

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta humanitních studií



Bakalářská práce
Hodnotové orientace podnikatelů ve výchově dětí
ve srovnání se zaměstnanci

Autor práce:
Vedoucí práce:

Lucie Andrášková
Ing. Inna Čábelková, Ph.D.

Praha 2013

**Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně. Všechny použité
prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání
jiného nebo stejného titulu.**

V Praze dne 17.5.2013

.....
Lucie Andrášková

Poděkování:

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce, Ing. Inně Čábelkové, Ph.D., za její ochotu a rady, které mi během psaní práce poskytla.

Obsah

1. Úvod
2. Teoretická část
 - 2.1. Definice pojmu podnikatel
 - 2.2. Co to je hodnotová orientace?
 - 2.2.1. Koncept Michaela Rokeache
 - 2.2.2. Koncept Ronalda Ingleharta
 - 2.2.2.1 European Value Study
 - 2.2.3. Co to je vlastnost?
 - 2.3. Osobnost podnikatele
 - 2.3.1. Hodnotové orientace vedoucí ke vstupu do podnikání a vlastnosti podnikatele
 - 2.3.1.1. Hodnotové orientace zaměstnanců
 - 2.4. Podnikání v České republice
 - 2.4.1. Historie a podnikání v České republice
 - 2.4.2. Podnikatelské vzdělání v České republice
 - 2.4.3. Výzkum elit
 - 2.5. Teoretické srovnání
 - 2.6. Výchova dítěte
 - 2.6.1. Výchova a vývoj podnikatelské osobnosti
 - 2.7. Závěr a očekávání
3. Empirická část
 - 3.1. Sběr dat a jejich základní charakteristika
 - 3.1.1. Výběr a struktura vzorku
 - 3.1.2. Struktura dotazníku

3.1.3. Zaměření

3.1.3.1. Rekapitulace hypotéz

3.1.3.2. Úprava dat potřebných pro analýzu (čistění dat, převod dat)

3.2. Způsob zpracování výsledků

3.2.1. Anova

3.2.2. Způsob interpretace dat

3.3. Výsledky analýzy a interpretace výsledků

Hypotéza a) Slušnost

Hypotéza b) Samostatnost

Hypotéza c) Pracovitost

Hypotéza d) Pocit odpovědnosti

Hypotéza e) Představivost

Hypotéza f) Snášlivost a ohleduplnost k jiným lidem

Hypotéza g) Spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi

Hypotéza h) Odhodlání, vytrvalost

Hypotéza i) Náboženská víra

Hypotéza j) Nesobeckost

Hypotéza k) Poslušnost

3.4. Hodnocení kvality výzkumu

3.5. Diskuze

4. Závěr

5. Seznam literatury

1. Úvod

Již od počátku 19. století se rozhořela diskuze na téma, zda mají podnikatelé jiné vlastnosti a hodnotové orientace než zaměstnanci a jaké důvody je vedou ke vstupu do podnikání. Zároveň v roce 2001 vznikla kniha od Roberta T. Kiyosakiho, kde Kiyosaki popisuje rozdílný přístup dvou rodičů-otců k němu, jako dítěti. Tito dva rodiče se lišili tím, že jeden byl podnikatel a druhý zaměstnanec, navíc mu každý vštěpoval jiné hodnoty. Spoustu teoretických autorů předneslo myšlenku rozdílných vlastností, hodnotových orientací a chování u podnikatelů, ale ještě nebylo pořádně prozkoumané to, zda podnikatelé a zaměstnanci přenášejí tyto své rozdílné vlastnosti a hodnotové orientace na své děti.

Cílem této práce je zjistit, zda se v českých podmínkách liší vštěpované hodnotové orientace dítěti rodiče-podnikatele a rodiče-zaměstnance, jak tvrdí Robert T. Kiyosaky (2001) ve své knize Bohatý táta, chudý táta. Nejprve v teoretické části provedu průzkum literatury, zda podnikatel vyznává jiné hodnotové orientace a vlastnosti nežli zaměstnanec a pokud ano, jestli je tato diference vidět i na preferovaných vlastnostech u dětí. Zaměřím se na hodnotové orientace dle konceptu Ronalda Ingleharta používané v European Value Study a vyhodnotím, zda se preferované hodnotové orientace rodičů liší dle povolání.

Liší se charakterové vlastnosti a hodnotové orientace podnikatele a zaměstnance? Preferují jiné vlastnosti a hodnotové orientace u dětí?

Práci jsem rozdělila na část teoretickou a část empirickou. V teoretické části definuji pojem podnikatel a zabývám se konkrétními zahraničními teoretickými přístupy zabývajícími se vlastnostmi a hodnotovými orientacemi podnikání a dalšími determinanty vedoucími k volbě podnikání. V této části také vysvětluji pojem hodnotová orientace a vlastnost. Dále se zabývám specifikami podnikání v České republice a poslední kapitole je věnována výchově dětí.

V praktické části přistupuji k řešení vlastního výzkumu, kdy zkoumám, zda zvolené hodnotové orientace/vlastnosti jsou jinak preferované podnikateli a zaměstnanci v českém prostředí. V prvních kapitolách se věnuji charakteristice výzkumu, výběru vzorku, struktuře dotazníku a práci s daty. Dále formuluji hypotézy, zhodnocuji a interpretuji výsledky výzkumu. Na konci se pokusím stanovit doporučení pro případné pokračování výzkumu a zrekapituluji výsledky výzkumu.

2. Teoretická část

2.1. Definice pojmu podnikatel

Už pouhá definice toho, kdo je podnikatel, je velmi složitá. Proto si pro pochopení letmo nastíníme teoretický vývoj, kdy v této sekci nejvíce čerpám z Parkera (2004).

Jako jeden z prvních přišel s vymezením podnikatele Richard Cantillon (1755), který podnikatele klasifikoval jako kohokoliv, kdo má nejistý příjem. Navíc vyzdvihl podnikatelovu důležitost na trhu, kde funguje jako arbitr nebo spekulant, který řídí veškeré tržní výměny, u kterých zároveň nese i veškeré riziko. Přesto roli podnikatele na trhu nevidí jako inovátora a ani jako jedince měnícího nabídku a poptávku, ale podnikatel by měl přivést nabídku a poptávku dohromady s tím, že vědomě ponese veškeré riziko obsažené v tomto procesu. Na základě této definice Cantillon (1755) vyvodil základní vlastnosti podnikatele, který by měl být vnímavý, inteligentní a ochotný přijmout riziko.

Z Cantillonovy (1755) teorie se později vytvořili dvě linie koncepcí, kdy jedna je zastupovaná rakouskou tradicí (zastoupená např. Kitznerem (1973)), která podnikatele vidí jako součást nerovnováhy trhu a druhá zastupovaná tradicí neoklasickou (Knight, Marshall, Schultz), která věří, že podnikatelé vedou trh k rovnováze.

Rakouská tradice vyzdvihuje důležitost podnikatele jako prostředníka na trhu, který je vnímavý vůči výnosným příležitostem, které jsou z principu přístupné pro všechny. Navíc Kitzner (1973) ještě definuje úspěšného podnikatele jako někoho, kdo zaznamená to, co ostatní lidé přehlédnou a poté z jejich nevšímavosti profituje.

Neoklasická tradice zastoupená především Knightem (1921) naopak vyzdvihuje důležitost nejistoty v podnikatelově životě. Tato podnikatelská nejistota plyne z neznalosti celkové dostupnosti přírodních zdrojů, technických změn a fluktuace cen. Neoklasická škola také tvrdí, že jedinec se jako podnikatel či zaměstnanec nerodí, ale rodí se pouze jako oportunist, který se může přiklonit k podnikání, pokud je zisk z rizika poměrně vysoký nebo ke vztahu zaměstnaneckému, pokud tento zisk vysoký není. Proto rozhodnutí, zda se stát zaměstnancem či podnikatelem, závisí na výši zisku z rizika a ne na osobnostních charakteristikách jedince, protože Knight (1921) tvrdí, že podnikatelské chování se dá naučit. Díky tomu všemu by podle Knighta (1921) měl podnikatel mít (ale není to nutné, spíše to odlišuje úspěšného podnikatele od toho neúspěšného) vlastnosti jako sebedůvěra, odvaha předvídavost a také štěstí.

S další teorií o tom, kdo je podnikatel, přišel Jean-Baptiste Say (1828) na počátku 19. století, který definoval podnikatele jako někoho, kdo řídí a kombinuje faktory produkce. Podobně jako u Cantillona (1755) podnikatel stojí v centru ekonomického systému. Jean-Baptiste Say (1828) se také zabýval osobnostními charakteristikami, které by měl podnikatel mít a dle jeho názoru jsou jimi dobrý úsudek, houževnatost a zkušenosti. Oproti předchozím teoriím přidal do podnikatelského portfolia vlastností navíc vynalézavost, dokázat si poradit s nečekanými problémy a umět používat již existující vědomosti. Jean-Baptistu Say (1828) je

ale mnohými teoretiky kritizován, že podnikatele popsal pouze jako kvalitnějšího pracovníka s manažerskými povinnostmi a schopnostmi.

S novým pojetím přišel Josef Schumpeter (1934), který tvrdil, že hlavním rysem podnikání je inovace. Podle Schumpetera podnikatel, na rozdíl od manažera či zaměstnance, nedělá malé či větší změny na již existujících produkčních metodách či produktech, ale vytváří nové metody či produkty. Podobně jako u Saye (1828) podnikatel využívá existující vědění místo toho, aby ho vytvářel. Přesněji je dle Schumpetera (1934) podnikatel zodpovědný za výrobu nových věcí nebo za vytváření věcí, které již existují, ale novým inovativním přístupem. Jedním přístupem se ale silně vymezil vůči Cantillonovi (1755) a tradicím ho následujícím a to tím že tvrdil, že podnikatel nenese žádné riziko díky tomu, že neviděl zisk jako návratnost z faktoru produkce, ale protože ho považoval za pouhý zbytek. Jako kontrast k Schumpeterovi (1934) začali vznikat teorie, které říkají, že podnikatel vytváří vývojové změny u již existujících produktů a procesů skrz kombinaci vedení, motivace, schopnosti vyřešit krize a vnímání rizika.

Předchozí teorie se dají považovat za rané teorie podnikání, kdy následně vznikají ještě moderní ekonomické teorie, které vychází z Knightova předpokladu, že „jedinec nemusí být podnikatelem“ (Parker, 2004, s. 43). Proto se tyto teorie více soustředí na důvody, které jedince vedli k volbě povolání a soustředí se na konkrétnější otázky, jako jsou modely rizika, averze k riziku atd. Tyto teorie nezapadají do rámce zpracování této bakalářské práce, neboť vycházejí z Knightova předpokladu, že podnikatelem se může stát za vhodných podmínek téměř kdokoliv a nepotřebuje k tomu žádné zvláštní vlohy.

Jedním z dalších úskalí rizik může být i rozdílné chápání na státní úrovni, kdy například ve spojených státech se za podnikatele považuje člověk, „který zakládá svůj vlastní, nový a malý podnik“ (Drucker, 1993, s. 33). Ale například podle Petra F. Druckera (Drucker, 1993), který v průběhu druhé světové války do USA přesídlil a poté se tam natrvalo usadil, je toto chápání špatné, protože každá nová malá firma nemá podnikatelský charakter a proto nepředstavuje podnikatelskou činnost. Podnikatelská činnost se musí dle něj vyznačovat určitými zvláštními charakteristickými rysy. Jedním z těchto rysů je to, že podnikatel vytváří něco nového a něco odlišného, čímž mění a transformuje hodnoty, navíc dle něj podnik nemusí být ani malý a ani nový, protože spousta starých a velkých organizací se vyznačuje podnikatelským a inovačním charakterem. Drucker také říká, že i německá definice podnikatele jako někoho, kdo vlastní podnik a zároveň řídí jeho činnost je chybná, protože např. prvotní pokusy o vytvoření systematické podnikatelské činnosti nebyly založeny na vlastnictví, ale pouze na „mobilizování peněžních prostředků jiných a alokování těchto prostředků do oblastí s vyšší produktivitou a vyššími výnosy“ (Drucker, 1993, s. 37) a až poté se tyto první bankéři jako například Rotschildové stali vlastníky. Drucker na základě svých předchozích vyjádření tvrdí, že podnikatel nemusí být „nezaměstnanec“, ale naopak někdy bývá i zaměstnancem nebo někým, kdo pracuje výhradně pro sebe a sám se vyznačuje podnikatelským duchem. Drucker považuje za definici podnikatele to, že „podnikatel neustále vyhledává změny, reaguje na ně a využívá je jako své příležitosti“ (Drucker, 1993, s. 39). Navíc „být podnikatelem“ podle něj není rys osobnosti, ale spíše výsledek chování, které se lze naučit.

V České republice je podnikání definováno podle § 2 odstavce 1 obchodního zákoníku jako „soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku“ (Štenglová, 2006, s. 5), kdy podnikatelem je podle § 2 druhého odstavce obchodního zákoníku „a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku, b) osoba, které podniká na základě živnostenského oprávnění, c) osoba, které podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů, d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsaná do evidence podle zvláštního předpisu“ (Štenglová, 2006, s. 5).

Podnikatel je také mnohdy definován jako ten, kdo na sebe bere riziko a má podnikatelské schopnosti, které jsou definovány jako „proces řízení, organizování a přijímání odpovědnosti za podnik“ (Frank, 1995, s. 309).

Pro mou teoretickou část nejvíce vyhovuje koncept Druckera (1993), ale z důvodů empirické části jsme omezeni na využití definice podnikání z obchodního zákoníku České republiky.

2.2. Co to je hodnotové orientace?

V mé práci pracuji s konceptem hodnotových orientací R. Ingleharta, který je zároveň inspirátorem European Value study. Pro úplné pochopení Inglehartovy práce, je nutné si nejdříve vysvětlit i koncept práce Michaela Rokeache, který položil základy pro vytvoření dalších konceptů výzkumu hodnot.

2.2.1. Koncept Michaela Rokeache

Rokeach na počátku sedmdesátých let 20. století přišel s přístupem, který se snažil zkoumat hodnoty samotné. Hodnoty pro něj byly „rozsáhlou tendencí preferovat jiný stav věcí před ostatním“ (Prudký, 2009, s. 74), kdy jsou úzce „svázané se zájmy, potřebami a cíly naplňovanými prostřednictvím preferenčních voleb“ (Prudký, 2009, s. 74). Zároveň však hodnoty nejsou pouze ukazatele individuálních potřeb, ale také ukazatele sociálních a institucionálních požadavků.

Rokeach vytvořil tři navzájem se doplňující složky hodnot, a to složku kognitivní - „hodnota je poznání žádoucího, člověk ví, jak se má správně chovat, k jakým cílům směřovat a oč usilovat“ (Prudký, 2009, s. 75), složku afektivní - „jde o citový vztah k objektu, souhlasný či nesouhlasný, přijímací či odmítací“ (Prudký, 2009, s. 75) a složku behaviorální - „hodnota jako intervenující proměnná, jako aktivátor, motiv, zdroj intencionality“ (Prudký, 2009, s. 75). Přijaté hodnoty nás vedou a řídí v našich činnostech a současně napomáhají rozumově zdůvodnit naše přesvědčení, víru a názory.

Nejnámější je Rokeachovo rozdělení hodnot na cílové a instrumentální. Cílové hodnoty určují to, o co má jedinec a jeho mysl usilovat. Instrumentální hodnoty slouží jako prostředky a možnosti dosažení těchto cílů, které se navzájem mohou prolínat a doplňovat. Hodnotový systém je pak tvořen hierarchickým uspořádáním hodnot, podle stupně relativní důležitosti. Jedná se o jakýsi „hodnotový algoritmus, který si jedinci individuálně vytvoří a kterým se vzájemně odlišují“ (Prudký, 2009, s. 76). Kdy se hodnotový systém stabilizuje

socializací v dané kultuře a zároveň se změnami v kultuře či společnosti, se může měnit a na základě nových skutečností se i mění. Z toho vyplývá, že hodnotový rámec je poměrně stabilní a každá nová sociální, kulturní a individuální změna může vyvolat změnu v uspořádání hodnot.

