



ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR

podnikavá
žena

ženy sro

PODNIKAVÉ ŽENY

Závěrečná zpráva

Září 2016

© 2016 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

Výzkumné pozadí

AMSP ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky. Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu.

ŽENY s.r.o. je sdružení aktivních žen, mj. i se zájmem o podnikání. Existuje od roku 2013 a má více než 55 000 členek. Společně s AMSP ČR se podílí na projektu **PODNIKAVÁ ŽENA**, kde je sdruženo 6 tisíc podnikatelek jehož cílem je dlouhodobá podpora žen v byznysu.



Cílem výzkumu je zmapovat **motivace a překážky v podnikání**, zájem o další podnikatelské vzdělávání, využívané způsoby propagace a postoje okolí k ženě podnikatelce.

Metodika



**Metoda
výzkumu**

CAWI – online dotazování
ve dnech 25.8.-7.9.2016



**Cílová
skupina**

Ženy podnikatelky
Členky sdružení ŽENY s.r.o. a PODNIKAVÁ ŽENA



**Velikost
vzorku**

Bylo dotazováno celkem 670 žen,
z toho 278 podniká a 392 nepodniká



**Výzkumný
nástroj**

Dotazník o délce cca 12 minut



Shrnutí výsledků

Hlavní závěry

Ženy podnikatelky jsou se svým pracovním životem i příjmem celkově v porovnání s nepodnikatelkami výrazně spokojenější. Hlavními motivacemi k podnikání jsou nezávislost a možnost seberealizace. Podnikatelky mají pro svou činnost i podporu od rodinných příslušníků.

Obavy z podnikání jsou často spojeny s nedostatkem informací. Podnikatelky mají zájem o další vzdělání, podpora (začínajících) podnikatelek a nabízení vzdělávacích kursů má tedy svůj smysl.

Podnikatelky využívají zejména finančně dostupné formy reklamy a často ji dělají i svépomocí bez finančních nákladů. Nejvíce využívají internetovou reklamu, ale pro přísun zákazníků je významné i osobní doporučení.

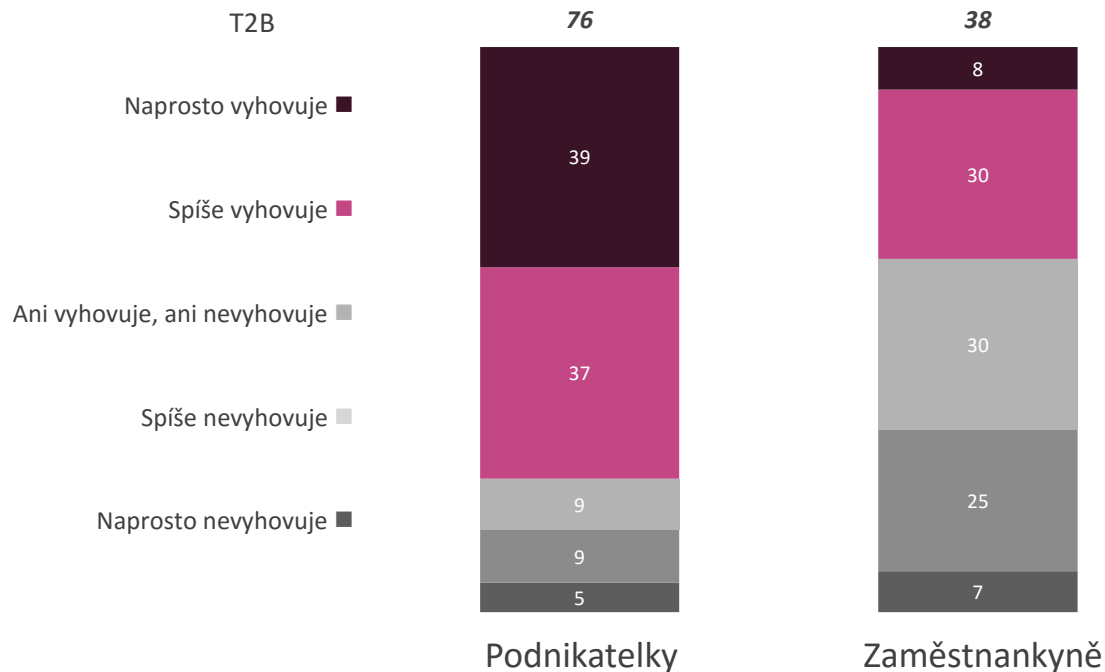


**Spokojenost s
prací/podnikáním
Obavy a motivace
spojené s podnikáním**

Podnikatelky udávají výrazně vyšší spokojenost se svým způsobem práce, než zaměstnankyně.

Spokojenost s životem podnikatelky/zaměstnankyně

v %



Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že ženy se nebojí převzít odpovědnost za živnost a že jim vyšší míra samostatnosti vyhovuje. Zatímco 62 % žen v zaměstnání je nespokojených, u podnikatelek je to pouze 23 %. I to je důvodem, proč v posledních letech zásadně roste počet žen zakládajících vlastní firmy.

