychologický profil podnikatele*. 2001. [cit. 2016-07-20]. Dostupné na WWW: <<http://www.psyx.cz/texty/psychologicky-profil-podnikatele.php>>
- [15] MACHEK, O., HNILICA, J. Hodnocení vlivu zastoupení rodiny ve vlastnické a řídicí struktuře firem na jejich finanční výkonnost pomocí metody zkoumání shody párů. In *Politická ekonomie*, 63(3), 2015a., s. 347-362. ISSN 0032-3233.
- [16] MACHEK, O., HNILICA, J. Copreneurship and its Impact on Financial Characteristics of Companies. In *Ekonomický časopis*, 63(2), 2015b, s. 152-166. ISSN 0013-3035.
- [17] MINISTERSTVO PRUMYSLU A OBCHODU. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2014*. Praha: MPO, 2015.

- [18] NEČADOVÁ, M, SOUKUP, J. Kontroverzní pojem národní konkurenceschopnosti a výsledky zemí V-4 v mezinárodních žebříčcích konkurenceschopnosti (2007-2012). *In Politická ekonomie*, 61(5), 2013, s. 583-604. ISSN 0032-3233.
- [19] PINHO, J. S., De SAMPAIO, E. Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance: Some empirical evidence. *In Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2014, 21(2): 284-300. ISSN 1462-6004.
- [20] PLOTNIKOVA, M., ROMERO, I., MARTINEZ-ROMAN, J. A. Process innovation in small business: the self-employed as entrepreneurs. *Small Business Economics*, 23 May 2016, s. 1-16. ISSN 1573-0913.
- [21] PwC. *Pro české podnikatele může být snažší zvládnout hospodářskou krizi, než uřídit růst své firmy*. Tlačová správa. 2010. [cit. 2016-07-20]. Dostupné na WWW: <<http://www.pwc.com/cz/cs/zkouska-ohnem/zkouska-ohnem-tiskova-zprava.jhtml>>
- [22] RAMADANI, V., HISRIC, R. D., GERGURI-RASHITIG, S. Female entrepreneurs in transition economies: insights from Albania, Macedonia and Kosovo. *In World Review of Entrepreneurship and Sustainable Development*, 2015, 11(4): 391-413. ISSN 1746-0581.
- [23] SCHOLLEOVÁ, H. Financování inovací – potřeby firem. *In Sborník recenzovaných příspěvků z mezinárodní konference Hradecké ekonomické dny 2013, Díl II., Ekonomický rozvoj a management regionů* Hradec Králové: Gaudeamus, 2013, s. 177-182. ISBN 978-80-7435-250-8.
- [24] SHAYKHUTDINOVA, G. F., ZHIDKOVA, E. V., MINISHEVA, L. V. a kol. Actual problems of youth entrepreneurship at the modern stage. *In Journal of Advance research in Law and Economics*, 6(2), 2015, s. 132-145. ISSN 2068696X.
- [25] SLOVAK BUSINESS AGENCY. *Prieskum dospelej populácie SR (APS) GEM 2014*. Bratislava: SBA, 2014.
- [26] STANIEWSKI, M., AWRUK, K. Motivating factors and barriers in the commencement of one's own business for potential entrepreneurs. *In Economic Research*, 2015, Vol. 28(1), pp. 583-592. ISSN 1848-9664.
- [27] SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- [28] SYNEK, M. a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-7179-892-4.
- [29] THE COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *Commision Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises 2003/361/EC*. 2003. [cit. 2016-10-7]. Dostupné na WWW: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:en:PDF>>
- [30] VEBER, J. a kol. *Management inovací*. Praha: Management Press, 2016. 288 s. ISBN 978-80-7261-423-3.
- [31] <<http://www.socscistatistics.com/tests>>.
- [32] <<http://www.socscistatistics.com/tests/ztest/Default2.aspx>>.

Kontaktná adresa

prof. Ing. Jaroslav Belás, PhD.

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
Mostní 5139, 760 01 Zlín, Česká republika
E-mail: belas111@gmail.com
Tel. číslo: +420576032410

Ing. Aleksandr Ključnikov, PhD.

Paneurópska vysoká škola Bratislava, Fakulta ekonómie a podnikania
Katedra podnikovej ekonomiky
Tematinská 10, 840 00 Bratislava, Slovenská republika
E-mail: kliuchnikov@gmail.com
Tel. číslo: +420596635385

doc. Ing. Luboš Smrčka, CSc.

Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská
Katedra strategie
Nám. W. Churchilla 4, 130 64 Praha 3, Česká republika
E-mail: lubos.smrcka@vse.cz
Tel. číslo: +420224098656

Received: 22. 07. 2016

Reviewed: 21. 09. 2016, 03. 10. 2016

Approved for publication: 28. 11.2016