Na základě těchto východisek vytvořil Rokeach metodu někdy nazývanou „value survey“. Ta představuje 36 hodnot v dotazníku, který je předložen respondentům, aby posoudili, jakou mají v jejich životě důležitost. (Prudký, 2009)

2.2.2. Koncept Ronalda Ingleharta

Inglehartův koncept v současnosti patří k jednomu z nejpoužívanějších, a zároveň také k jednomu z nezkritizovanějších, konceptů analýzy hodnotových struktur. Patří k následovníkům Rokeache a zároveň také navazuje na Maslowovu koncept potřeb. Maslowovo rozdělení potřeb chápe jako východisko pro rozdělení hodnot do dvou skupin: materialistických a postmaterialistických (Prudký, 2009). Materialistické hodnoty nejsou pouze hmotné povahy, ale patří mezi ně i hodnoty „zabezpečení, bezpečí, jistoty a trvalosti řádu, stabilní ekonomiky.“ (Prudký, 2009, s. 78). Postmaterialistické hodnoty zahrnují „naplňování sociálních a seberealizačních potřeb“ (Prudký, 2009, s. 78). Inglehart chápe Maslowovo rozdělení nejen v posloupnosti, ale také v dualitě jednotlivých potřeb, které spolu navzájem souvisí, bojují spolu a doplňují se. Na základě tohoto konceptu vytvořil Inglehart dvě hypotézy:

- Hypotéza vzácnosti: Tato hypotéza je založená na tvrzení, že v období ekonomického dostatku se pozornost lidí přesouvá k hodnotám, které jsou relativně vzácnější než hodnoty „nutné k přežití“. Těmito hodnotami jsou například seberealizace, vyšší participace a rozsáhlejší sociopolitické zaměření. Stejně tak to funguje opačně. Pokud jedinec žije v období ekonomického nedostatku, tak se obrací k hodnotám materiálním a ekonomickým.
- Hypotéza socializace: Tato hypotéza je založená na důležitosti naučených hodnot především v období adolescence. V tomto období je zkušenost s převahou postmaterialistických nebo materialistických hodnot klíčová k utváření hodnotové struktury dospívajících. „Tento základ hodnotových struktur pak mají jedinci tendenci uchovávat si po celý život“ (Prudký, 2009, s. 76).

Díky druhé hypotéze lze vydedukovat, že k změnám v hodnotových strukturách nedochází najednou a z čista jasna, ale že k jejich změnám dochází téměř nepovšimnutě. Tento poznatek dal vzniknout Inglehartově pojetí „tiché revoluce“ a navíc se stal podnětem pro vznik studie, na které se podílí mnoho zemí po několik let - European Value study.

2.2.2.1. European Value Study

Je jedním z nejkomplexnějších výzkumů lidských hodnot v Evropě. EVS je rozsáhlý, mezinárodní a longitudinální výzkum, který je od roku 1981 prováděn přibližně po devíti letech. Díky pravidelné opakovatelnosti dovoluje tento výzkum zjistit, jak se vyvíjely určité hodnotové preference a postoje v České republice a ostatních účastnických zemích.

V případě České republiky lze zachytit přeměnu společnosti v průběhu dvou desetiletí po pádu komunistické strany. Můžeme vysledovat proměnu ze společnosti utlačované na společnost občanskou, napojenou na evropské ekonomické a sociální struktury (Rabušič, 2009).

2.2.3. Co to je vlastnost?

Pojem vlastnost v této práci chápu jako vlastnosti psychické, což jsou „trvalejší charakteristiky jednotlivých dimenzí osobnosti jako fungujícího psychického celku“ (Nakonečný, 2009, s. 114). Rozlišují se vlastnosti popisné (pozorování projevů osobnosti např. zdvořilost, statečnost) a trvalejší (např. vnitřní determinanty - uzavřenost, společenskost). Vlastnosti jsou produktem učení a dědičných vlivů. Učení nejvíce probíhá v období socializace dítěte, kdy se vlastnosti utvářejí z „naučené tendence k reakcím na určité situace“ (Nakonečný, 2009, s. 115). Trvalejší vlastnosti vznikají podle Nakonečného (2009) čtyřmi způsoby:

- 1) Jako důsledek neustálého opakování, kdy se dítě neustále setkává s nějakým názorem a následně ho přijme za svůj. Tak se například zdravením souseda, učí zdvořilosti jako trvalé součástí jeho osobnosti.
- 2) Jako důsledek odměn a trestů, kdy odměny zpevňují určitý typ chování a tresty ho naopak oslabují. Platí, že nezpevňované reakce postupně vyhasínají.
- 3) Jako důsledek ztotožnění se vzory, kdy určité chování a vlastnosti přejímají od svých vzorů. Současně zároveň i sledují, jaké chování vedlo k odměnám, a jaké k trestům, přičemž následně napodobují žádoucí chování.
- 4) Jako důsledek přetváření již prisvojeného obsahu. Již existující obsah přetvářejí tak, aby seděl na konkrétní situaci. V tomto případě se jedinec učí formou pokusů a omylů. (Nakonečný, 2009)

Všechny tyto fáze můžeme najít v rodině a díky tomu předpokládám, že dítě částečně převezme vlastnosti a hodnotové orientace vyznávané ve své rodině.

2.3. Osobnost podnikatele

Stejně jako existuje mnoho teorií o tom, kdo je vůbec podnikatel, existuje i nesčetně teorií o tom, jaký podnikatel je nebo jaký by měl být, aby se stal podnikatelem úspěšným. Jelikož předpokládám, že rodič bude u dítěte vytvářet podobné hodnotové orientace, a preferovat podobné vlastnosti, jaké vyznává on (i když tu existuje riziko nefunkčnosti hodnotových orientací u rodiče a díky tomu může vyžadovat/pěstovat hodnotové orientace naprosto odlišné), popíši dále i vlastnosti a rysy, které by podle daných teoretiků měli podnikatelé mít a i některé hodnotové orientace, které je ke vstupu do podnikání vedli.

2.3.1. Hodnotové orientace vedoucí ke vstupu do podnikání a vlastnosti podnikatele

Melvin Kohn (1982), který analyzoval reprezentativní vzorek zaměstnaných mužů v USA, se ve své práci pokusil analyzovat, zde si jedinec vybírá své umístění v organizační struktuře na základě své osobnosti, nebo zda toto zařazení ovlivňuje jedincovu osobnost. Pro zjištění výsledku, tak nejprve rozdělil individuální umístění v organizační struktuře na

vlastnictví, byrokrizační aparát a manažerský aparát. Následně se snažil zjistit vliv strukturálních imperativů na tyto pozice. Strukturální imperativy jsou přitom definovány jako: „pracovní skutečnosti, kterým musí každý pracovník čelit“ (Kohn, 1982, s. 1259). Jedná se například o pracovní tlak, množství samostatnosti, zisk, odměny a zaručení práce. Při vyhodnocení zjistil, že podnikání zahrnuje komplexní práci, s vyšším příjmem, ale s větším rizikem ztráty podnikání, oproti byrokrizačnímu a manažerskému aparátu. Při porovnání výsledků všech tří umístění v organizační struktuře zjistil, že mají podobný efekt na komplexnost práce a příjem, ale diametrálně se liší v počtu pracovních hodin, ochranně práce a pracovním riziku. Zjistil, že vlastnictví maximalizuje zisk a zaměstnání v byrokratickém aparátu maximalizuje ochranu práce. Poté Kohn analyzoval tři dimenze osobnosti, kdy se pokusil zjistit, zda je pracovní zařazení ovlivňuje, nebo zda ony jsou ovlivňovány pracovním zařazením. První dimenzí osobnosti je podle Melvina Kohna (1982) myšlenková flexibilita. Tu definuje jako „zvládnutí kognitivních problémů, které vyžadují uvážení problému z obou stran, a to jak ekonomické stránky, tak stránky sociální“ (Kohn, 1982, s. 1267). Zjistil, že myšlenkovou flexibilitu zvyšuje komplexnost práce, vyšší příjem a riziko ztráty práce nebo podnikání. Naopak jí snižuje neustálý dohled, těžká práce a to, že zaměstnanec může být hnán k zodpovědnosti za věci, které jsou mimo jeho kontrolu. Na základě tohoto zjištění vyvodil závěr, že úroveň myšlenkové flexibility má nepřímý vliv na pracovní umístění, ale jelikož je ovlivňována strukturálními imperativy, jako je komplexnost, riziko a samostatnost, které jsou charakteristické pro podnikání, tak vyšší úroveň myšlenkové flexibility zvyšuje možnost stát se vlastníkem. Další dimenze osobnosti jsou sebepojetí a společenskost. Zjistili, že skoro každá stránka těchto dimenzí je ovlivněna přinejmenším jedním strukturálním imperativem, ale přímý vliv na umístění v organizační struktuře nemá. Poslední testovanou dimenzí je soběstačnost. Ta je definována jako „víra v to, že jedinec zvládne převzít odpovědnost za akce jiného člověka a, že společnost je tvořena tak, že je soběstačnost možná“ (Kohn, 1982, s. 1276). Kohn zjistil, že na soběstačnost má největší vliv míra úrovně komplexnosti práce, a že je přímo úměrně napojená na myšlenkovou flexibilitu. Proto vysoká úroveň jak soběstačnosti, tak myšlenkové flexibility, zvyšuje možnost stát se vlastníkem. Z výzkumu vyplynulo, že strukturální imperativy ovlivňují osobnost, a že osobnost naopak ovlivňuje strukturální imperativy. Je jasné, že strukturální imperativy nebudou vždy vytvořeny přesně tak, aby vyhovovaly potřebám a možnostem každého pracovníka. V této analýze se zjistilo, že pokud to tak je, tak mnoho jedinců změní svou práci a najde si jinou, která více odpovídá jeho osobnosti.

Parker (2004) ve své práci vyzdvihl čtyři psychologické vlastnosti společné pro podnikatele. První vlastností je potřeba úspěchu, která je jednou z nejdůležitějších vlastností pro dosažení úspěšného povolání. Autor také poznamenal, že „společnost s vyšší úrovní potřeby úspěchu vytvoří více energetických podnikatelů, kteří naopak vytvoří rychlý ekonomický růst“ (Parker, 2004, s. 76). S touto vlastností je také spojené aktivní chování, nechut' k rutinní práci, zodpovědnost za své činy a rozumný přístup k riziku. Druhou vlastností je vnitřní locus of control „tj. vědomí, že máme kontrolu nad vlastním jednáním“ (Parker, 2004, s. 76), které více závisí na vlastních činech než na nějakých vnějších faktorech. Lidé s touto vlastností mají větší pravděpodobnost se stát podnikateli. Třetí vlastností je sklon k riskování, kdy autor dokázal, že podnikatelé se méně vyhýbají riziku než zaměstnanci.

Poslední vlastností je tolerance nejednoznačností, kdy bylo zjištěno, že podnikatelé mají větší schopnost se vyrovnat s prostředím, kde je špatně definovaná celková struktura. Parker zmínil ještě jednu vlastnost společnou většině podnikatelů a tou je nadměrný optimismus. V tomto směru zmínil výzkum De Meza a Southeyho (1996). De Meza a Southey (1996) zjistili, že tento přehnaný optimismus je spojený s podnikáním, kdy si podnikatelé často zvolí zůstat v byznysu, i když mají menší příjem a čelí většímu riziku než zaměstnanci.

Brandstätter (1997) se podobně jako Kohn (1982) pozastavil nad tím, zda jsou osobnosti charakteristiky determinantem volby povolání, nebo zda povolání determinuje osobnostní charakteristiky. I přes provedený výzkum si není jistý výsledkem, ale přesto říká, že „nemůže být, ale pochyb o tom, že si lidé vybírají a mění své prostředí na základě preferencí zakořeněných v jejich osobnostní struktuře“ (Brandstätter, 1997, s. 172). Dále se pozastavil nad tím, že pokud chceme hledat nějaké společné charakteristiky podnikatelů, tak nejprve musíme racionálně předpokládat, že nějaké situační požadavky jsou společné pro všechny podnikatele. Těmito situačními požadavky, podle něho jsou:

- 1) „Absence lidí, kteří rozkazují, vytyčují cíle a kontrolují výsledky“ (Brandstätter, 1997, s. 162)
- 2) „Nejistota“ (Brandstätter, 1997, s. 162)
- 3) „Požadavek společenského kontaktu“ (Brandstätter, 1997, s. 162)
- 4) „Podnikatelé musí být připraveni přijít s novými myšlenkami a flexibilně reagovat na okolní změny“ (Brandstätter, 1997, s. 163)

Na základě těchto situačních požadavků musí být podnikatel samostatný, emociálně stabilní, společenský a flexibilní. Brandstätter nám dále poskytuje potvrzení tohoto tvrzení v tabulce č. 1, která byla vytvořena společností IMAS v Rakousku v roce 1976.

Tabulka č. 1. Potvrzení situačních požadavků dle výzkumu společnosti IMAS

		Podnikatelé (%)	Souhrnná populace (%)
1.	Někdy, mi přijde riskování celkem vzrušující	70	24
2.	Můžu lehce začít konverzaci s cizincem	52	33
3.	Moc nedám, na to co si o mě ostatní myslí	34	44
4.	Nejradši mám, když jsou věci, tak jak obvykle; náhlé změny jsou mi nepříjemné	12	42

Zdroj: Brandstätter H., Becoming an entrepreneur- a question of personality structure?, Journal of Economic Psychology 18 (1997) 157-177, Table 1

Edward P. Lazear (2005) přišel s teorií, že na rozdíl od zaměstnance by podnikatel měl být všumělem (Jack-of-all-trade). Navrhnul model volby povolání, ve kterém vymezil dvě dovednosti jako x_1 a x_2 s tím, že $x_1, x_2 \geq 0$. Na rozdíl od zaměstnance se podnikatelův příjem = $\lambda \min [x_1, x_2]$, kdy λ je tržní hodnota podnikatelského talentu a zaměstnancův příjem = $\max [x_1, x_2]$. Z těchto dvou vzorců je vidět, že podnikatelův příjem je limitován jeho nejslabší schopností, kdežto zaměstnancův příjem je vázán na jeho nejsilnější dovednost. Proto Lazear (2005) vyvodil, že podnikatelem se stane osoba, u které se $\lambda \min [x_1, x_2] > \max [x_1, x_2]$. Z těchto poznatků vyvodil závěr, že podnikatelé mají komparativní nevýhodu v jednotlivých

dovednostech, ale mají více vyrovnané vlohy, ve kterých kombinují více dovedností. Protože například specialista může pracovat pro ostatní, kteří mají dovednosti, které jemu chybí. Kdežto podnikatel musí mít nejméně dovednost řízení a dovednost vztahující se k oboru, ve kterém pracuje. Navíc často ze začátku pracuje sám, a proto musí pro úspěch podniku ovládat více dovedností. Dále vyslovil předpoklad, že podnikatelé vycházejí často z různorodějšího prostředí, ať už rodinného, školního či etnického, než zaměstnanci. Také se u jedince navyšuje pravděpodobnost, že se stane podnikatelem, pokud v předchozím zaměstnaneckém svazku vystřídal více funkcí.

Harotg, Van Praag a Van Der Sluis (2010) testovali, zda je Lazearova teorie (2005) všeuměla oprávněná, a jaké seskupení schopností je prospěšné pro podnikatelé a jaké pro zaměstnance, kdy jako indikátor výkonu na pracovním trhu použili příjem. Nejprve měřili vliv všeobecných dovedností, kdy převzali definici od Marshalla (1890,1930 s. 200-207), která říká, že všeobecná dovednost zahrnuje „být schopný soustředit se na více věcí najednou; mít vše připravené, když je potřeba; okamžitě jednat a vymyslet nové možnosti, pokud se něco pokazí; rychle se přizpůsobit změnám; být vždy připravený, důvěryhodný“. Rovněž zahrnuli vliv verbálních schopností (umění rozumět a pochopit psaný text), matematických schopností (zvládnutí matematických počtů a logického myšlení), technických schopností (pochopení fyzických mechanických principů), administrativních schopností (schopnost rychle zpracovat informace) a sociální schopnost (schopnost vytvořit a udržet sociální kontakty). Na základě jejich analýzy jim vyšlo, že efekt všeobecných dovedností není jasný, kdy ale negativně ovlivňují volbu zaměstnání. Verbální a administrativní schopnosti nemají žádný efekt na volbu podnikání. Naopak technické a sociální schopnosti mají efekt pozitivní, kdežto matematické negativní. Dále zjistili, že „být všeuměl“ se více vyplácí podnikateli než zaměstnanci. Z čehož vyplývá, že k volbě podnikání budou spíše inklinovat lidé s dovednostmi všeobecnými, technickými a sociálními, a „budou všeuměly“. Naopak lidé s vyšší úrovní administrativních a verbálních schopností budou spíše inklinovat k zaměstnaneckému svazku.