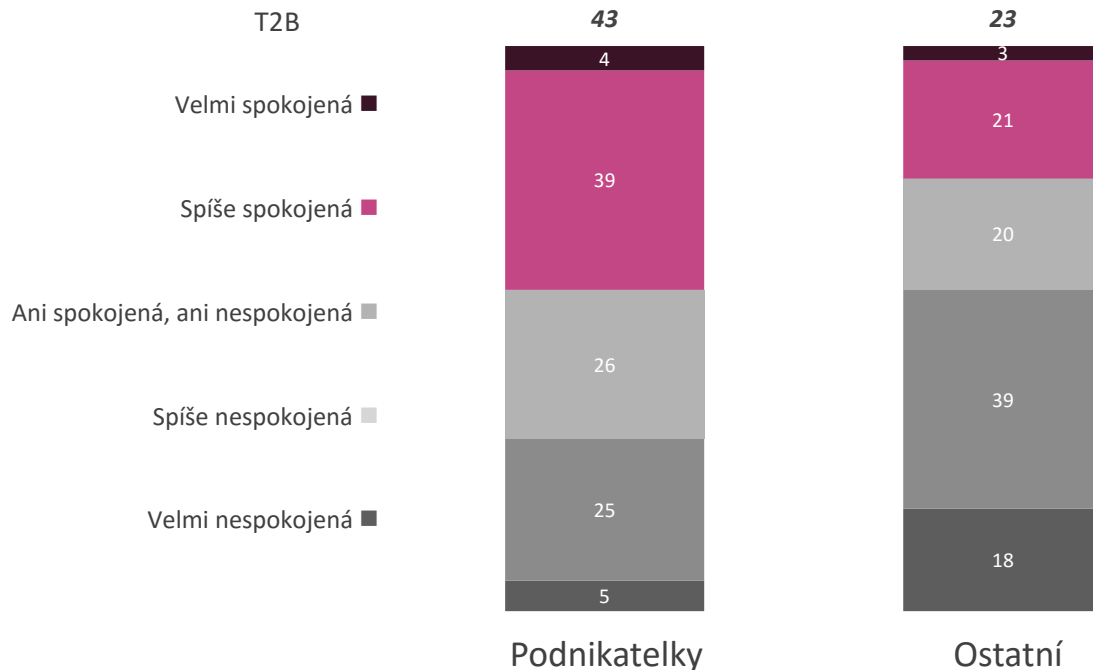
Q2. Jak vám celkově vyhovuje způsob života a způsob práce podnikatelky (oproti tomu být zaměstnankyní)/zaměstnance (oproti tomu být podnikatelkou)?

Báze: Podnikatelky n=267, Zaměstnankyně n=344

Vyšší spokojenost udávají podnikatelky i ve spokojenosti s příjmem.

Spokojenost s příjmem

v %



Komentář AMSP ČR:
Téměř dvojnásobně vyšší spokojenost žen v podnikání vůči ženám v běžném zaměstnání je dalším zřejmým důvodem, proč se navyšuje počet podnikatelek.

Q3. A jak jste spokojena se svým celkovým příjmem?

Báze: Podnikatelky n=278, Ostatní n=392

Začínající podnikatelky mají typicky problém s nedostatkem potřebných informací a strachem, že se neuživí, během podnikání pak více vidí problém v politickém prostředí a obtížném skloubení podnikání s péčí o rodinu.

Překážky v podnikání

v %	Podnikatelka na začátku	Podnikatelka nyní	Ostatní
Nedostatek financí	44	37	49
Strach, že se podnikáním neuživím	45	36	43
Je to příliš nejisté, rizikové	28	32	31
Chybějící odvaha začít s podnikáním	19		40
Obtížnost skloubení péče o rodinu a podnikání	22	27	15
Chybějící nápad na oblast podnikání / podnikatelský záměr	8		28
Nepřehlednost, nejasnost informací o podnikání	24	18	9
Nedostatek informací ohledně podnikání obecně	18	9	10
Nedostatek informací, jak začít	13		15
Nemožnost konzultovat podnikatelský záměr se zkušeným podnikatelem/mentorem	18	13	8
Politické prostředí obecně	19	32	5
Chybějící podpora rodiny, známých	16	13	8
Nedostatek energie, velká náročnost	10		11
Obtížný výběr oboru podnikání	4		16
Nedostatek znalostí oboru podnikání	6	2	13
Spokojenost v zaměstnání/spokojenost se současným stavem	3		9
Nedostatek inspirace úspěšných podnikavých žen	6		3

Komentář AMSP ČR:
Počáteční obavy značí, že ženy vstupují do podnikání s velkou odpovědností a potvrzuje se i to, že má smysl vytvářet cílený informační servis pro začínající podnikatelky. V momentě, kdy se podnikání rozjede, je opět patrný odpovědný přístup, o čemž svědčí obavy zodpovědně zvládnout jak rodinu, tak byznys.

Q7. Jakou největší překážku v podnikání jste vy osobně vnímala, když jste s podnikáním začínala?/Z jakého důvodu jste Vy osobně doposud nepodnikala / nepodnikáte nyní?

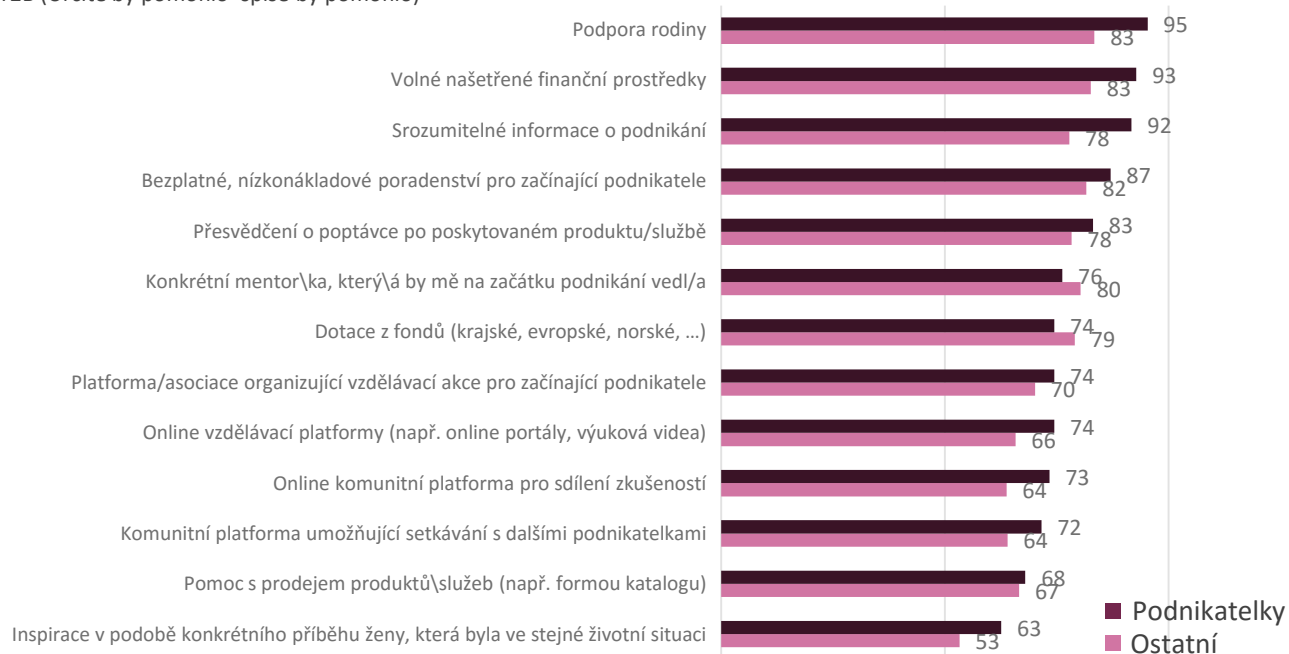
Q7a. Jakou největší překážku v podnikání vnímáte nyní?

Báze: Podnikatelky n=278, Ostatní n=392

Podpora rodiny, finance a informace jsou pro začátek podnikání považovány za nejpřínosnější. Stávající podnikatelky častěji považují za přínosné komunitní a vzdělávací aktivity.

Co může pomoci ženám začít podnikat?

v %, T2B (Určitě by pomohlo+spíše by pomohlo)



Komentář AMSP ČR:
 Ani pomoc s prodejem produktů, ale ani například dotace nejsou překvapivě tou nejočekávanější podporou. Ženy spoléhají více na sebe a rodinu než na své okolí. Základní finance a informace jsou naopak z jejich pohledu důležité, což znamená, že má velký smysl připravovat pro začínající podnikatelky speciální informační servis a dostupné financování.

Q8. Co podle vás na základě vaší podnikatelské zkušenosti může ženám pomoci k odstartování jejich podnikání?/ Co by vám pomohlo k odstartování vašeho podnikání?
 Ohodnoťte prosím položky na škále od 1 do 5.

Báze: Podnikatelky n=278, Ostatní n=392

Podnikatelky radí svým začínajícím kolegyním především být trpělivá a vytrvalá, ale zároveň informačně a finančně dostatečně vybavená.

Rada začínajícím podnikatelkám

Zamyslet se dopředu nad svými vlastními možnostmi (8 %)

Nechat si poradit/ pomoci od ostatních (10 %)

Soustředit se na svůj cíl (14 %)

Vytrvat, nevzdat to (33 %)

Překonat počáteční problémy/neúspěchy (20 %)

Trpělivost (12 %)

Mít dostatečné finance do začátku podnikání (12 %)

Věřit si/věřit tomu, že co dělám je správné (8 %)

Nebát se (16 %)

Připravit se na náročnost podnikání obecně (10 %)

Časová náročnost podnikání (7 %)

Vzdělávat se, pracovat na sobě (5 %)

Pečlivý počáteční průzkum situace/potenciálu (12 %)

Množství administrativy, byrokracie (7 %)

Q38. A otázka na závěr: Co byste poradila začínající podnikatelce? Co je důležité a na co se má připravit?

Báze: Podnikatelky n=278

Nejčastějším oborem, ve kterém ženy podnikají, je poskytování poradenských služeb, častý je rovněž prodej vlastních výrobků, ať už přes internet nebo offline.

V jakých oborech ženy podnikají?



Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že ženy upřednostňují činnosti, kde mají volnější režim ve smyslu možnosti práce z domova nebo flexibilní práce s ohledem na čas. Zajímavé je, že v součtu téměř třetina z nich uvažuje o poradenské činnosti, což ale nekoresponduje s poptávkou na trhu.

Q10a. Které z následujících typů podnikání jste provozovala nebo provozujete v současnosti? Vyberte prosím maximálně 2 možnosti.
Báze: Podnikatelky n=278

Obecně největší zájem je o ty obory podnikání, které jsou u žen podnikatelek již nyní časté. Častým snem je vlastní kavárna.

Jaké obory by si ženy chtěly vyzkoušet?



Q10b. A které z následujících typů podnikání byste chtěla vyzkoušet? Vyberte prosím maximálně 2 možnosti.

Báze: n=670

Nezávislost v uspořádání času a v rozhodování je nejčastější motivací k podnikání. Dalším silným motivátorem je možnost seberealizace.

Co ženy motivuje k tomu být podnikatelkou?



Komentář AMSP ČR:

Je vidět, že ženy si věří, částečně řeší svůj časový režim a uvědomují si benefit nezávislosti. Bohužel jen každá sedmá žena chce začít podnikat, protože má podnikatelský nápad. Znamená to, že ženy jdou o něco více za intuicí což v důsledku může skončit podnikatelským nezdarem.

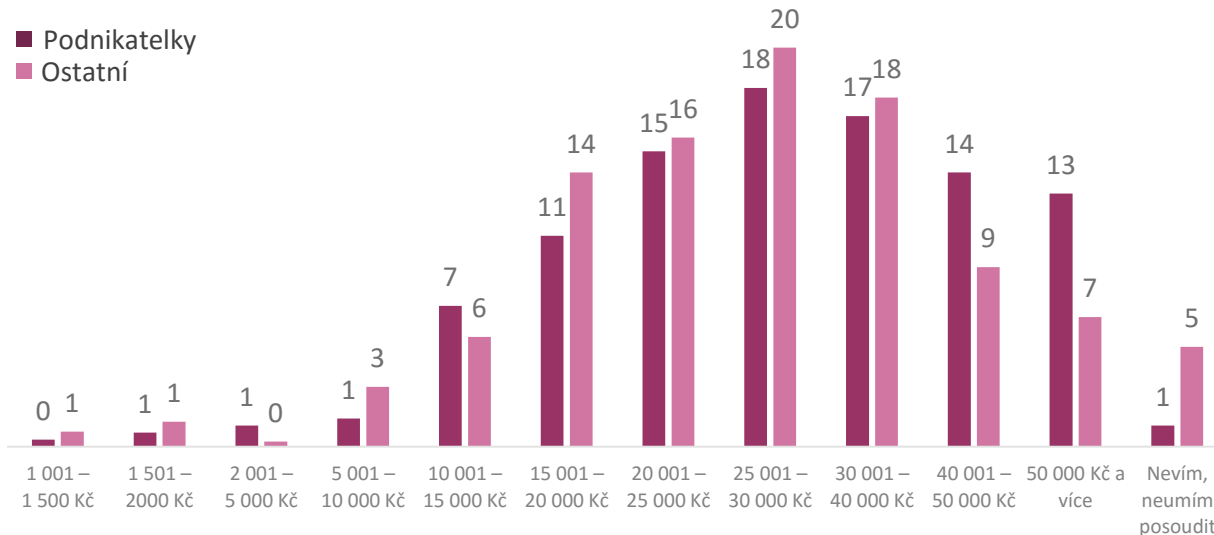
P4. Co konkrétně je pro Vás osobně motivací být podnikatelkou?