Další teorie je založená na předpokladu, že hodnoty, které mají podnikatelé, se liší na základě toho, v jaké společnosti podnikatel žije a jaké hodnoty, tato společnost/země vyznává. Tuto teorii si autoři M.Morris a M. Schindehutte (2005) ověřili na podnikatelích z Číny, Japonska, Korey, Vietnamu, Filipín a Tichého oceánu. Výsledky výzkumu byly většinou podobné až na pár rozdílů. Například Korejci, Hawajci a Japonci se více starali o potěšení zákazníka nežli ostatní testované národy. Zajímavé je také zjištění, že 71% podnikatelů ve výzkumu řeklo, že osobní hodnoty mají na podnikání velký vliv. Autoři nakonec na základě svých výsledků konstatovali, že chování podnikatele není tak hluboce zakořeněno v národních hodnotách, ale i přesto nelze jejich vliv opomenout. Místo toho, aby národní hodnoty předcházeli charakteristickému chování podnikatelů, tak jsou s ním v neustále interakci. Dále autoři zjistili, že provozování podnikatelské činnosti generuje sdílené hodnoty bez ohledu na národnost. Těmito hodnotami jsou poctivost, pracovitost, věrnost a sociální interakce.

Dalšími okolnostmi determinujícími volbu podnikání mohou být věk. Mnoho studií našlo pozitivní vztah mezi věkem a podnikáním. Tato okolnost může být dána tím, že „lidský a hmotná kapitál požadovaný pro začátek podnikání je často nedostupný pro mladé pracovníky“ (Parker, 2004, s. 70). Van Praag a van Ophem (1995) zjistili, že příležitost stát se

podnikatelem byla statisticky významně vyšší u lidí starších než u mladších. Ačkoli mladší lidé byly naopak ochotnější stát se podnikateli než lidé starší. Dalším determinantem může být vzdělání. Mnoho studií, stejně jako u věku, zjistilo pozitivní efekt mezi vzděláním a podnikáním. Dalším determinantem, i když trochu překvapivým, může být manželství. Partner, či partnerka, může ze začátku poskytnout kapitál, také může být důvěryhodným spolupracovníkem a navíc může přinést daňové úlevy. Na druhou stranu může rodina snižovat ochotu snášet riziko plynoucí z podnikání. Přesto mnohé studie zjistili, že podnikatelé jsou pravděpodobně statisticky více náchylní mít rodinu s dětmi než zaměstnanci. Dalším determinantem může být slabé zdraví a zdravotní hendikep. Dalo by se předpokládat, že tyto lidé budou více tíhnout k podnikání, díky jejich časové flexibilitě v podnikání a předpokladu absence pracovní diskriminace. Naopak proti tomu stojí předpoklad, že již samotné riziko spojené s podnikáním, může tyto osoby od této volby odradit. Přesto jsou studie na toto téma nejednoznačné.

2.3.1.1. Hodnotové orientace zaměstnanců

Pokud projdeme teoretické práce zmíněné výše, tak z toho aspoň teoreticky můžeme vyvodit hodnotové orientace zaměstnanců. Z předchozích výzkumů vyplývá, že zaměstnanec na rozdíl od podnikatele může být více specializovaný a zaměřovat se pouze na jednu činnost. Také bude mít menší snášenlivost rizika než-li podnikatel, který musí vydržet být pod neustálým tlakem. Podnikatel vykazuje vyšší soběstačnost než zaměstnanec, který se většinou podvoluje kontrole někoho jiného. S tím je spojený i menší locus of control, kdy zaměstnanec nepotřebuje mít takové ujištění, že má věci pod kontrolou jako potřebuje mít podnikatel. Je tu i možnost, že bude mít menší myšlenkovou flexibilitu neboť může být často hnán k zodpovědnosti za věci, které jsou mimo jeho kontrolu (Kohn, 1982).

Tyto všechny hodnotové orientace může mít zaměstnanec, ale vše záleží na jeho pracovním zařazení v organizační struktuře. Kdy se dá předpokládat, že manažer ve velké firmě bude mít velmi podobné hodnotové orientace jako podnikatel. Stejně, tak záleží na typu společnosti, kde zaměstnanec pracuje.

2.4. Podnikání v České republice

Většina mnou popsaných teoretických výzkumů se orientuje na zahraniční podnikatelské prostředí, proto považuji za důležité věnovat jednu kapitolu podnikání v České republice. Které mohlo být významně ovlivněno komunistickou minulostí, v které podnikání téměř neexistovalo. Proto se podnikání a přístup k němu v České republice nemohlo vyvíjet stejně jako v ostatních zemích (např. USA). Proto považuji za velmi důležité osvětlit vývoj podnikání v České republice a aspoň se pozastavit u hodnotových orientacích českých podnikatelů.

2.4.1. Historie a podnikání v České republice

V České republice bylo podnikání silně potlačeno až zakázáno mezi rokem 1948 až 1989. To vše díky vládě komunistické strany, která prosazovala centrálně plánovanou ekonomiku, jež zcela popírala samostatné podnikání. „V tehdejším Československu byl postoj vlády vůči podnikatelům nejzápornější v porovnání s ostatními zeměmi“ (Lukeš, Nový et al.,

2005, s. 14). Díky tomu se zcela vytratila podnikatelská tradice vytvořená v první republice. Po pádu komunistického režimu (kdy podle Benáčka (2006) komunistický režim zkolaboval právě díky nepřítomnosti veřejného podnikání) začala zcela nová éra podnikání, která byla bohužel postavena na špatném zákonném základu. V této nové éře bylo podnikání a podnikatelé přijímáni veřejností s nadšením (Lukeš, Nový et al., 2005). Bohužel toto nadšení nevydrželo příliš dlouho díky tomu, že se rozmnožily podvody, korupce a krachy podnikatelů. Tento neúspěch, a nekalé praktiky, byly hojně ukazovány v médiích, které tak podporovaly špatný obraz podnikatele. Právě proto se z podnikatele – průkopníka, stal podnikatel - podvodník, který se k bohatství dopracoval díky podvodným machinacím.

Dle Lukeše (2011) se v současné době podnikání pomalu daří získat pozitivnější obraz u veřejnosti. Opětovně díky médiím, které začaly přidávat do programu pořady jako je DEN D a další podnikatelské pořady. I přesto, podle výzkumu v projektu GEM (Lukeš, Jakl, 2011), je situace v České republice zcela tristní. Z 54 zkoumaných zemí se Česká republika umístila na předposledním místě. Dalším úskalím v České republice jsou kulturní a sociální normy, které jsou nastaveny tak, že se lidé vyhýbají vlastní zodpovědnosti, velmi spoléhají na stát a stále tu panuje stigma neúspěchu podnikatele, který musí své podnikání ukončit. Jako protiklad můžeme vzít v potaz Ameriku, kde je tento proces brán jako přirozená cesta vývoje a učení. (Lukeš, Jakl, 2011)

V roce 2011 míra nové podnikatelské aktivity v České republice dosáhla hodnoty 7,64%, což znamená, že do nové podnikatelské aktivity se pouští v průměru 76 lidí z tisíce lidí v produktivním věku. V Americe, kterou zde ukazují díky tomu, že většina teoretických přístupů zmíněných výše jsou z této země, je tato hodnota mírně vyšší než v České republice a to 8,3% populace. Další měřenou hodnotou v České republice byla míra nezávislé podnikatelské aktivity. Ta vyšla na 7,84%, což znamená, že z celkové populace České republiky v produktivním věku podniká 554 00 lidí. V Americe je toto procento opětovně vyšší a to 9,1%. (Lukeš, Jakl, 2011)

Jednou ze specialit českého prostředí je tzv. švarc systém. Švarc systém je nazván po podnikateli Miroslavu Švarcovi, který zbohatl na tom, že místo zaměstnávání pracovních sil, uzavíral smluvní vztahy s osobami samostatně výdělečnými. Za tuto praxi byl také v roce 2000 odsouzen na tři roky do vězení. Tento systém je výhodný pro zaměstnavatele, který nemusí státu odvádět sociální a zdravotní pojištění, jeho pracovní síly nejsou vázány žádnou pracovní dobou a výrazně si sníží administrativu ve firmě (Štetka, 2005). Přesto, že je tento systém zakázán, tak je stále v menších firmách hojně využíván a často úřady tolerován.

2.4.2. Podnikatelské vzdělání v České republice

GEM (Lukeš, Jakl, 2011) dlouhodobě sleduje, že je podnikatelská aktivita tvarována rámcovými podmínkami pro podnikání. Jedním z důležitých vstupů je podnikatelské vzdělání, které je definováno jako „míra, ve které je trénink v založení a řízení MSP zakomponován do vzdělávacího systému na všech úrovních. Jak v základním a středním školství, tak na vysokých školách a v rámci celoživotního vzdělávání“ (Lukeš, Jakl, 2011, s. 58).

Experti dotazováni ve výzkumu GEM (2011) se shodli, že situace v českém školství je velmi špatná a je potřebná změna stávajících podmínek již na základní škole. České školství

v současné době v dětech nerozvíjí samostatnost a iniciativu, ba naopak jí v dětech ubíjí frontální výukou. Děti jsou nuceny sedět, poslouchat a zapisovat si vědomosti, které pedagog považuje za správné. Děti nejsou často vedeny k samostatné práci, rozvoji a k hlubšímu pochopení tématu, protože se látku většinou učí nazpaměť. „Vyučující často nepřijímají nápady a návrhy dětí, trestají je za chyby a naopak je chválí za to, když plní jejich očekávání. To vede ke konformitě, konzumaci myšlenek, malé odvaze zkoušet a přicházet s novými nápady a v případě horších známek i k nízké sebedůvěře“ (Lukeš, Jakl, 2011, s. 74). Právě podnikatelská sebedůvěra je jednou z klíčových vlastností pro podnikání. Podle výzkumu GEM (2011) se pouze 39,2% obyvatel České republiky domnívá, že má dovednosti, znalosti a zkušenosti vhodné pro rozjetí podnikání. Díky tomu se Česká republika umístila až na 41. místě z 54 zkoumaných zemí. V porovnání s Amerikou, kde je naopak sebedůvěra značně vysoká (58%) je tento výsledek nejméně k zamyšlení.

Dle Lukeše (2011) je jedním z důvodů horšího podnikatelského vzdělávání v České republice důraz MŠMT na „papír“, kdy je expertům z reálného života zakázáno učit díky nedostatečnému vzdělání. Tito experti by přitom mohli dětem donést reálné případy a zkušenosti. Bohužel se v současné době důraz na formální požadavky stále zvyšuje (Lukeš, Jakl, 2011). Podobný stav nalezneme i v středním školství. Co se týče vysokoškolského vzdělání, tak GEM (2011) zpozoroval zlepšení v oblasti výuky praktických kurzů zaměřených na podnikání. Na druhou stranu, stejně jako u nižších úrovní vzdělání, je kritizována akademičnost výuky, kde jsou studentům pouze předávány hotové poznatky a nejsou učeni jak vyhledávat, vyhodnocovat a aplikovat informace. Česká republika se ve výzkumu GEM (2011) umístila na nepříliš dobrém 41. místě. Kdy naopak v Americe je výuka podnikatelství, jedním z nejrychleji se rozvíjejícím oborem na ekonomických univerzitách. V podstatě neexistuje významná univerzita bez podnikatelského centra. (Lukeš, Nový, 2005)

2.4.3. Výzkum elit

V České republice v roce 2003 proběhlo terénní šetření v rámci projektu CESES „Elity a modernizace v České republice“. Šetření se zaměřilo na osobnosti zastávající přední pozice v pěti vybraných oblastech. Těmito oblastmi byly elity politické, ekonomicko-podnikatelské, mediální, správně samosprávné a duchovní. Pro náš výzkum jsou stěžejní ekonomicko-podnikatelské elity, které byly v celkovém vzorku zastoupeny 18,4%. Výzkum se zabíral mnoha oblastmi života elit a veřejnosti, kdy jednou z částí analýzy jsou hodnotové struktury elit, kterou se budeme více zabírat.

Jednou ze zkoumaných oblastí byly preference životních hodnot promítající se do požadavků na obsah výchovy dětí. Ukázalo se, že elity ve výchově dětí obecně nejvíce preferují pocit odpovědnosti a hned poté pracovitost (viz tabulka č. 2.)

Tabulka č. 2.: Hodnoty důležité pro výchovu dětí podle všech dotazovaných příslušníků elit

Hodnoty důležité pro výchovu dětí	Důležité		Nedůležité		Průměr	Pořadí
	Velmi	Spíše	Spíše	Zcela		
Pracovitost	69	29	2	-	1,32	2.
Pocit odpovědnosti	84	14	2	-	1,17	1.
Tolerance a respekt k odlišnosti	63	33	3	0	1,40	3.
Šetrnost, skromnost	26	56	18	1	1,93	11.
Nesobeckost	51	44	5	0	1,54	6.
Soutěživost	25	53	21	1	1,97	12.
Schopnost vyznat se	31	47	19	2	1,92	10.
Ohleduplnost	61	35	3	0	1,42	4.
Otevřený vztah k lidem	41	47	11	1	1,71	9.
Schopnost navazovat kontakty a přátelství	42	51	6	0	1,64	8.
Snaha uplatnit své schopnosti	52	44	5	0	1,53	5.
Snaha vyniknout	21	51	25	3	2,10	14.
Zásadovost	53	38	7	1	1,55	7.
Prosazování vlastních názorů	21	53	21	3	2,06	13.

Zdroj:CESES,2004, Frič P., Prudký L., Nekola M., Elity a modernizace, Praha, OK FSV CESES, 2004, s. 62

Naopak nejméně preferovanými vlastnostmi jsou prosazování vlastních názorů, snaha vyniknout, soutěživost, šetrnost, skromnost a schopnost vyznat se. Toto zaměření bylo na elity obecně, proto se dále zaměříme na výsledky elity ekonomicko-podnikatelské.

Tabulka č. 3.: statisticky významné diference hodnot ve výchově dětí ekonomicko-podnikatelské elity

Hodnota	Ekonomicko-podnikatelské elity
Pracovitost	
Pocit odpovědnosti	
Tolerance a respekt k odlišnosti	--
Šetrnost, skromnost	
Nesobeckost	-
Soutěživost	+
Schopnost vyznat se	+
Ohleduplnost	
Otevřený vztah k lidem	-
Schopnost navazovat kontakty a přátelství	
Snaha uplatnit své schopnosti	+
Snaha vyniknout	+
Zásadovost	/-/
Prosazování vlastních názorů	+

Zdroj:CESES,2004, Frič P., Prudký L., Nekola M., Elity a modernizace, Praha, OK FSV CESES, 2004, s. 65

Poznámka k Tabulce č. 3.: Značky vyjadřují, že daná elita se odlišuje od pravidelného rozložení. Plusy jsou vyjádřením, že danou hodnotu berou jako významnější, naopak mínusy, že jde podle jejich přesvědčení o méně významnou hodnotu. Nejsilnější jsou dvojité znaménka, znaménko v závorce naopak vyjadřuje, že jde o směřování slabé. Pokud v řádku nejsou žádné znaménka, nehrají diference mezi typy elit žádnou statisticky významnou roli ve vztahu k dané hodnotě (Frič et al., 2004, s. 65).

Z tabulky č. 3 vidíme, že se ekonomicko-podnikatelské elity liší v několika hodnotách. Při interpretaci obou tabulek můžeme vidět, že za velmi významnou hodnotu považují snahu vyniknout, odpovědnost a pracovitost. Dále jako významné hodnoty mají prosazování vlastních názorů, soutěživost, schopnost vyznat se, ohleduplnost a schopnost uplatnit své schopnosti. Naopak za méně významně hodnotu považují šetrnost a skromnost, a dále otevřený vztah k lidem a soutěživost.

Dále se výzkum zabýval i zkoumáním náboženské víry, která v našich podmínkách už „přestává mít význam jako podstatný kulturotvorný faktor. Je však stále důležitým indikátorem rámujeícím – a v některých směrech zobsažňujícím – hodnotovou strukturu“ (Frič et al., 2004, s. 80). Z výzkumu vyšlo, že ekonomicko-podnikatelské elity jsou silně nevěřící, protože podíl nevěřících je tam skoro dvakrát tak velký než u ostatních elit.

2.5. Teoretické srovnání

Melvin Kohn (1982), tak i Brandstätter (1997) se shodují na tom, že si lidé vybírají své povolání podle toho, jaké osobnostní rysy mají zakořeněné ve své struktuře, a že stejně jak působí osobnost na volbu povolání, tak volba povolání působí na osobnost. Rysy podnikatelů, které se skoro ve všech pracích opakují, jsou myšlenková flexibilita, touha po samostatnosti, vyšší snášenlivost rizika, společenskost a všeobecné dovednosti. Oproti tomu vyvstávají rysy zaměstnanců, kteří mají větší prospěch ze specializace schopností, mají touhu po větší jistotě a zabezpečení práce, jsou verbálně a administrativně schopní a méně nezávislí.

V České republice můžeme sledovat odlišný vývoj podnikání, mírně nepříznivé prostředí pro založení nového podnikání, a pro vznik nových potencionálních podnikatelů. Ale pokud se podíváme na Výzkum elit (Frič et al., 2004), tak zjistíme, že i čeští podnikatelé si cení stejně hodnotové orientace jako podnikatelé světoví.