Báze: Podnikatelky n=278

Jako atraktivní příjem z podnikání označují obě skupiny nejčastěji 25-30 tis. Kč. Stávající podnikatelky o něco častěji uvádějí vyšší částky, než nepodnikatelky.

Atraktivní příjem z podnikání

v %



Q11. Jaký pro Vás zapotřebí vlastní čistý měsíční příjem z podnikání, aby to pro Vás bylo „zajímavé“? / Jaký potřebuje mít podle Vás podnikatelka z podnikání vlastní čistý měsíční příjem, aby to pro ni bylo „zajímavé“?

Báze: Podnikatelky n=278, Ostatní n=392

Náklady už se vrátily většině podnikatelek, které podnikají nejméně 3 roky.
Téměř 1/3 podnikatelek první tři roky pouze investuje.

Za jak dlouho se podnikatelce vrátí náklady

Délka podnikání

v %	Všechny podnikatelky	Do 3 let	3 až 10 let	10 a více let
Nic se mi nevrátilo, zatím jsem pouze investovala	17	30	12	2
Vrátila se mi zatím 1/4 nákladů	13	16	13	7
Vrátila se mi zatím 1/2 nákladů	6	7	6	2
Vrátily se mi zatím 3/4 nákladů	3	1	2	5
Vrátilo se mi zatím stejně peněz, jako jsem na začátku vložila	11	12	11	9
Vydělala jsem více peněz, než jsem na začátku vložila	52	34	55	75

Q18. Jaká část peněz, které jste na začátku vložila do podnikání, se Vám už vrátila?, **Q17.** Jak dlouhou dobu se již věnujete podnikání?

Báze: Podnikatelky n=233, Do 3 let n=94, 3-10 let n=82, 10 let a více n=57

Typickým ideálem žen je práce, která baví a přináší pocit smyslu. Často je zmiňována rovněž časová flexibilita a rodinný život.

Jak by vypadala práce snů?

Krátká/flexibilní pracovní doba (14 %)

Pomáhat lidem (7 %)

Práce, která bude perspektivní (9 %)

Mít dost času na okolí/rodinu (12 %)

Aby mě práce bavila (20 %)

Práce, která přináší pocit smyslu/naplnění (16 %)

Nezávislost/ být svým vlastním páнем (13 %)

Práce s lidmi (7 %)

Práci snů již mám (8 %)

Info-podnikání (6%)

Poskytování vlastních služeb (11 %)

Práce z domova (6 %)

Aby se finančně dařilo (9%)

Mít slušný/adekvátní výdělek (9 %)

17 % podnikatelek odpovídá, že práci snů už má. U ostatních žen jsou to pouze 2 %.

Q16. Nyní se prosím krátce zamyslete, jak by měla vypadat vaše práce snů? Zkuste ji popsat co nejpodrobněji.

Báze: n=670

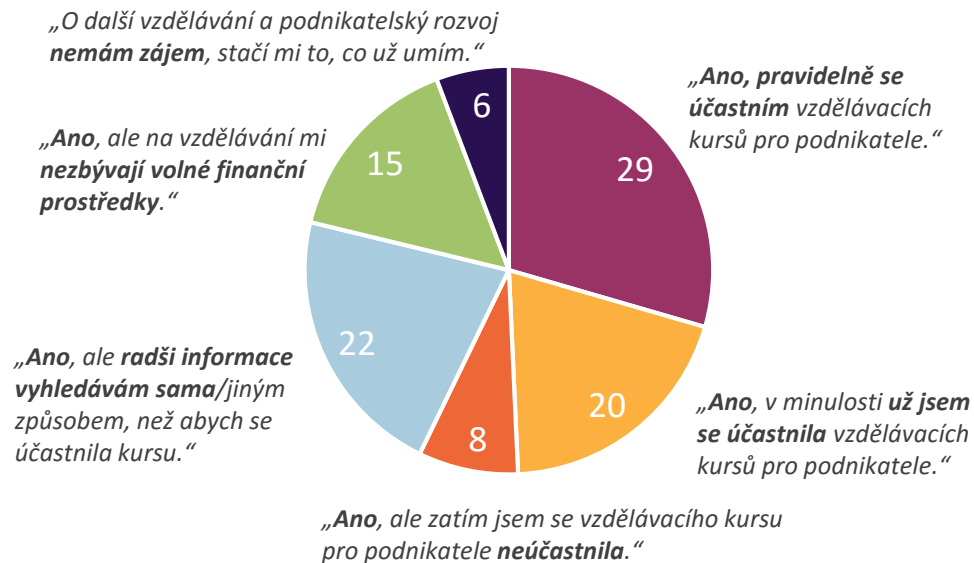


Další podnikatelské vzdělávání

Téměř všechny podnikatelky mají o další vzdělávání zájem, avšak 1/5 z nich preferuje jinou formu, než kursy. 1/2 z nich už se někdy podnikatelských kursů účastnila.

Zájem o další vzdělávání

v %



Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že vzdělávací akce pro podnikatelky, pakliže jsou dobře cílené a v rozumných finančních dimenzích, mají smysl a ženy by ve většině účast na nich přivítaly.

Q19. Máte zájem o své další vzdělávání a podnikatelský rozvoj?

Báze: Podnikatelky n=278

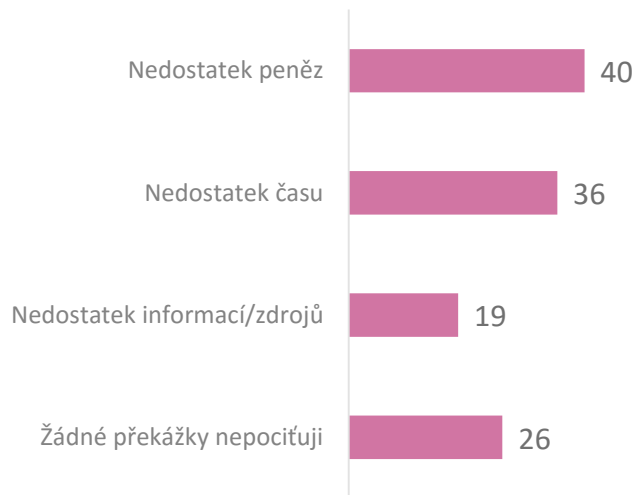
Jako překážky v dalším vzdělávání některé podnikatelky pociťují nedostatek peněz a času. Většina z těch, které mají o vzdělávání zájem, preferuje klasické kurzy.

Bariéry dalšího vzdělávání a preferovaná forma

v %

Překážky v dalším vzdělávání

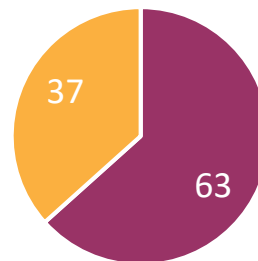
(otázka pro všechny podnikatelky)



Preferovaná forma

(otázka pouze pro podnikatelky, které o další vzdělávání mají zájem)

On-line kurzy



Klasické kurzy (osobní setkání, workshopy, konference)

Komentář AMSP ČR:

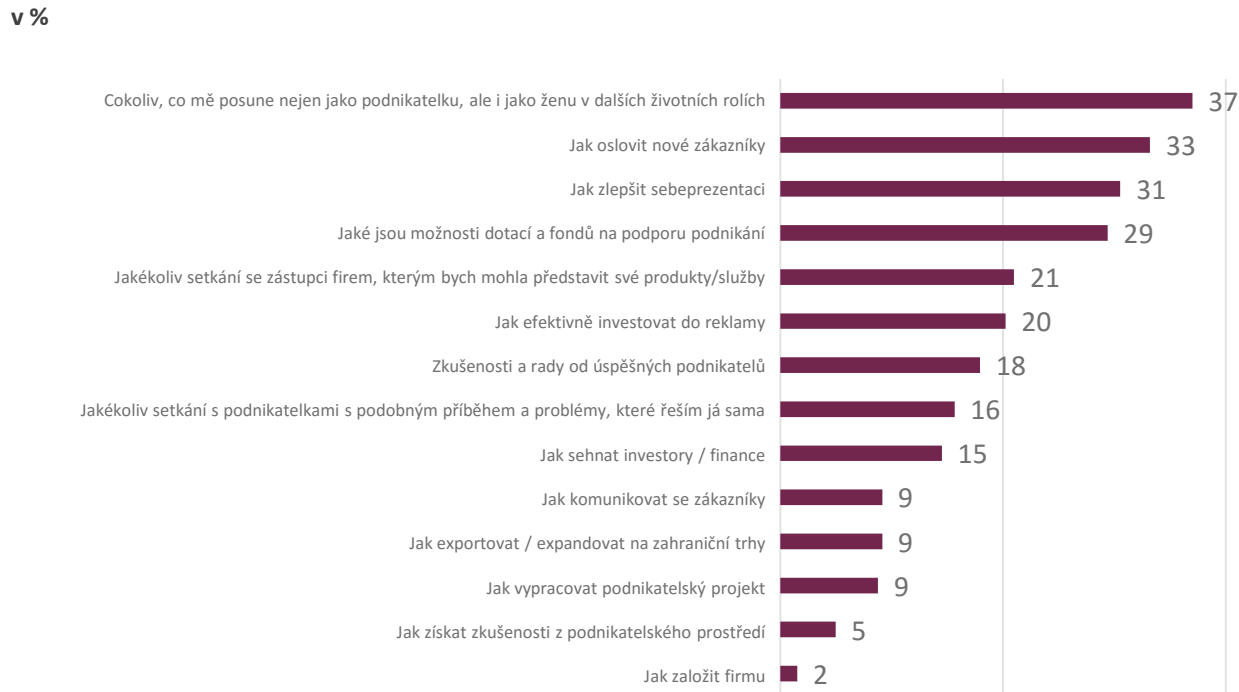
Zajímavé je, že dvě třetiny podnikatelek vyžadují klasické kurzy na osobní bázi, a to i přes deklarovaný nedostatek času a peněz. Malé a střední firmy naopak v poslední době ze stejného důvodu požadují právě on-line kurzy.

Q19B Pociťujete nějaké překážky v dalším podnikatelském vzdělávání? **Q20.** Co se týče kursů dalšího vzdělávání pro podnikatele, jakou formu preferujete (byste preferovala)?

Báze: Podnikatelky n=278, Podnikatelky, které mají zájem o další vzdělávání n=262

Kromě zlepšení prodejních dovedností si podnikatelky přejí zejména kurzy, které jim přinesou i osobní rozvoj.

O jaké oblasti dalšího vzdělávání mají podnikatelky zájem?



Komentář AMSP ČR:
Ženy jdou do podnikání skromně, nemají přehnané mínění i svých dovednostech a rády přijmou rady, jak se posunout a jak zaujmout zákazníky. Dobrou zprávou je, že většina nepotřebuje informace jak založit firmu, ale spíše jak se uplatnit na trhu.

Q21. V jakých z následujících oblastí máte největší zájem se vzdělávat/ o jaké druhy školení byste měla zájem? Vyberte, prosím, maximálně 3 možnosti.

Báze: Podnikatelky, které mají zájem o další vzdělávání n=262

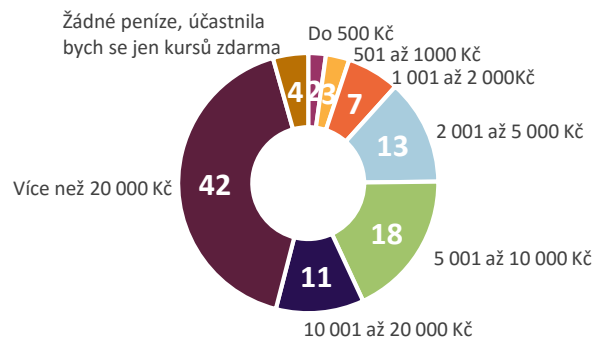
Polovina podnikatelek by do svého dalšího podnikatelského vzdělání byla ochotna vložit nejvíce 5 tis. Kč ročně, 10 % by se účastnilo pouze kursů zdarma. Podnikatelky, které se kursů účastnily, celkově investovaly nejčastěji více než 20 tis. Kč.