2.6. Výchova dítěte

Podle Havlíka (2002, s. 43) osobnost jedince musíme vždy vidět v průsečíku působení vnitřních dispozic a vnějších vlivů, jako jedinečnou syntézu jeho vlastností a chování, procesů biologických, psychologických a sociálních. Dítě hned po narození začíná být ovlivňováno a ovlivňuje svět kolem sebe. I přes jedinečnost každého z nás, je naše chování většinou předvídatelné, díky zprostředkujícímu nástroji mezi jedincem a společností, čímž je socializace. Socializace se vždy spojuje s fungováním rodiny, v níž se nejen od narození formuje osobnost dítěte, ale v níž prožíváme všechny fáze života (Havlík, 2004, s. 67).

Člověk se celoživotně sociálně vyvíjí a to tak, že přebírá role (a s nimi spjaté normy a hodnoty) odpovídající věku a pohlaví. Již v období batolete si dítě buduje emoční stabilitu, jistotu a poznává vlastní místo v rodině. „Již v elementární socializaci (do 2let) se dítě identifikuje s matkou, představitelkou sociálního světa. Tím současně utváří i vztah k sobě, a to nejprve v pocitu „my“ - spolu s matkou“ (Havlík, 2004, s. 51). Pro zdravou socializaci je klíčové, brzké vytvoření trvalých vazeb s jinými lidmi (obzvláště s matkou). Vybudování emoční jistoty a stability je předpokladem zvládnutí krizí puberty a dospívání. „Ani v období tzv. veřejné socializace v dětství, kdy roste vliv vrstevníků, neklesá význam rodinného zázemí“ (Havlík, 2004, s. 51). Od jednoho do 4 – 5 let (druhá etapa socializace) se dítě

začíná učit disciplíně a začíná vystupovat v relativně autonomní úloze. V tomto období se také formuje základ pro budoucí přijetí kulturních hodnot a norem. V třetí etapě dítě proniká do širší sítě společenských vztahů, vstupem do školy a mezi své vrstevníky. V tomto období dítě přestává pouze přejímat hodnoty dospělých, protože tyto hodnoty se dostávají do střetu s hodnotami školy a hlavně hodnotami vrstevníků. Škola může být chápána jako předobraz dospělého světa. „Dítě je reflektujícím produktem prostředí rodiny, školy, vrstevníků.., ale současně je v určitých objektivně i subjektivně daných mezích jeho spolutvůrcem,, (Havlík, 2004, s. 52).

2.6.1. Výchova a vývoj podnikatelské osobnosti

„Není pravda, že se člověk buď narodí, nebo nenarodí s podnikatelskými vlastnostmi a schopnostmi, které by nebylo možné měnit.“ (Lukeš, Nový, 2005, s. 45). Právě u charakterových vlastností a osobnostních rysů převládá vliv výchovy a životních zkušeností. Právě proto jsou vrozené podnikatelské vlohy výchovou, vzděláním a životními zkušenostmi buď podpořeny nebo naopak zabrzděny

Právě výchova v dětství se velmi podílí na vytvoření vlastností (Lukeš, Nový, 2005). Světznámý neopsychoanalytik Erikson (1995) definoval osm stádií vývoje člověka, kdy v každém období musí vyřešit jeden klíčový problém. Prvním stádiem je konflikt základní důvěry proti základní nedůvěře, kdy se dítě učí důvěřovat pečovateli, že se vrátí, když je potřeba. Stejně tak jako začne věřit samo sobě, že je schopno ovládat své pudy. „To vytváří v dítěti základnu pro pocit identity, která bude později slučovat vědomí, že je v pořádku, že je samo sebou a že se stává tím, o čem ostatní lidé věří, že se stane“ (Erikson, 1995, s. 3). V druhém stádiu se odehrává konflikt mezi autonomií proti studu a pochybám. V tomto období by mělo být dítěti umožněno zažívat pocity osobní volby a tím v něm vypěstovat silnou a samostatnou osobu (Lukeš, Nový, 2005). Třetím konfliktem je iniciativa proti vině. V tomto období je na rodiči, zda v dítěti podpoří vyvíjející se iniciativu, nebo jí potlačí neustálými zákazy, příkazy a vyčiněními podle něho za nesprávnou iniciativu dítěte. Čtvrtým konfliktem je snaživost proti méněcennosti. Toto období se odehrává v školních lavicích, kdy se dítě snaží dotáhnout každou situaci ke kýženému výsledku. Také se může setkat s pocitem méněcennosti, kdy není schopno si poradit s daným úkolem, což v něm může vyvolat budoucí pocit nedostatečnosti. Důležité pro rozvoj jsou i další konflikty, které ale vznikají na základě již výše popsaných.

Jedním z dalších důležitých predominantů pro vstup do podnikání je podle Lukeše (2005) to, zda jsou rodiče podnikatelé či nikoliv. Ukázalo se, že pokud jsou rodiče podnikateli, tak jejich děti jsou častěji zakladateli nových podniků. Důležité je i to, zda je rodič potomky vnímán jako úspěšný a uznávaný.

Na konci této části považují ještě za důležité zmínit populární teorii Roberta Kiyosaki (2001), která se zakládá na tom, že otec-zaměstnanec vychovává dítě jinak než otec-podnikatel. Kiyosaki (2001) toto své tvrzení založil na vlastní zkušenosti z dětství, kdy byl vychováván svým otcem-vysokoškolským profesorem a otcem kamaráda, podnikatelem. Při této výchově zjistil, že mu každý rodič předkládá jiné hodnoty k naučení. Otec-zaměstnanec preferoval získání školního titulu, kdežto otec-podnikatel preferoval životní zkušenosti nad nereálnými zkušenostmi ze školy. Pro otce-zaměstnance je největším úspěchem získání stálé

práce a stálého příjmu. Ale pro otce-podnikatele je nejdůležitější získání finanční gramotnosti. Stejně tak, co se týká peněz jsou postoje obou otců rozdílné. Otec-podnikatel preferuje neustálé šetření, kdežto otec-podnikatel říká, že „šetření brání lidem vidět to, co se opravdu děje a proto jim unikají mnohem důležitější příležitosti“ (Kiyosaki, 2001, s.64). Obecně přístup k penězům se u obou otců lišil jak ve zmíněném šetření, tak i v darování. Při tomto krátkém shrnutí můžeme vidět, že se přístupy obou rodičů diametrálně liší, ale je tomu tak i v České prostředí? Na to si odpovíme v empirické části.

2.7. Závěr a očekávání

Díky výše zmíněným teoriím jsme si ověřili, že by podnikatelé měli mít jinou hodnotovou orientaci než zaměstnanci. Proto si na základě knihy, která mě k této práci motivovala, chci ověřit, zda podnikatel skutečně preferuje jiné vlastnosti a hodnotové orientace u svého dítěte nežli zaměstnanec, proto jsem na základě níže popsané otázky č. 55 ve výzkumu EVS vytvořila následující hypotézy, které řeší, zda existuje vztah mezi následujícími hodnotovými orientacemi a tím, zda je rodič v zaměstnaneckém vztahu nebo zda je podnikatel

- a) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla slušnost, než rodič - podnikatel.

Podle Roberta Kiyosakiho (2001) se zaměstnanec celý život někomu podřizuje a snaží se s ním vycházet, a to jak se svým šéfem, spolupracovníky nebo úřady (např. včasné placení účtů). Navíc podle Kiyosakiho (2001) zaměstnanci tráví skoro celý život tím, že se starají o někoho jiného. Na rozdíl od podnikatelů, kteří si hledají vlastní cestu a měli by si hledět svého.

- b) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla samostatnost, než rodič – zaměstnanec

Kiyosaki (2001) dospěl k tomu, že zaměstnanci se neustále zaměstnávají tím, že se snaží přizpůsobit davu a snaží se držet krok s „Novákovými“. Proto „strach z vyloučení způsobuje, že se lidé přizpůsobují a nezpochybňují všeobecně přijaté názory a populární trendy“ (Kiyosaki, 2001, s. 43). Podle něho se zaměstnanci nemohou vymanit z tzv. kryšho závodu. Naopak u podnikatelů by samostatnost měla být jednou z nejdůležitějších vlastností, protože pro úspěch vlastního podnikání musí často bořit mýty, potýkat se s odmítnutím a nepochopením společnosti.

- c) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít než rodič - zaměstnanec, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla pracovitost.

Robert Kiyosaki (2001) poukazuje na to, že podnikatel musí vykazovat pracovitost a sebekázeň, aby dosáhl úspěchu a bohatství ve svém podnikání, případně aby si v budoucnu mohl dovolit již nepracovat.

Tuto hypotézu potvrzuje i zjištění M. Morrise a M. Schindehutte (2005), kteří zjistili, že sdílenou hodnotou mezi podnikateli je pracovitost. Stejně tak Výzkum (Frič et al., 2004) elit potvrdil tuto skutečnost, když byla ve výzkumu zvolena za druhou nejdůležitější hodnotu ve výchově dětí.

- d) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič - zaměstnanec.

Jak vyšlo ve Výzkumu elit (Frič et al., 2004), tak je pocit odpovědnosti nejdůležitější hodnotou pro výchovu dětí všech zkoumaných elit.

- e) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla představitost, než rodič - zaměstnanec.

Kiyosaki říká, že jednou z hlavních hodnot podnikatele je představitost, protože podnikatel musí vidět to, co ostatní nevidí a využít svou představitost pro využití šance, kterou si běžný zaměstnanec rutinním koloběhu vůbec nevšimne.

- f) Rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla snášlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič - zaměstnanec.

Předpokládám, že jelikož podnikatel musí v průběhu své kariery více komunikovat s lidmi a být naladěný na informační kanály, které jsou často poskytovány jinými lidmi, a proto se musí umět vcítit do jiných lidí. Tuto důležitost popisuje, jak Kiyosaki, tak autoři v teoretické části. Stejně tak ve Výzkumu elit (Frič et al., 2004) tato hodnota obsadila celkem vysoké čtvrté místo.

- g) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel

Podle Kiyosakiho (2001) zná většina lidí jen jedno řešení: tvrdě pracovat, šetřit a půjčit si. Tato myšlenka se prolíná skoro celou knihou a je založena na tom, že zaměstnanci si skoro celý život šetří na nějakou událost, která nikdy nepříjde. Šetření lidem brání vidět to, co se opravdu děje a díky tomu jim uniknou opravdové příležitosti, které podnikatelé využívají ke svému podnikání.

Stejně tak ve Výzkumu elit (Frič et al., 2004) byla tato hodnotová orientace označena za méně významnou ve výchově dětí.

- h) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič - zaměstnanec.

Podle Výzkumu elit (Frič et al., 2004) si právě ekonomické elity považují hodnoty pro výchovu dětí, jako jsou snaha uplatnit své schopnosti a snaha vyniknout, kdy tyto dvě vlastnosti jsou velmi podobné odhodlání a vytrvalosti.

- i) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič - podnikatel.

Podle Výzkumu elit (Frič et al., 2004) jsou ekominické elity tou nejvíce ateistickou skupinou.

- j) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič - podnikatel.

Kiyosaki (2001) tvrdí, že aby se člověk finančně zabezpečil, musí si hledět svého, přičemž zaměstnanci skoro celý život stráví tím, že se starají o někoho jiného, a tím mu pomáhají zbohatnout. Proto musí podnikatel být sobečtější a více si hledící svých zájmů nežli zaměstnanec. Toto nám potvrdil i Výzkumu elit (Frič et al., 2004), kdy bylo zjištěno, že ekonomické elity berou nesobeckost jako méně významnou hodnotu.

- k) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla poslušnost, než rodič - podnikatel.

Tato hypotéza je poměrně sporná, protože asi každý rodič bude chtít, aby jeho dítě bylo poslušné vůči němu. Pokud tuto požadavku však přeneseme na poslušnost vůči vnějším autoritám, tak Kiyosaki (2001) tvrdí, že pokud se děti/dospělí chtějí naučit myslet jako podnikatelé, tak si často musí projít cestami, které nejsou většinou společnosti chápány jako správné a občas legální. Proto se dá předpokládat, že rodič - podnikatel bude více tolerovat neposlušné chování dítěte, které učí být samostatným než rodič - zaměstnanec, který se bude snažit naučit dítě držet krok s davem.

Kdy v empirické práci očekávám, že se mi potvrdí daný předpoklad, že i v Českém prostředí budou rodiče-podnikatelé vyznávat jiné hodnotová orientace než rodiče-zaměstnanci. I když si předem uvědomuji limitující prostředí České republiky, které není až tak vstřícné k podnikání.

3. Empirická část

3.1. Sběr dat a jejich základní charakteristika

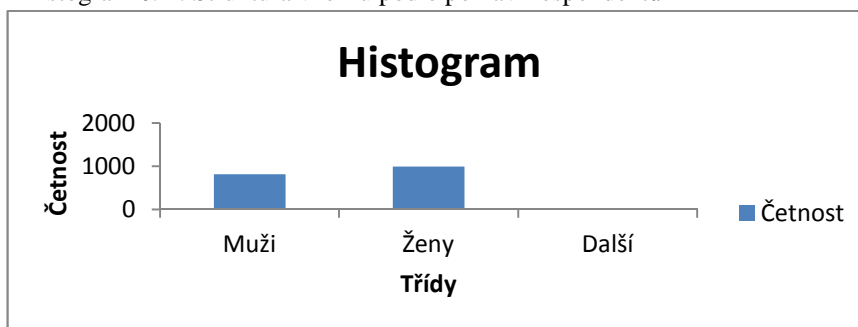
Pro svou práci jsem využila sekundární analýzu dat. Data, které jsem využila, jsou volně přístupné v datovém archivu Sociologického ústavu AV ČR. Konkrétně se jedná o datový soubor Evropský výzkum hodnot – ČR 2008. Tento výzkum je součástí projektu European values study, jehož cílem je sledování trendu změn hodnot v Evropě v průběhu let (European Value study, 2010).

Výzkum z roku 2008 patří do dlouhodobého výzkumu, který se prováděl ve čtyřech vlnách. První výzkum proběhl v roce 1981, kterého se účastnilo 16 zemí (Česká republika se nezúčastnila). Druhá vlna výzkumů proběhla v roce 1990, třetí v roce 1999 a doposud poslední v roce 2008. Z tohoto roku pochází i náš výzkum pro Českou republiku.

3.1.1. Výběr a struktura vzorku

Do vzorku jsou zařazeni jedinci starší 18 let zdržující se na území České republiky bez ohledu na národnost či občanství. Výběr proběhl metodou stratifikovaného pravděpodobnostního výběru (1. fáze - výběr lokality podle volebních obvodů, 2. fáze - výběr domácností, 3. fáze - výběr respondenta v domácnosti) (Rabušič, 2008). Výsledný počet případů je 1802 a počet proměnných 406. Následně uvádím grafy a tabulky, které nám přiblíží strukturu vzorku.

Histogram č. 1: Struktura vzorku podle pohlaví respondentů

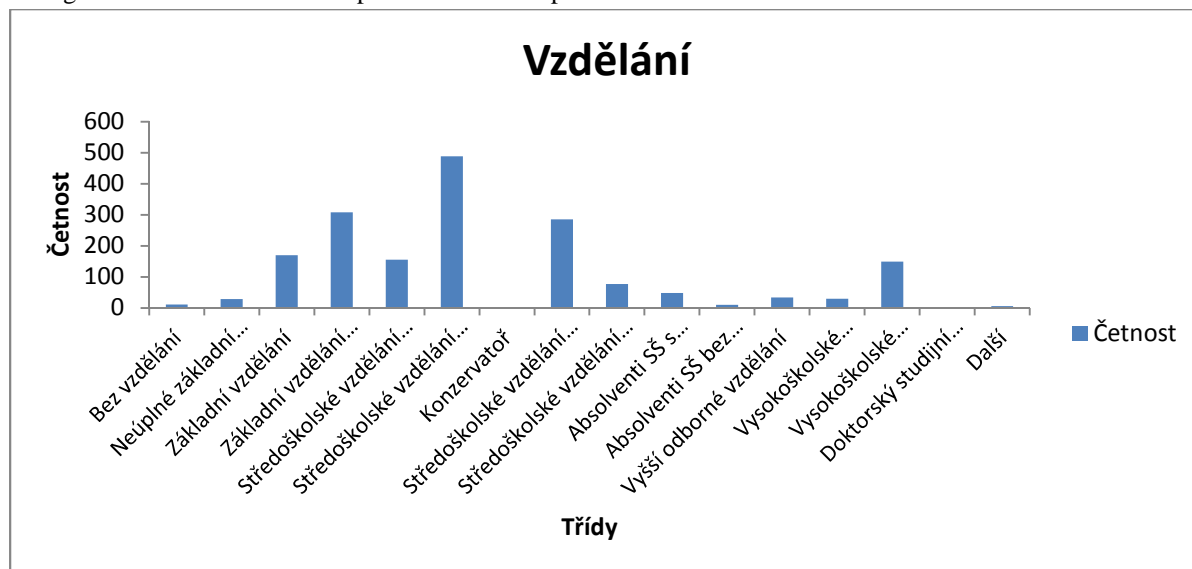


Tabulka č. 2: Struktura vzorku podle pohlaví respondentů

<i>Třídy</i>	<i>Četnost</i>	<i>Procenta</i>
Muž	810	44,95
Žena	992	55,05
Další	0	0

Zdroj: výpočty autora

Histogram č.2: Struktura vzorku podle vzdělání respondentů

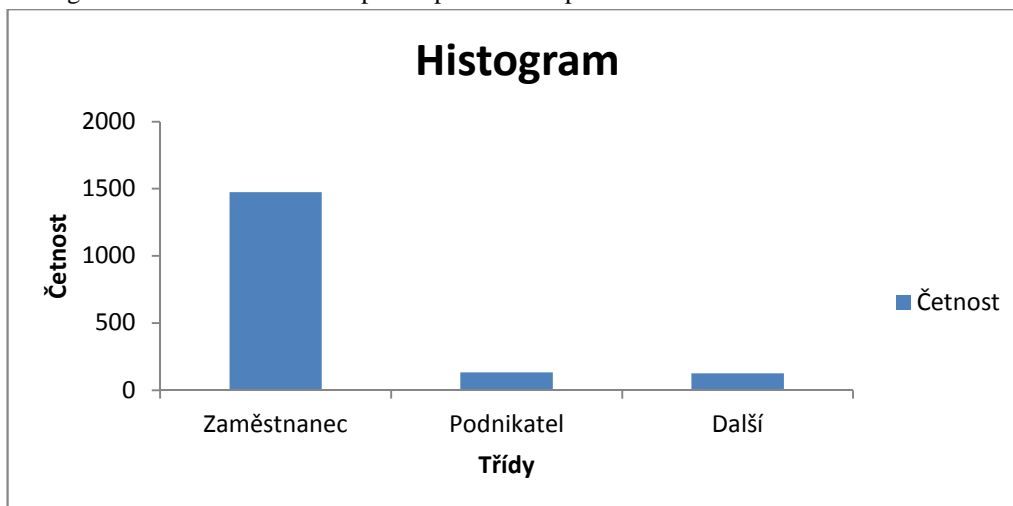


Tabulka č.3: Struktura vzorku podle vzdělání respondentů

Třída	Četnost	Procenta
Bez vzdělání	11	0,61
Neúplné základní vzdělání	28	1,55
Základní vzdělání	170	9,43
Základní vzdělání (dokončen SZŠ)	308	17,09
Středoškolské vzdělání s maturitou (učiliště)	155	8,60
Středoškolské vzdělání s maturitou (gymnázium, SŠ)	488	27,08
Konzervatoř	3	0,17
Středoškolské vzdělání bez maturity (Učiliště)	285	15,82
Středoškolské vzdělání bez maturity (Ukončené závěrečnou zkouškou)	77	4,27
Absolventi SŠ s maturitou po níž následovalo další studium	48	2,66
Absolventi SŠ bez maturity po níž následovalo další studium	10	0,55
Vyšší odborné vzdělání	34	1,89
Vysokoškolské vzdělání s diplomem	29	1,61
Vysokoškolské vzdělání s magisterským diplomem	149	8,27
Doktorský studijní program	1	0,06
Další	6	0,33

Zdroj: výpočty autora

Histogram č.3: Struktura vzorku podle povolání respondentů



Tabulka č.4: Struktura vzorku podle povolání respondentů

Třídy	Četnosti	Procenta
<i>Zaměstnanec</i>	<i>1501</i>	<i>83,3</i>
<i>Podnikatel</i>	<i>107</i>	<i>5,9</i>
<i>Další</i>	<i>194</i>	<i>10,7</i>
<i>Celkem</i>	<i>1802</i>	<i>100</i>

Zdroj: výpočty autora

3.1.2. Struktura dotazníku

Dotazník je rozdělen do 8 témat a 2 okruhů zabývajících se respondentem, navíc na konci můžeme dále nalézt kódování dotazníku. Prvním tématem je vnímání života, kde jsou otázky zabývající se např. rodinou, štěstím, politikou, regionem, vzděláním atd. Druhým tématem je práce, kde můžeme nalézt otázky, týkající se spokojeností s prací, svobodné volby práce, zvýhodňování národností nebo pohlaví při přijímání atd. Třetím tématem je náboženství, kde můžeme nalézt odpovědi na otázky, týkající se rozeznávání dobra a zla, převažujícího náboženství v dané zemi, víru v Boha a postoj k sekularizaci atd. Čtvrtým tématem je rodina a manželství, kde se zjišťují odpovědi na otázky, týkající se kritérií k úspěšnému manželství, postoje k péči o děti, role muže a ženy v manželství atd. Pátým tématem je politika a společnost, kde jsou otázky, týkající se politické účasti, politických preferencí, vládní kontroly, budoucího vývoje a důvěry v instituce atd. Šestáým tématem je morální postoj, kde nalezneme otázky, týkající se homosexuality, potratů, rozvodů a braní lehkých drog atd. Sedmým tématem je národní identita, kde nalezneme otázky, týkající se národní hrdosti, obav spojených s EU, názory na terorismus, rodinnou blízkostí a sousedství atd. Osmým tématem je životní prostředí, kde nalezneme různé postoje lidí k životnímu prostředí.

První okruh témat se týkal demografického rámce respondenta, kdy se zjišťovaly otázky týkající se jeho pohlaví, věku, současné práce, vzdělání, profese a povolání atd. Druhý

okruh témat se týkal sociálního původu a partnera, kde nalezneme otázky na témata týkající se současného partnerství/manželství, partnerovu práci, příjem domácnosti, popis rodičů, když respondentovi bylo 14 let atd.

3.1.3 Zaměření výzkumu

Pro mou analýzu využijeme otázku číslo 52, která zní: „Zde je seznam vlastností, které mohou být doma v dětech pěstovány. Které z nich považujete za zvlášť důležité? Prosím vyberte nejvýše pět“. Poté následuje výčet vlastností: A. Slušnost; B. Samostatnost; C. Pracovitost; D. Pocit odpovědnosti; E. Představitost; F. Snášlivost a ohleduplnost k jiným lidem; G. Spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi; H. Odhodlání, vytrvalost; I. Náboženská víra; J. Nesobeckost; K. Poslušnost; Z. Žádná. Respondent má poté možnost zaškrtnout varianty: zmínil, nezmínil, neví, bez odpovědi.

Dále využijeme otázku číslo 111, která zní: „Máte v současné době placené zaměstnání, nebo ne? Vyberte prosím svůj zaměstnanecký stav ze seznamu na této kartě.“ Poté následují dvě skupiny. První obsahuje placená zaměstnání, kde jsou odpovědi: 1. 30 nebo více hodin týdně; 2. Méně než 30 hodin týdně a 3. Osoba samostatně výdělečně činná (samostatný podnikatel). Druhá skupina obsahuje zařazení bez placeného povolání, kde jsou možnosti: 4. Vojenská služba; 5. V důchodu/penzi; 6. Žena v domácnosti bez jiného zaměstnání; 7. Student; 8. Nezaměstnaný.

Pro přesnější údaje sloužící naší analýze využijeme ještě otázku číslo 111a), která zní: „Ve svém POSLEDNÍM zaměstnání jste byl (a) zaměstnancem (na plný či částečný úvazek) anebo osobou samostatně výdělečně činnou (samostatným podnikatelem)?“ Možnosti k odpovědi jsou: 1. Zaměstnanec; 2. Osoba samostatně výdělečná; 8. Neví; 9. Neodpověděla; 7. Nikdy jsem neměl placené zaměstnání.

3.1.3.1. Rekapitulace hypotéz

- a) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla slušnost, než rodič - podnikatel.
- b) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla samostatnost, než rodič – zaměstnanec
- c) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít než rodič - zaměstnanec, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla pracovitost.
- d) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič - zaměstnanec.
- e) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla představitost, než rodič - zaměstnanec.
- f) Rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla snášlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič - zaměstnanec.
- g) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel.
- h) Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič - zaměstnanec.

- i) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič - podnikatel.
- j) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič - podnikatel.
- k) Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla poslušnost, než rodič - podnikatel.

3.1.3.2. Úprava dat potřebných pro analýzu (čistění dat, převod dat)

Prvotně bylo nutné provést čistění dat. U otázky číslo 59 bylo nutné odstranit 404 chybně vyplněných, chybicích či nesprávných odpovědí z celkového počtu případů = 1802.

Tabulka č.5. Čištěné odpovědi v otázce č.59

	Čištěné data	Procenta
<i>Slušnost</i>	24	1%
<i>Samostatnost</i>	26	1,44%
<i>Pracovitost</i>	18	0,99%
<i>Pocit odpovědnosti</i>	22	1,22%
<i>Představitost</i>	51	2,83%
<i>Snášlivost...</i>	32	1,78%
<i>Spořivost...</i>	35	1,99%
<i>Odhodlání, vytrvalost</i>	46	2,55%
<i>Náboženská víra</i>	59	3,27%
<i>Nesobeckost</i>	47	2,61%
<i>Poslušnost</i>	44	2,44%
Celkem	404	22,45%

Jak je vidět z tabulky, tak bylo nutné vymazat 404 proměnných, což tvoří 22,45% z celkového souboru.

U otázky číslo 111 bylo nutné odstranit 104 chybně vyplněných, chybicích či nesprávných odpovědí z 1802 proměnných, což tvoří 5,77% z celkového souboru. Pro naše účely postačil údaj, zda je respondent zaměstnanec či podnikatel, proto jsme sjednotili odpověď číslo 1 (30 nebo více hodin týdně) a 2 (Méně než 30 hodin týdně). Dále bylo pro lepší údaje nutné využít otázku číslo 111a), která se tázala na poslední zaměstnání. Díky ní bylo možné nahradit nezapadající odpovědi z otázky č. 111, např. pokud respondent v otázce č. 111 vyplnil, že je v důchodu, tak díky otázce č. 111a) jsme mohli zjistit jeho předchozí pracovní zařazení a následně jeho odpověď v otázce č. 111 nahradit odpovědí z otázky č. 111a).

Tabulka č.6. Převedené odpovědi v otázce č.111

Převedeno z → na	Slovně	Počet n	Procentuelně
5 →3	V důchodu→podnikatel	14	0,77%
6→3	V domácnosti→podnikatel	1	0,05%
8→3	Nezaměstnaný→podnikatel	1	0,05%
9→3	Invalid. důchod→podnikatel	2	0,11%
88→3	Neví→podnikatel	1	0,05%
5 → 1	V důchodu → zaměstnanec	476	26,41%
6→1	V domácnosti→zaměstnanec	46	2,55%
7→1	Student→zaměstnanec	2	0,11%
8→1	Nezaměstnaný→zaměstnanec	50	2,77%
9→1	Invalid.důchod→zaměstnanec	37	2,05%
10→1	Jiný důvod→zaměstnanec	25	1,38%
99 → 1	Bez odpovědi →zaměstnanec	15	0,83%
Celkem		670	37,18%

Z tabulky je vidět, že celkově bylo pomocí otázky č. 111a změněno 670 pozorování v otázce č. 111, což tvoří 37,18% z celkového souboru.

Dále jsem se ze vzorku rozhodla odstranit skupinu student/ka, který obsahoval 124 pozorování, což tvoří 6,8% z celkového souboru. Tuto skupinu jsem se rozhodla odstranit z toho důvodu, že ještě nezapadá do teorie hodnotového rozlišení mezi zaměstnanci a podnikateli, protože v mnoha případech sami studenti nevědí, co budou dále dělat, a navíc se jejich hodnotový algoritmus stále může změnit, protože v době dospívání se formuje a utváří, jak tvrdí Inglehart.

3.2. Způsob zpracování výsledků

Pro zpracování výsledků jsem využila program SPSS 17. Nejprve jsem pro zjištění průměrů použila jednoduché porovnání statistických průměrů. a poté jsem aplikovala metodu anovy pro zjištění, zda jsou rozdíly průměrů statisticky rozdílné.

3.2.1. Anova

„Analýza rozptylu při jednoduchém třídění (one-way ANOVA) analyzuje difference průměrů sledované závislé proměnné mezi skupinami, které jsou určeny jednou kategoriální nezávislou proměnnou (faktorem).“ (Hendl,2004, s. 339) Analýza rozptylu tedy zkoumá efekt jednoho faktoru na závisle proměnné.

3.2.2. Způsob interpretace dat

Cílem této práce je testování hypotéz, kdy nulová hypotéza znamená rovnost statistických průměrů mezi dvěma proměnnými a její zamítnutí znamená nerovnost

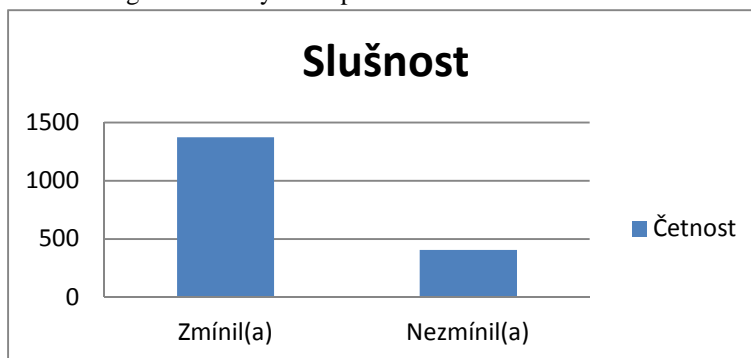
statistických průměrů v této analýze. Testování statistické významnosti jsem provedla na hladině významnosti $\alpha = 0.05$.

Pokud je p-hodnota v testovaných případech větší než 0,05, tak rozdíl mezi průměry není statisticky významný a tudíž nemůžeme určit, zda se průměry rovnají. V případech, když p-hodnota vyjde menší než 0,05, tak rozdíl mezi průměry statisticky významný na hladině významnosti a tudíž se průměry nerovnají.

3.3. Výsledky analýzy a interpretace výsledků

Hypotéza a): Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotová orientace jeho dítěte byla slušnost, než rodič - podnikatel.

Histogram č. 4: Výběr odpovědi slušnost celkového vzorku

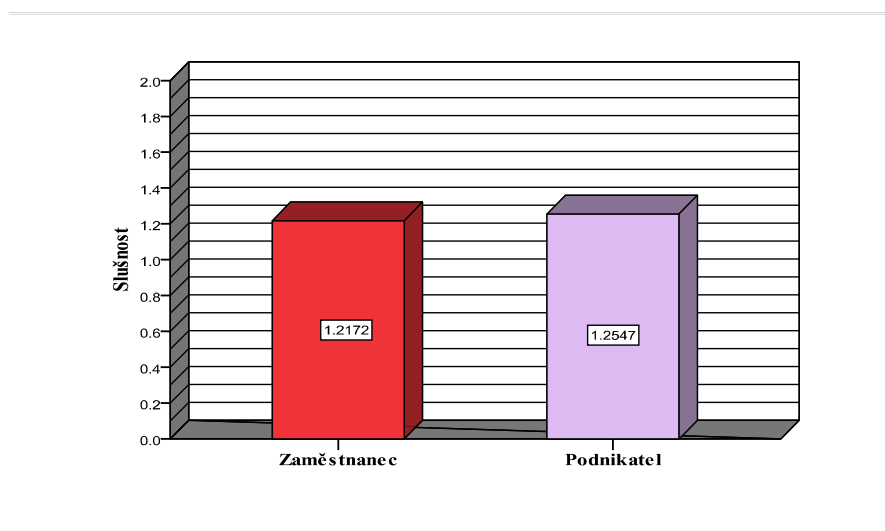


Tabulka č.7 Výběr odpovědi slušnost celkového vzorku

Třída	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	1372	76,14
Nezmínil(a)	406	22,53
Další	24	1,33

Zdroj: výpočty autora

Histogram č. 5: Statistické průměry odpovědi slušnost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulka č.8: Statistický průměr odpovědi slušnost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Slušnost
Zaměstnanec	1,22
Podnikatel	1,25
Celkem	1,22

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetickým průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Pro zjištění zda je rozdíl 0,03 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 9: Anova hypotézy: Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla slušnost, než rodič – podnikatel

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,139	1	,139	,812	,368
Vnitroskupinový	271,406	1582	,172		
Celkem	271,545	1583			

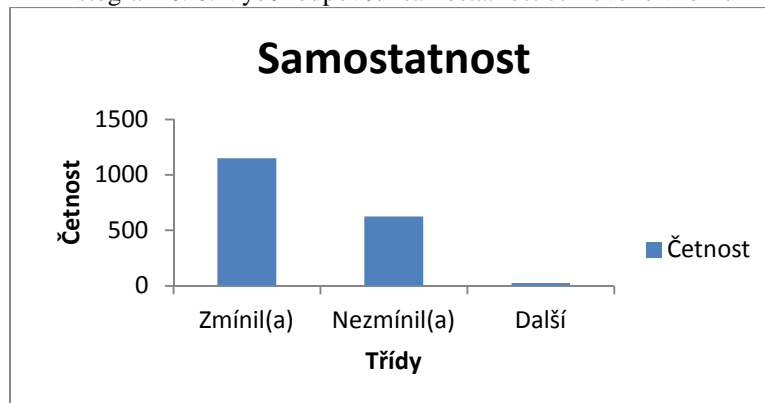
Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla slušnost, než rodič - podnikatel

Interpretace

Hypotéza a), ve které jsem předpokládala, že rodič-zaměstnanec bude významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla slušnost než rodič-podnikatel se nepotvrdila. Navíc se ukázalo, že poslušnost je nejzmiňovanější preferovanou vlastností.