Investice do dalšího vzdělávání

v %

Kolik peněz celkově investovaly

(otázka pouze pro podnikatelky, které se kursů již účastnily)



Kolik peněz jsou ochotné investovat ročně

(otázka pro podnikatelky, které o další vzdělávání mají zájem)



64 % podnikatelek nové poznatky z kursů zúročilo ve svém podnikání

Q22. Kolik peněz jste/byste byla ochotná věnovat do svého podnikatelského vzdělávání ročně? Q23. Kolik peněz jste už vložila do svého dalšího podnikatelského vzdělávání?

Q24. Máte pocit, že se vám investice do dalšího vzdělávání vyplatila?

Báze: Podnikatelky, které se účastnily kursů n=137, Podnikatelky, které mají zájem o další vzdělávání n=262

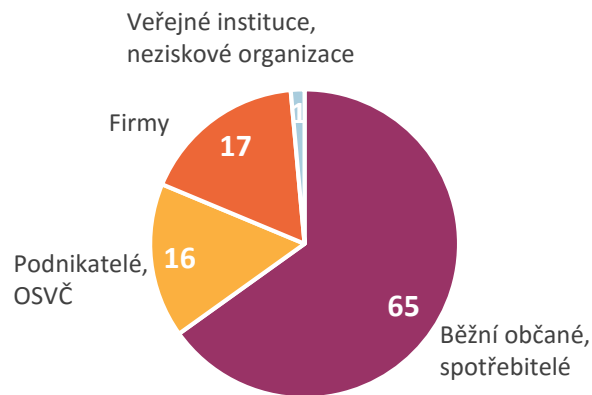


Klientela

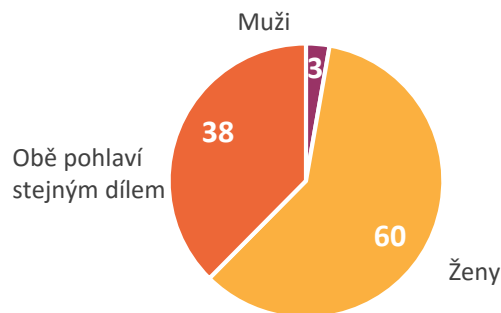
Nejčastější klientelou žen podnikatelek jsou běžní spotřebitelé, ve většině případů ženy. Kromě lidí středního věku jsou to též často mladí lidé a lidé na rodičovské dovolené.

Typická klientela

v %



Lidé středního věku	74
Mladí lidé	44
Lidé na rodičovské dovolené	35
Lidé ve starším středním věku (presenioři)	28
Děti, adolescenti	11
Senioři	10
VIP klienti	6
Cizinci, turisté	4



Komentář AMSP ČR:

Je zřejmé, že ženy podnikatelky dokáží zaujmout ženy zákaznice. Překvapivě poměrně málo jich uvádí, že jejich cílovým segmentem jsou děti a senioři.

Q25. Jak byste popsala Vaši nejčastější klientelu?, **Q25b.** O jaké osoby se nejčastěji jedná? Vyberte prosím nejvíce 3 možnosti., **Q25c.** Kdo ve Vaší klientele převažuje?

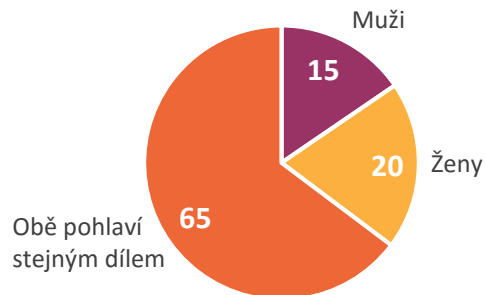
Báze: Podnikatelky n=278, Podnikatelky, jejichž klientelou jsou běžní spotřebitelé n=181

Většina podnikatelek udává, že se jim stejně dobře komunikuje s muži i se ženami. Kromě lidí středního věku se mnohým z nich dobře komunikuje s mladými lidmi.

S kým se podnikatelkám nejlépe komunikuje?

v %

Lidé středního věku	72
Mladí lidé	44
Lidé ve starším středním věku (presenioři)	29
Lidé na rodičovské dovolené	21
VIP klienti	16
Senioři	9
Cizinci, turisté	6
Děti, adolescenti	5



Q26. S jakými klienty se Vám nejlépe komunikuje? **ZOBRAZIT PRO Q25=2,3,4:** Uvažujte prosím osoby, s nimiž jednáte na straně Vašich klientů. **VŠEM:** Vyberte prosím nejvíce 3 možnosti. **Q26b.** S jakými osobami na klientské straně se Vám lépe komunikuje?

Báze: Podnikatelky n=278

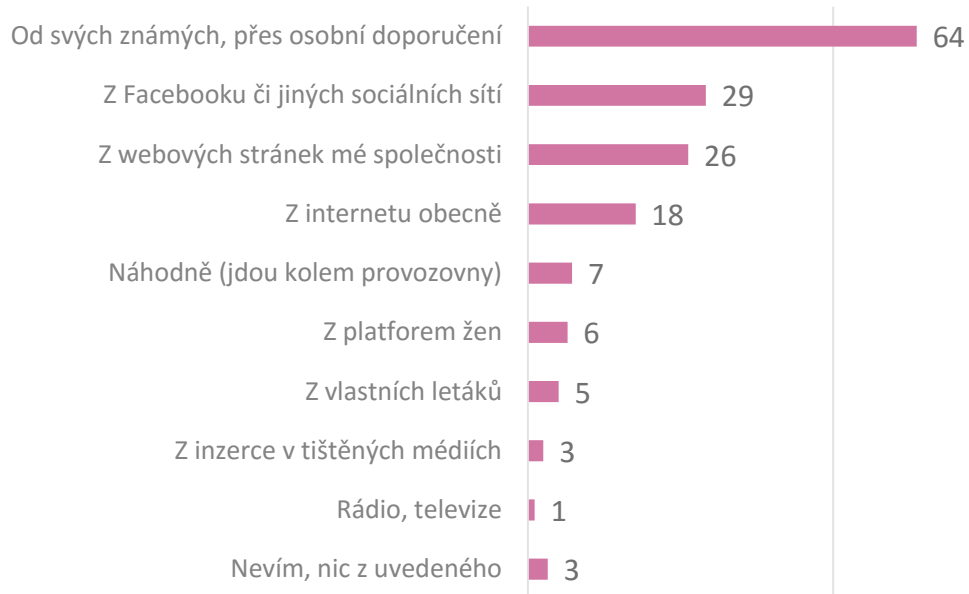


Reklama a propagace

Výrazně nejčastějším způsobem, jak se zákazníci dozvídají o ženách podnikatelkách, je osobní doporučení. Obvyklé jsou rovněž různé formy internetové reklamy.