Hypotéza b): Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla samostatnost, než rodič - zaměstnanec.

Histogram č. 6: Výběr odpovědi samostatnost celkového vzorku



Tabulka č. 9: Výběr odpovědi samostatnost celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	1151	63,87
Nezmínil(a)	625	34,68
Další	26	1,44

Zdroj: výpočty autora

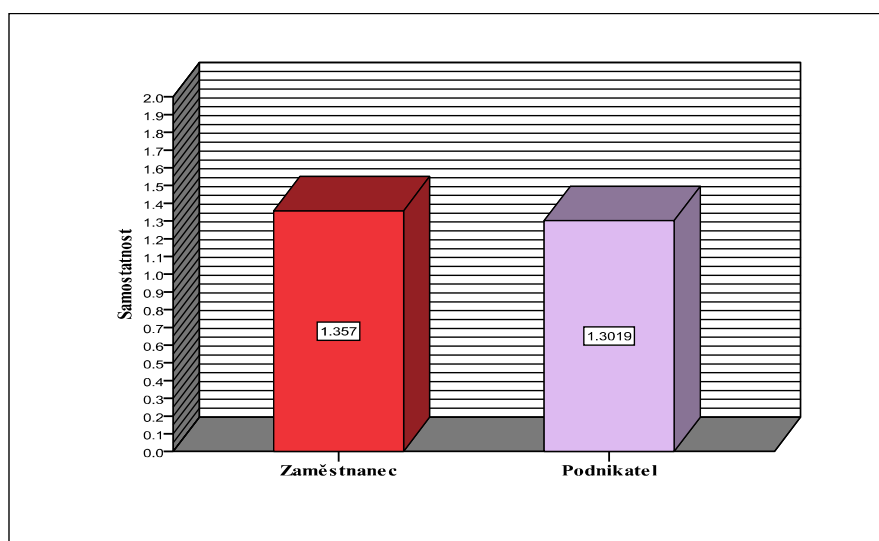
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 6: Statistické průměry odpovědi samostatnost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.29: Statistický průměr odpovědi samostatnost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Samostatnost
Zaměstnanec	1,36
Podnikatel	1,30
Celkem	1,35

Pro zjištění zda je rozdíl 0,06 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 10: Anova hypotézy: Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla samostatnost, než rodič – zaměstnanec

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,300	1	,300	1,314	,252
Vnitroskupinový	361,845	1583	,229		
Celkem	362,145	1584			

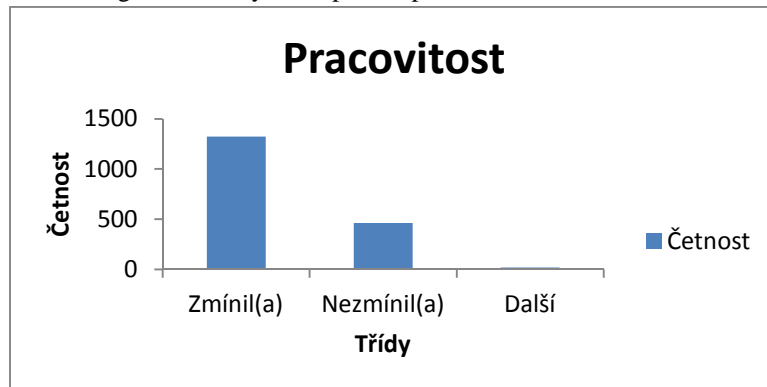
Podle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla samostatnost, než rodič – zaměstnanec.

Interpretace

Hypotéza b), ve které jsem předpokládala, že rodič-podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla samostatnost, se nepotvrdila. Ba naopak co se týče statistický průměrů, tak zaměstnanci zmínili o 0,06 vícekrát samostatnost jako preferovanou vlastnost, ale i tak ten to rozdíl není statisticky významný.

Hypotéza c): Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít než rodič - zaměstnanec, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla pracovitost

Histogram č. 7: Výběr odpovědi pracovitost celkového vzorku



Tabulka č. 11: Výběr odpovědi pracovitost celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	1323	73,42
Nezmínil(a)	461	25,58
Další	18	1

Zdroj: výpočty autora

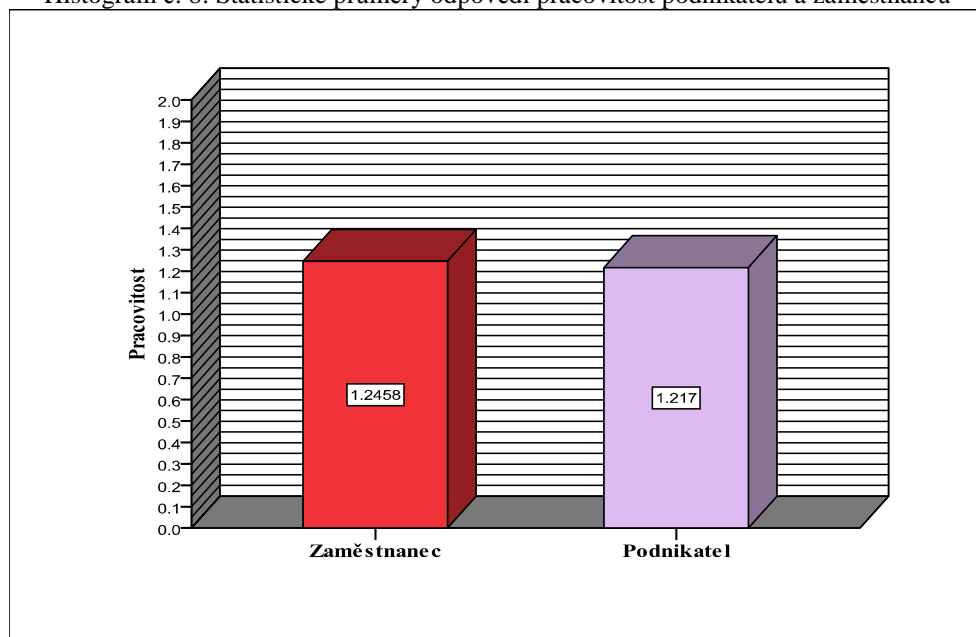
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič – zaměstnanec

Histogram č. 8: Statistické průměry odpovědi pracovitost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.12: Statistický průměr odpovědi pracovitost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Pracovitost
Zaměstnanec	1,25
Podnikatel	1,22
Celkem	1,24

Pro zjištění zda je rozdíl 0,03 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 13: Anova hypotézy: Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít než rodič - zaměstnanec, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla pracovitost

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,082	1	,082	,445	,505
Vnitroskupinový	293,296	1589	,185		
Celkem	293,378	1590			

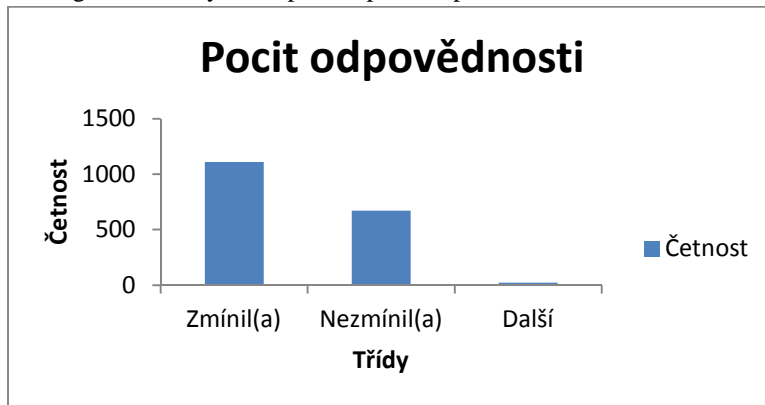
Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít než rodič - zaměstnanec, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla pracovitost

Interpretace

Hypotéza c), ve které jsem předpokládala, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla pracovitost, než rodič – zaměstnanec se nepotvrdila.

Hypotéza d): Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič - zaměstnanec.

Histogram č. 9: Výběr odpovědi pocit odpovědnosti celkového vzorku



Tabulka č. 14: Výběr odpovědi pocit odpovědnosti celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	1109	61,54
Nezmínil(a)	671	37,24
Další	22	1,22

Zdroj: výpočty autora

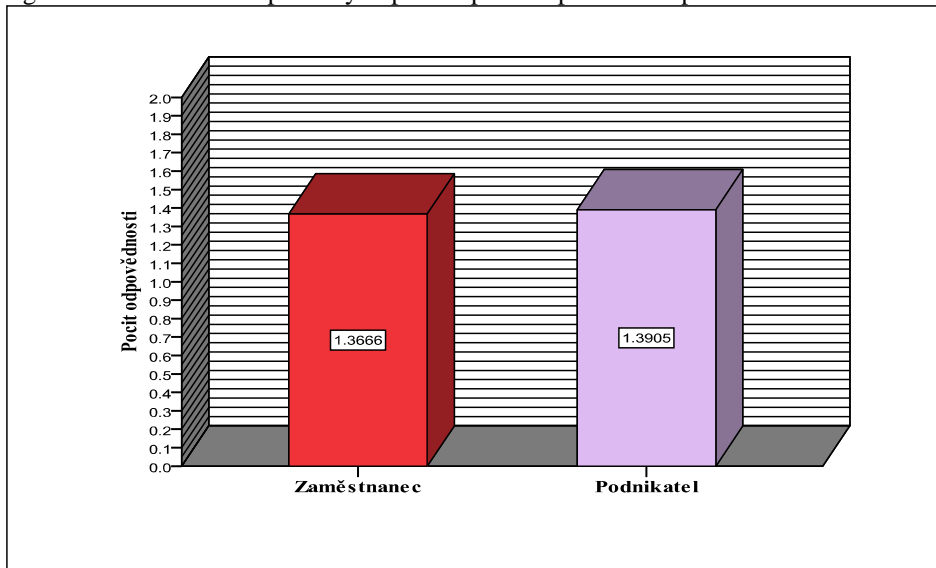
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 10: Statistické průměry odpovědi pocit odpovědnosti podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.15: Statistický průměr odpovědi pocit odpovědnosti podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Pocit odpovědnosti
Zaměstnanec	1,37
Podnikatel	1,39
Celkem	1,37

Pro zjištění zda je rozdíl 0,02 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 16: Anova hypotézy: Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič - zaměstnanec

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,056	1	,056	,239	,625
Vnitroskupinový	368,903	1584	,233		
Celkem	368,958	1585			

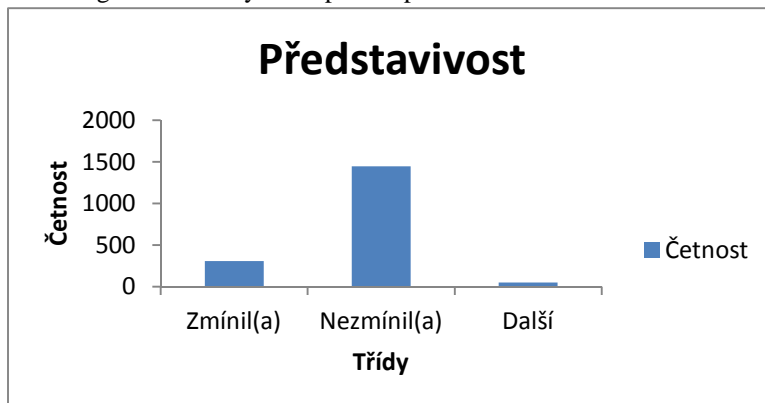
Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič – zaměstnanec.

Interpretace

Hypotéza d), ve které jsem předpokládala, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byl pocit odpovědnosti, než rodič – zaměstnanec se nepotvrdila.

Hypotéza e): Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla představitost, než rodič - zaměstnanec.

Histogram č. 11: Výběr odpovědi představitost celkového vzorku



Tabulka č. 17: Výběr odpovědi představitost celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	305	16,93
Nezmínil(a)	1446	80,24
Další	51	2,83

Zdroj: výpočty autora

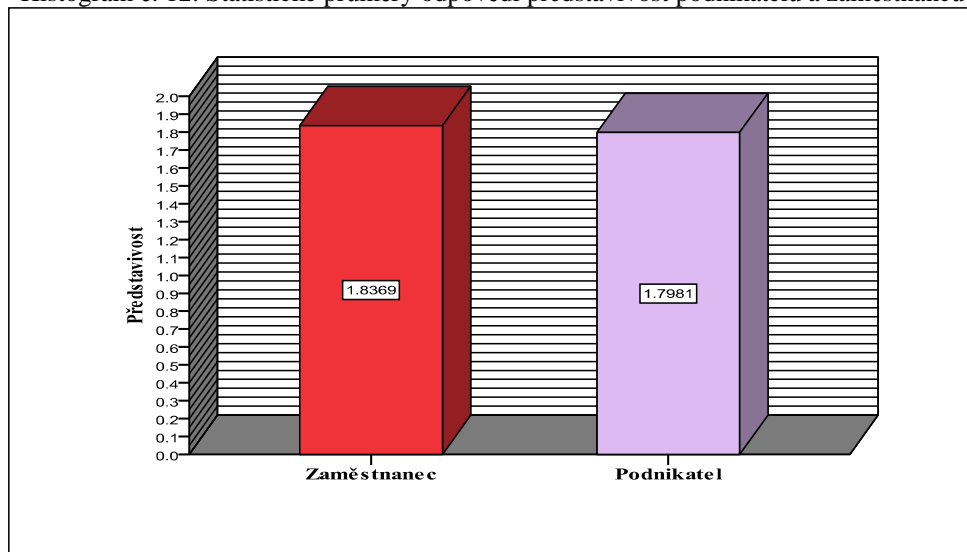
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 12: Statistické průměry odpovědi představitost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.18: Statistický průměr odpovědi představitost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Představitost
Zaměstnanec	1,84
Podnikatel	1,80
Celkem	1,83

Pro zjištění zda je rozdíl 0,04 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 19: Anova hypotézy: Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla představitost, než rodič - zaměstnanec

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,146	1	,146	1,056	,304
Vnitroskupinový	215,936	1561	,138		
Celkem	216,082	1562			

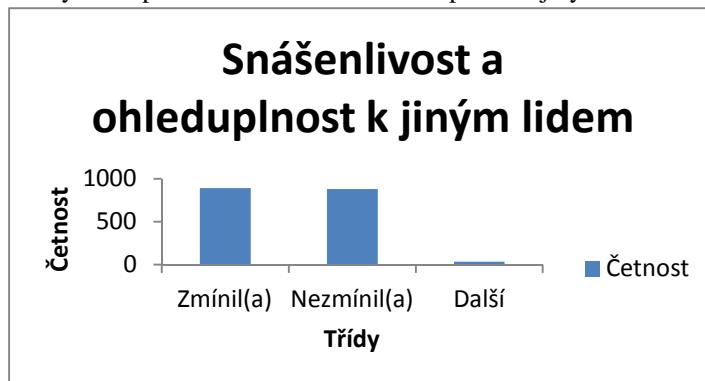
Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla představitost, než rodič – zaměstnanec.

Interpretace

Hypotéza e), ve které jsem předpokládala, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla představitost, než rodič – zaměstnanec se nepotvrdila.

Hypotéza f): Rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič - zaměstnanec.

Histogram č. 13: Výběr odpovědi snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem celkového vzorku



Tabulka č. 20: Výběr odpovědi snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem celkového vzorku

Třída	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	892	49,50
Nezmínil(a)	878	48,72
Další	32	1,78

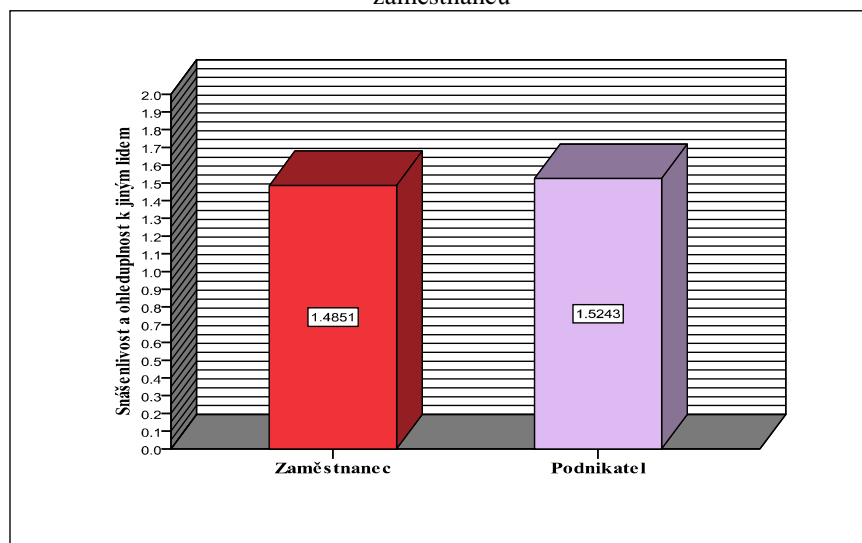
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 14: Statistické průměry odpovědi snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem podnikatelů a zaměstnanců



Tabulka č. 21: Statistický průměr odpovědi snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem
Zaměstnanec	1,49
Podnikatel	1,52
Celkem	1,49

Pro zjištění zda je rozdíl 0,03 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 22: Anova hypotézy: Rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič - zaměstnanec

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,148	1	,148	,591	,442
Vnitroskupinový	394,361	1577	,250		
Celkem	394,509	1578			

Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič – zaměstnanec.

Interpretace

Hypotéza f), ve které jsem předpokládala, že rodič – podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla snášenlivost a ohleduplnost k jiným lidem, než rodič - zaměstnanec.

Hypotéza g): Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel.

Histogram č. 14: Výběr odpovědi spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi celkového vzorku



Tabulka č. 23: Výběr odpovědi spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi celkového vzorku

Třída	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	745	41,34
Nezmínil(a)	1022	56,71
Další	35	1,94

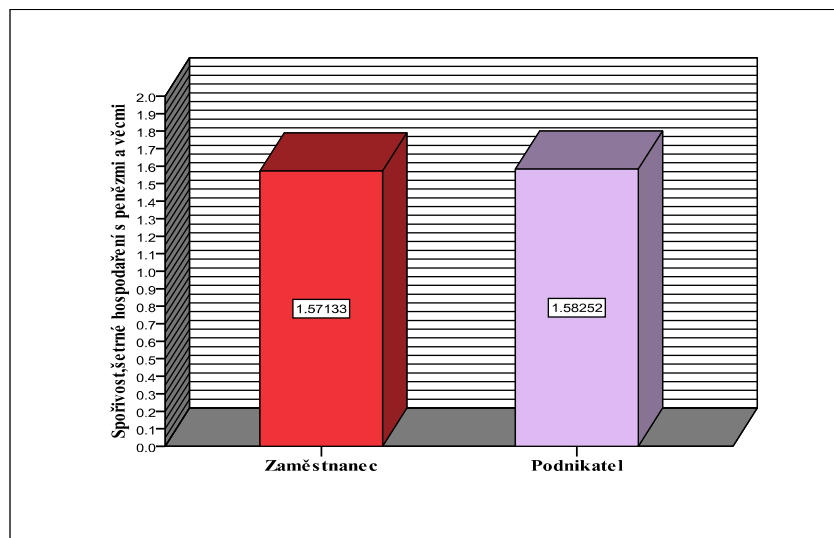
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetickým průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 15 : Statistické průměry odpovědi spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.24: Statistický průměr odpovědi spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Spořivost, šetrné hospodaření s penězi a věcmi
Zaměstnanec	1,57
Podnikatel	1,58
Celkem	1,57

Pro zjištění zda je rozdíl 0,01 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 25: Anova hypotézy: Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,012	1	,012	,049	,824
Vnitroskupinový	385,559	1573	,245		
Celkem	385,571	1574			

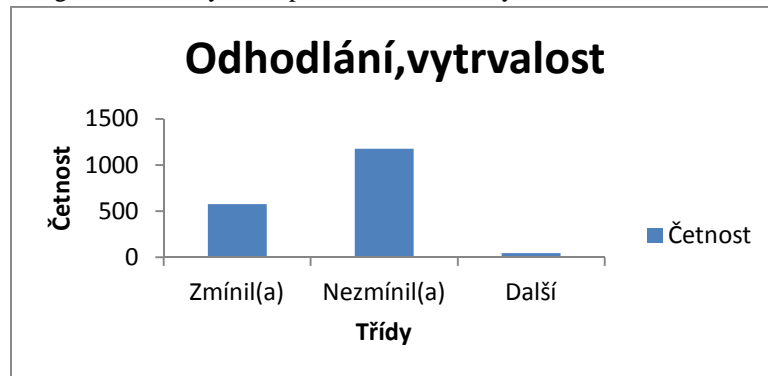
Podle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel.

Interpretace

Hypotéza g), ve které jsem předpokládala, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla spořivost a šetrné hospodaření s penězi a věcmi, než rodič – podnikatel se nepotvrdila.

Hypotéza h): Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič - zaměstnanec.

Histogram č. 16: Výběr odpovědi odhodlání, vytrvalost celkového vzorku



Tabulka č. 26: Výběr odpovědi odhodlání, vytrvalost celkového vzorku

Třída	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	578	32,08
Nezmínil(a)	1178	65,37
Další	46	2,55

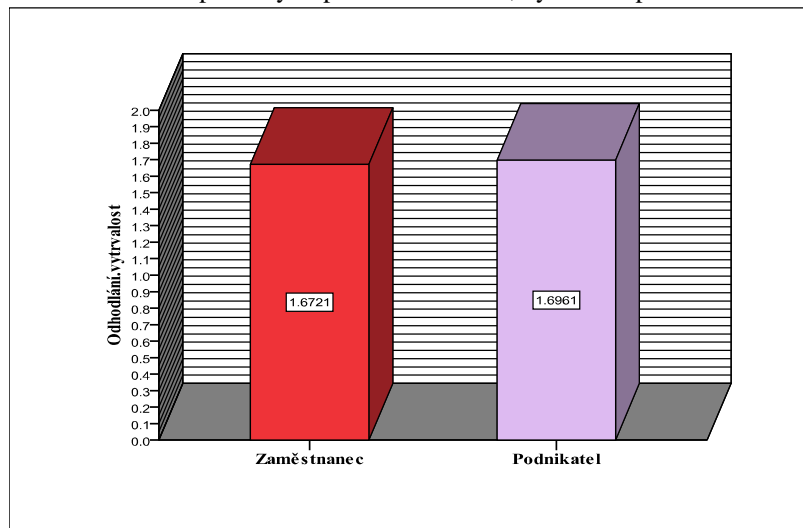
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 17: Statistické průměry odpovědi odhodlání, vytrvalost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.27: Statistický průměr odpovědi odhodlání, vytrvalost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Odhodlání, vytrvalost'
Zaměstnanec	1,67
Podnikatel	1,70
Celkem	1,67

Pro zjištění zda je rozdíl 0,03 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č.28: Anova hypotézy: Rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič – zaměstnanec

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,055	1	,055	,248	,618
Vnitroskupinový	344,201	1564	,220		
Celkem	344,256	1565			

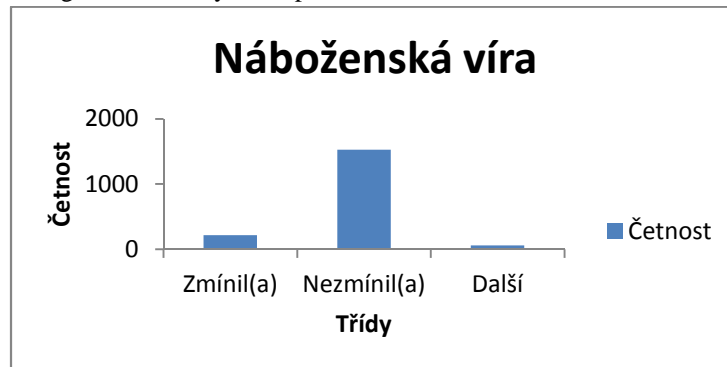
Podle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič – zaměstnanec.

Interpretace

Hypotéza h), ve které jsem předpokládala, že rodič - podnikatel bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte bylo odhodlání a vytrvalost, než rodič – zaměstnanec se nepotvrdila.

Hypotéza i): Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič - podnikatel.

Histogram č. 18: Výběr odpovědi náboženská víra celkového vzorku



Tabulka č. 29: Výběr odpovědi náboženská víra celkového vzorku

Třída	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	215	11,93
Nezmínil(a)	1528	84,79
Další	59	3,27

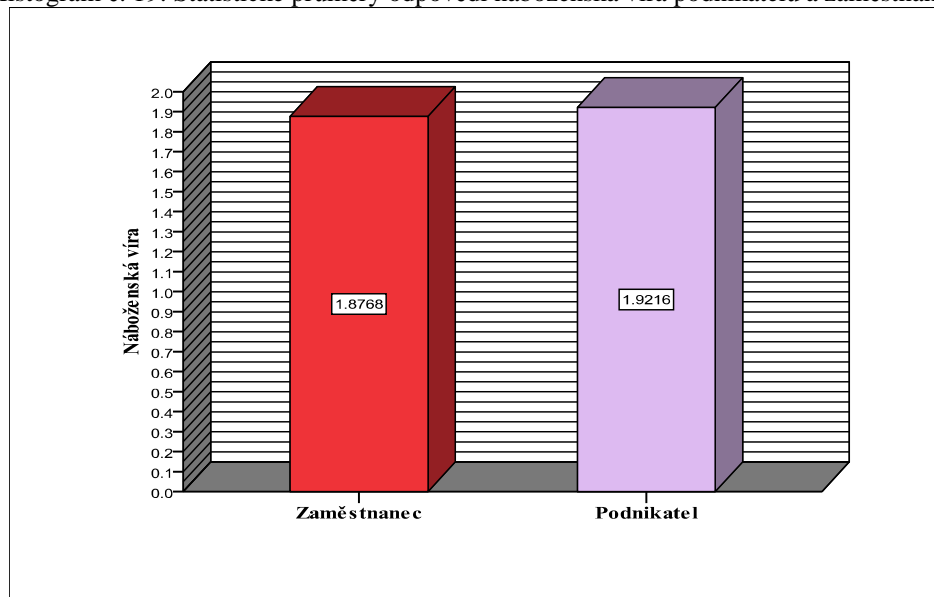
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 19: Statistické průměry odpovědi náboženská víra podnikatelů a zaměstnanců



Tabulkač.30: Statistický průměr odpovědi náboženská víra podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Náboženská víra
Zaměstnanec	1,88
Podnikatel	1,92
Celkem	1,88

Pro zjištění zda je rozdíl 0,04 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovy.

Tabulka č. 31: Anova hypotézy: Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič – podnikatel

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,191	1	,191	1,805	,179
Vnitroskupinový	164,321	1553	,106		
Celkem	164,512	1554			

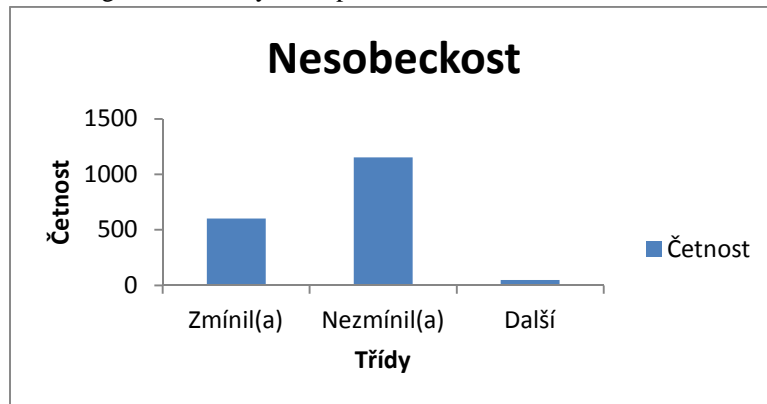
Podle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme, zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič – podnikatel.

Interpretace

Hypotéza i), ve které jsem předpokládala, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla náboženská víra, než rodič - podnikatel se nepotvrdila. Tato vlastnost měla nejnižší preferenci ze všech vlastností (7%)(Rabušič et al., 2009, s.191)., což může být způsobeno postupující ateizací v České republice, kdy se dle EVS od roku 1991 snížila příslušnost k náboženskému vyznání o 13%, z 40% na pouhých 27%(Rabušič et al., 2009, s.123).

Hypotéza j): Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič - podnikatel.

Histogram č. 20: Výběr odpovědi nesobeckost celkového vzorku



Tabulka č. 32: Výběr odpovědi nesobeckost celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	603	33,46
Nezmínil(a)	1152	63,93
Další	47	2,61

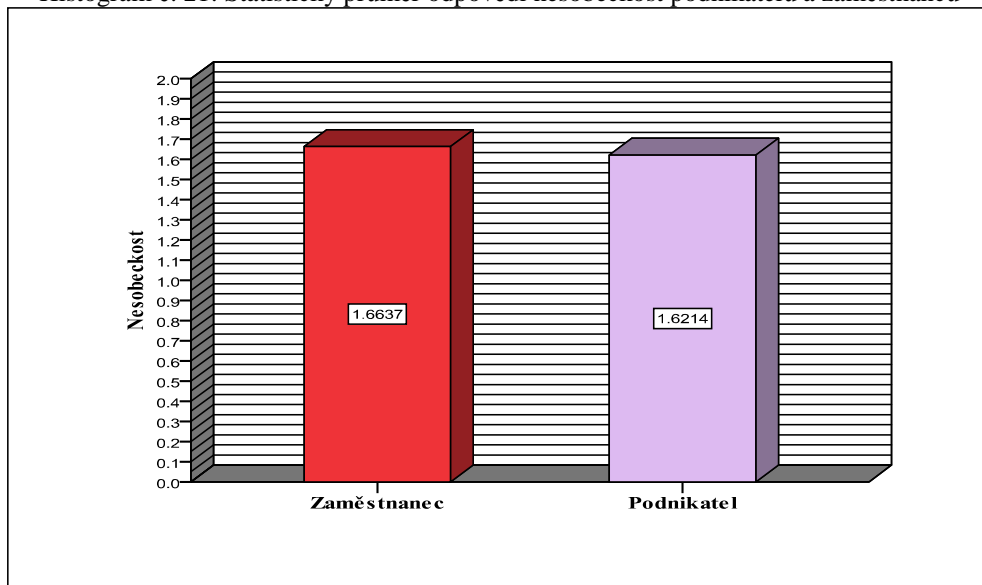
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetický průměrem souboru rodič - zaměstnanec

Histogram č. 21: Statistický průměr odpovědi nesobeckost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulka č. 33: Statistický průměr odpovědi nesobeckost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Nesobeckost
Zaměstnanec	1,66
Podnikatel	1,62
Celkem	1,66

Pro zjištění zda je rozdíl 0,04 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č.34: Anova hypotézy: Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič – podnikatel

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická významnost
Meziskupinový	,172	1	,172	,769	,381
Vnitroskupinový	350,109	1561	,224		
Celkem	350,282	1562			

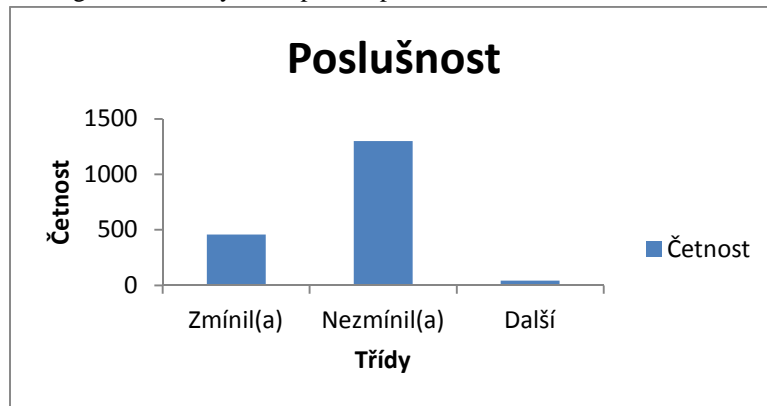
Podle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme, zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič – podnikatel.

Interpretace

Hypotéza j), ve které jsem předpokládala, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla nesobeckost, než rodič – podnikatel se nepotvrdila.