Odkud se o podnikatelkách zákazníci dozvídají?

v %



Komentář AMSP ČR:
Ženy sází na doporučení, osobní kontakty a dobrou pověst. Velmi zajímavé je i to, že internetové nástroje a sociální sítě jsou automatickým nástrojem komunikace. Je zřejmé, že tradiční formy reklamy a využívání médií jsou pro ně nákladné a tím i neefektivní způsob prezentace.

Q27. Odkud se o Vás Vaši klienti/zákazníci nejčastěji dozvídají? Vyberte prosím nejvíce 2 možnosti.

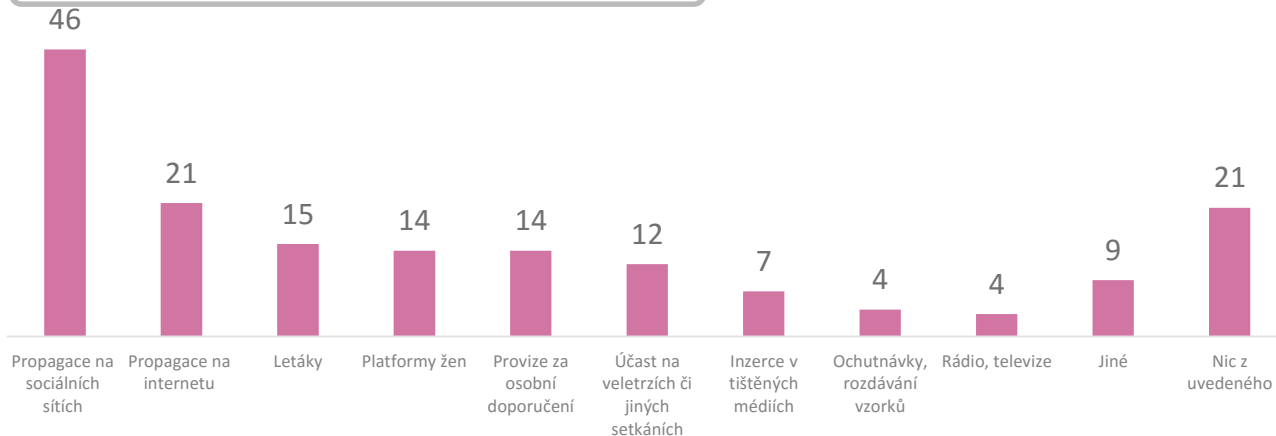
Báze: Podnikatelky n=278

Internetová reklama je nejčastější formou reklamy, kterou podnikatelky využívají. Očekávání ale nejlépe splňují provize za doporučení a účast na veletrzích a jiných setkáních.

Jaké formy reklamy podnikatelky využívají?

v %

Spokojenost s touto formou reklamy (T2B)



Q28. Jakou formu reklamy aktuálně využíváte (v posledním roce)? **Q30.** Do jaké míry tato forma reklamy splnila Vaše očekávání?

Báze: Podnikatelky n=278, Top2Boxy (Zcela splnila očekávání + Spíše splnila očekávání) zobrazeny pouze u forem kde je báze vyšší než n=30

Nejvyšší investice podnikatelky vkládají do propagace na internetu, provizí a účasti na veletrzích. Podstatná část podnikatelek však využívá dané formy propagace bez finančních nákladů, zejména v případě platforem žen.

Náklady na různé formy reklamy (za poslední rok)

	% podnikatelek, které do dané formy reklamy vložily pouze vlastní práci a žádné peníze*	Průměrné náklady na danou formu reklamy
Propagace na sociálních sítích	37	3 476 Kč
Propagace na internetu	25	7 064 Kč
Letáky	20	3 987 Kč
Platformy žen (Mimibazar.cz, Ženy s.r.o. atd.)	50	1 264 Kč
Provize za osobní doporučení	32	6 639 Kč
Účast na veletrzích a jiných setkáních	28	5 597 Kč

Podnikatelky, které využívají alespoň jednu z forem reklamy, **ročně celkově investují do propagace** v průměru **9 486 Kč****.

Q29. Kolik peněz jste za poslední rok vložila do reklamy **KONKRÉTNÍ FORMA REKLAMY?**

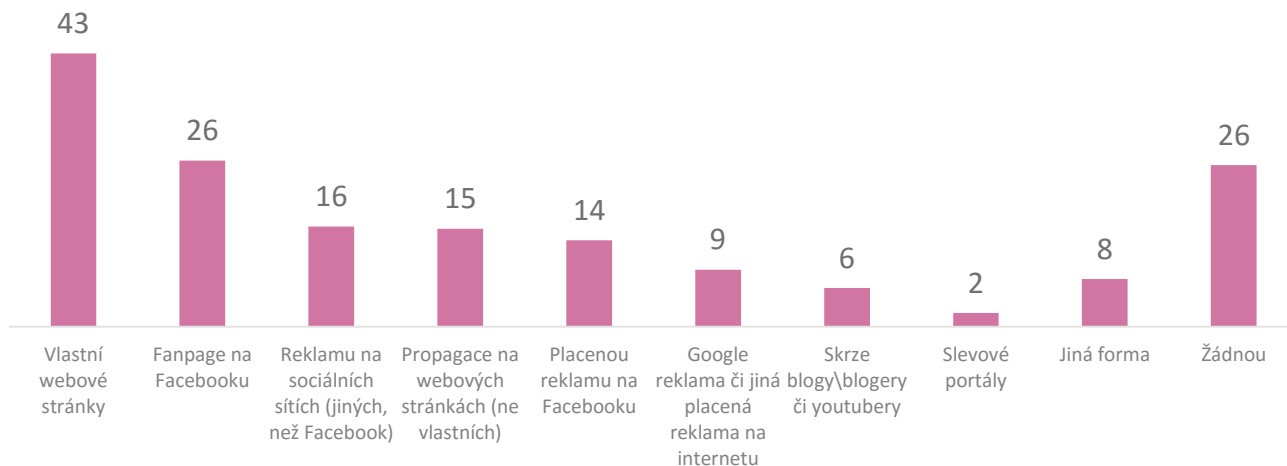
Báze: Podnikatelky, které využívají nejméně jednu z forem reklamy n=217, zobrazeny pouze kategorie, kde je báze vyšší než n=30

*z těch, kdo danou formu reklamy využívají, **za všechny formy reklamy, které daná podnikatelka využívá

Vlastní webové stránky a propagace na sociálních sítích jsou nejčastější formou internetové reklamy, kterou podnikatelky využívají. Pouze 1/4 podnikatelek nevyužívá reklamu na internetu vůbec.