Hypotéza k): Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla poslušnost, než rodič - podnikatel.

Histogram č. 22: Výběr odpovědi poslušnost celkového vzorku



Tabulka č. 35: Výběr odpovědi poslušnost celkového vzorku

Třídy	Četnost	Procenta
Zmínil(a)	458	25,42
Nezmínil(a)	1300	72,14
Další	44	2,44

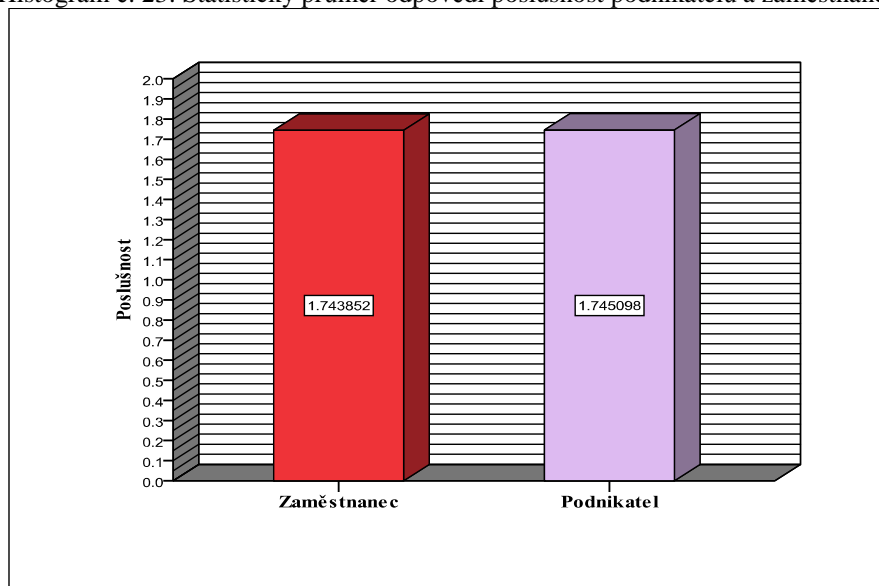
$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Kdy μ_1 je aritmetickým průměrem souboru rodič – podnikatel

μ_2 je aritmetickým průměrem souboru rodič – zaměstnanec

Histogram č. 23: Statistický průměr odpovědi poslušnost podnikatelů a zaměstnanců



Tabulka č. 36: Statistický průměr odpovědi poslušnost podnikatelů a zaměstnanců

Pracovní zařazení	Poslušnost
Zaměstnanec	1,74
Podnikatel	1,75
Celkem	1,74

Pro zjištění zda je rozdíl 0,01 mezi průměry souboru podnikatel a zaměstnanec statisticky významný využijeme anovu.

Tabulka č. 37: Anova hypotézy : Rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla poslušnost, než rodič - podnikatel

	Součet čtverců	Stupeň volnosti	Průměr čtverců	Testové kritérium	Statistická Významnost
Meziskupinový	,000	1	,000	,001	,978
Vnitroskupinový	298,317	1564	,191		
Celkem	298,317	1565			

Dle anovy jsme zjistili, že rozdíl není statisticky významný na zvolené hladině významnosti. Díky čemuž nevíme zda jsou nebo nejsou průměry stejné. Což nám nepotvrzuje hypotézu, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla poslušnost, než rodič – podnikatel.

Interpretace

Hypotéza k), ve které jsem předpokládala, že rodič – zaměstnanec bude v průměru významně více chtít, aby hodnotovou orientací jeho dítěte byla poslušnost, než rodič - podnikatel se nepotvrdila.

3.4. Hodnocení kvality výzkumu

Kvalita výzkumu je definována pojmy validita a reliabilita. Reliabilita je definována jako spolehlivost technik, je zárukou opakovatelnosti a je jí možné testovat porovnáním výsledků různých šetření uskutečněných za stejných podmínek (Surýnek et al., 2001). Jelikož jsem použila data, které jsou výstupem již realizovaného výzkumu, sestaveného na základě mezinárodně uznávané World value study, tak by bylo možné předpokládat reliabilitu. Díky tomu, že jsem byla nucena odstranit poměrně velký vzorek pozorování, tak vzorek podnikatelů byl poměrně malý, nemusí být proto zcela reprezentativní k celkové populaci.

Validita znamená, do jaké míry je v ukazatelích skutečně postižen obsah sledovaného obecného pojmu; zda nedošlo v procesu operacionalizace a škálování k posunu, jehož důsledkem je, že soustava ukazatelů vypovídá o jiných skutečnostech, než pro jaké byly určeny (Surýnek et al., 2001). Při sestavování dotazníku je proto nutné brát v potaz srozumitelnost a jasnou formulaci otázek, přičemž musí být vytvořeno jasné škálování.

Data byla sebrána metodou standardizovaného dotazníkového šetření face-to-face, kdy dotazovaní vedli vyškolení pracovníci, čímž by mělo být sníženo riziko nepochopení otázek a díky tomu, by mělo dojít k menšímu negativnímu zkreslení výzkumu. Navíc díky přímému kontaktu se zabrání nízké návratnosti dotazníku, které způsobuje zasílání dotazníku poštou. Formulace dotazovaných otázek byla pro mou analýzu velmi vhodná, pouze musí být zohledněno hledisko, že respondenti často zaškrtnou odpověď, o které si myslí, že je „správná“, „mělo by se to tak dělat“, nebo si myslí, že to tak praktikují, ale realita je zcela jiná.

Uvědomuji si, že tento výzkum má několik omezení, která můžou zkreslovat výsledky. Již samotná citlivost tématu mohla ovlivnit validitu výzkum, protože odpovědi na otázku ohledně preferovaných vlastností dítěte je poměrně citlivé téma, kdy respondent může zkreslit svou odpověď podle obecně přijímaných hodnot v České republice. Také vzorek podnikatelů, který obsahoval pouze 107 respondentů mohl ovlivnit mnou prezentované výsledky.

3.5. Diskuze

Jedním z nejdůležitějších omezení je samotná definice podnikání, kdy spousta respondentů v dotazníku zaškrtnula, že jsou podnikatelé nebo osoby samostatně výdělečné, ale přitom mohou patřit do švarc systému, který je hojně v České republice rozšířen, a nebo to mohou být podnikatelé na velmi nízké úrovni, například jakou jsou řemesla. Kdy například instalatér nezískává atributy podnikání, jako je riziko, nebo rozhodně na trhu nefunguje jako arbitr. Na základě toho proto mohou být výsledky zkreslené hodnotami těchto malých podnikatelů, či spíše osob samostatně výdělečných, které spíše mají hodnotový rámec jako klasický zaměstnanec, než jako podnikatel. Navíc je české prostředí, na rozdíl od prostředí amerického, velmi silně ovlivněno komunistickou minulostí, kdy po rychlém boomu podnikání, a pozitivních reakcí veřejnosti, se velmi brzo objevily negativní reakce, které bohužel převládají do dnes. Pro vznik budoucího podnikatele jsou důležité nejen vzniklé hodnoty v rodině, ale dle GEM (2011) i to, jak pozitivně je bráno podnikání v dané zemi (Česká republika se umístila na předposledním místě). Rovněž stav podnikatelského vzdělání

je velmi důležitý pro rozvoj nebo potlačení hodnot budoucí podnikatele, kdy v České republice je opět stav, oproti Americe, velmi tristní. Proto pro další výzkum navrhuji další stratifikaci vzorku, který bude přesněji rozdělovat druhy podnikání, což dále umožní přesnější zhodnocení hodnotového rámce a vlastností podnikatelů a jejich následné otiskování do svých dětí.

Dalším omezením tohoto výzkumu je, že zkoumám spíše preferenci vlastností dítěte na základě rozdělení mezi podnikatele a zaměstnance, ale dále již pouze předpokládám, že vlastnosti/hodnoty preferované rodiči budou skutečně vtisknuty dítěti, které je později přijme za své. Do tohoto procesu však vstupují další třetí proměnné, jako je např. míra přítomnosti rodiče na výchově.

4. Závěr

Předpoklad, že rodič - podnikatel bude preferovat jiné vlastnosti/hodnoty než zaměstnanec se nepotvrdil. Může to být způsobem tím, že se český podnikatel svými vlastnostmi a hodnotami neliší od zaměstnance. Tento závěr však vyvrací existující teoretická literatura na toto téma, která mnohými výzkumy v řadě let zjistila, že podnikatelé mají opravdu jiné vlastnosti a hodnoty nežli zaměstnanci.

Proto přichází druhé vysvětlení neprokázání tohoto předpokladu a tím je švarc systém. Švarc systém je v České republice hojně rozšířen a hojně využíván. Pod švarc systémem se rozumí stav, kdy jedinec pracuje na živnostenský list a tím se stává podnikatelem, ale i přes živnostenský list je náplní jeho práce stejná činnost jako zaměstnance. „Tento model je pro zaměstnavatele výhodný zejména kvůli nulovým odvodům za zaměstnance, větší flexibilitě pracovních sil a snížení administrativy“ (Štětka, 2011). Proto je spousta zaměstnanců v České republice klasifikováno jako podnikatel, ačkoliv se v podstatě fakticky jedná o zaměstnance. Ačkoliv vlastní živnostenský list, budou vykazovat stejné vlastnosti a hodnoty jako zaměstnanec.

Třetím vysvětlením je obecně horší stav podnikání v České republice, kdy jde o již zmiňovaný špatný stav podnikatelského vzdělávání skoro na všech úrovních školství. Rovněž se v něm odráží špatné vnímání podnikatelů veřejností a stejně, tak naše dlouhá komunistická minulost, které opozdila náš vývoj v podnikání před světem o několik let.

Čtvrtým vysvětlením je to, že většina teoretických prací na toto téma mluví o podnikateli jako někom, kdo stojí v centru ekonomického dění, jeho podnikání je naplněno nejistotou a často je vlastníkem firmy. Ve mnou zkoumaném vzorku jsou však mezi podnikatele zařazeni, jak kadeřníci, tak soudní znalci a také vlastníci. Tato skutečnost mohla mít rovněž vliv na výsledky.

Na základě své analýzy jsem přesto nucena vytvořit závěr, že v hodnotových orientacích podnikatelů ve výchově dětí se neprokázal rozdíl mezi rodičem podnikatelem a rodičem zaměstnancem.

5. Seznam použité literatury

Brandstätter, Hermann, „*Becoming an entrepreneur- a question of personality structure?*“, Journal of Economic Psychology 18 (1997), str.157-177

Dostupný z WWW: <http://www.sciencedirect.com.ezproxy.is.cuni.cz/science/article/pii/S0167487097000032>

Cantillon, Richard. *Essai sur la nature du commerce*. Londýn, Fletcher Gyles, 1755. 430 s.

Dostupný z WWW: <http://www.google.cz/books?id=6007AAAACAAJ&pg=PA1&ots=q-TrbCSH10&dq=cantillon+essai+sur&lr=&hl=cs>

Drucker, Peter Ferdinand. *Inovace a podnikavost: praxe a principy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1993, 266 s. ISBN 80-85603-29-2.

Frank, Robert H. *Mikroekonomie a chování*. Vyd.1. Praha: Svoboda, 1995, 765 s. ISBN 80-205-0438-9.

Frič P., Prudký L., Nekola M., *Elity a modernizace*, Praha, OK FSV CESES, 2005, 123 s. ISBN 1801-1640

Erikson, Erik H. *Osm věků člověka*. Studijní text pro vnitřní potřebu. Praha, Propsy, 1995.

Dostupný z WWW: http://www.phil.muni.cz/~hump/VyvPs/Prezentace_vyuka_PH/dalsi_podklady/Osm_veku_cloveka.doc

European Value study a GESIS, „*EVS 2008 Method report*“ Tilburg university, GESIS, 2010

Hartog, J., van Praag, M., and Der Sluis, J., „*If You Are So Smart, Why Aren't You an Entrepreneur? Returns to Cognitive and Social Ability: Entrepreneurs Versus Employees*“ *Journal of Economics & Management Strategy*, Volume 19, Number 4, Winter 2010, 947–989

Dostupný z WWW: <http://onlinelibrary.wiley.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/10.1111/j.1530-9134.2010.00274.x/abstract>

Havlík R., Kořá J., *Sociologie výchovy a školy*, Praha, Portál, 2002, 174 str., ISBN 80-7178-635-7

Hendl, Jan, „*Přehled statistických metod zpracován dat: Analýza a metaanalýza dat*“, Praha: Portal, 2004, 583 s., ISBN 80-7178-820-1

Kiyosaki, Robert T. a Sharon L. Lechter, „*Bohatý táta, Chudý táta: Co bohatí učí svoje děti a chudí a střední vrstvy ne*“, Praha: Pragma, 2001, 111str., ISBN 80-7205-822-3

Knight, Frank H. *Risk, uncertainty and profit*. Courier Dover Publications, 2012. 376 s., ISBN 1-60206-005-3

Kirzner, Israel M. *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press, 1978, 246 s., ISBN 0-226-43776-0

Kohn Melvin, Carmi Schooler. "Job conditions and personality: A longitudinal assessment of their reciprocal effects", *American Journal of Sociology*, vol.87, no.6. May, 1982, str. 1257-1286

Dostupný z WWW: <http://www.jstor.org/stable/2779361>

Lazear, Edward P., "Entrepreneurship" *Journal of Labor Economics*, Vol. 23, No. 4 (October 2005), pp. 649-680

Dostupný z WWW: <http://www.jstor.org/stable/10.1086/491605>

Lukeš Martin, Jakl Martina, „Global entrepreneurship monitor 2011, Podnikatelská aktivita v České republice“, Global Entrepreneurship Research Association, 2011, s.87

Dostupný z WWW: <http://www.gemconsortium.org/docs/2378/gem-czech-republic-2011-report>

Lukeš Martin, Nový Ivan a kol., *Psychologie podnikání*, Praha: Management Press, 2005, 261 s., ISBN 80-7261-125-9

Markman, Gideon D., Baro, Robert A., „Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others“ *Human Resource Management Review* 13 (2003) str.281-301

Dostupný z WWW: <http://www.sciencedirect.com.ezproxy.is.cuni.cz/science/article/pii/S1053482203000184>

Morris, M., Schindehutte, M., „Entrepreneurial Values and the Ethnic Enterprise: An Examination of Six Subcultures“ *Journal of Small Business Management* 2005 43(4), pp. 453-479

Dostupný z WWW: <http://onlinelibrary.wiley.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/10.1111/j.1540-627X.2005.00147.x/pdf>

Nakonečný, M. *Psychologie osobnosti*, Praha: Academia 2009, 620str., ISBN 978-80-200-1680-5

Natoli, Vincent J., „Theory of Employee Survival“ *Performance Improvement Quarterly*, 17(4) pp. 80-94

Dostupný z WWW: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1937-8327.2004.tb00322.x/abstract>

Parker, Simon. "Economics of self employment and entrepreneurship", New York, USA: Cambridge university Press, 2004. 308str.

Prudký, L., a kol. "Inventura Hodnot: výsledky sociologického výzkumu hodnot ve společnosti České republiky", vyd. 1. Praha: Academia, 2009, 341 s. ISBN 978-80-200-1751-2.

Rabušič, L., Hamanová, J., „Hodnoty a postoje v ČR 1991-2008 (pramenná publikace European Values Study)“ .výd. Praha: Masarykova univerzita, 2009. str. 324, ISBN 978-80-2104-952-9

Say, Jean-Baptiste; Say, Horace; Blanqui, J. A. *Cours complet d'économie politique pratique*. Adolphe Wahlen, 1843., 774s.

Dostupný z WWW:

http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=1T5PAAAAcAAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=jean+baptiste+say&ots=xxbVpdT_Br&sig=dMf4nB61jC6B0v9w-iGecJhu7Q0&redir_esc=y

SCHUMPETER, Joseph A. *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1934.

Surýnek, A., Komárková, R., Kašparová, E., *Základy sociologického výzkumu*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2001, 160 s. ISBN 80-7261-038-4.

Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kol., *Obchodní zákoník. Komentář*. 11. vyd., Praha: C.H. Beck, 2006, 1508s. ISBN 80.7179-487-2

Internetové zdroje

- Štětka, Jan. *Ten, který rozjel švarcsystém a skončil na dlažbě* [online]. Ekonom.iHNed.cz, 15. července 2011.

<http://ekonom.ihned.cz/c1-52306170-ten-ktery-rozjel-svarcsystem-a-skoncil-na-dlazbe>

Datum stažení: 18.4.2013

- webové stránky Sociologického datového archivu Sociologického ústavu AV ČR:

<http://nesstar.soc.cas.cz/webview/>

Datum stažení: 8.4.2013

- webové stránky společnost SC&C Marketing and Social Research:

<http://www.scac.cz/index.php>

Datum stažení: 8.4.2013