Jaké formy internetové reklamy podnikatelky využívají?

v %



Q31. Jakou formu internetové propagace/reklamy aktuálně využíváte (v posledním roce)?

Báze: Podnikatelky n=278



Funkce žen podnikatelek Daňové přiznání

Ženy v rámci svého podnikání zastávají množství funkcí, kromě manažerských se často věnují obsluze zákazníků nebo nákupům.

Jaké všechny funkce ženy plní v rámci svého podnikání?

v %



Komentář AMSP ČR:
Firemní pozice do určité míry odpovídají tomu, že dotazované ženy jsou zakladatelky nebo majitelky a logicky musí tedy firmu řídit. K tomu si nabírají nezbytné činnosti ve smyslu komunikace se zákazníky a kontroly nad financemi. Je zcela obvyklé, že v malých firmách musí majitelé plnit několik funkcí a klíčové činnosti příliš nedelegují.

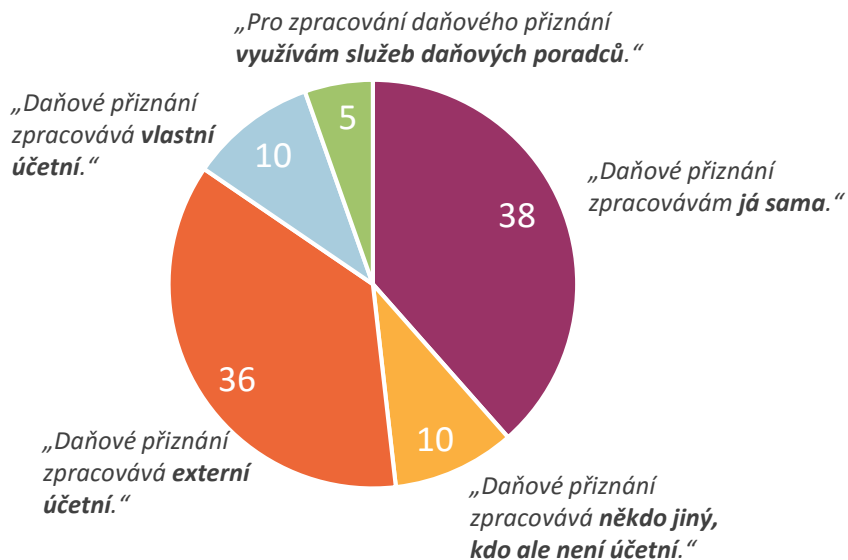
Q32. Jaké všechny role plníte v rámci svého podnikání?

Báze: Podnikatelky n=278

Podnikatelky si daňové přiznání nejčastěji zpracovávají samy, nebo využívají služeb externí účetní.

Zpracování daňového přiznání

v %



Komentář AMSP ČR:

To, že téměř 40 % podnikatelek si zpracovává daňové přiznání sama, značí o jejich dobré vybavenosti a solidním ekonomickém přehledu o svých aktivitách. Nepochybně to bude i v důsledku finančních úspor, ale je to poměrně překvapivé zjištění.

Q33. Který z následujících výroků nejlépe odpovídá tomu, jak řešíte daně?

Báze: Podnikatelky n=278

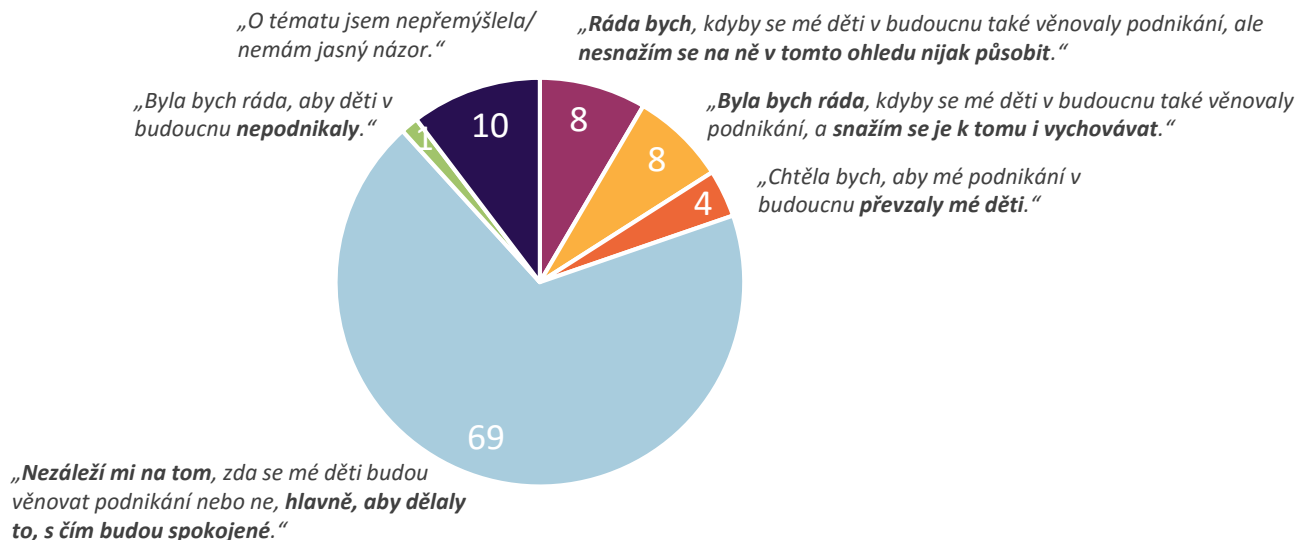


Podnikání a rodina

Nejčastějším postojem podnikatelek je, že jejich děti si mají samy vybrat, zda se budou věnovat podnikání nebo něčemu jinému.

Děti a podnikání

v %



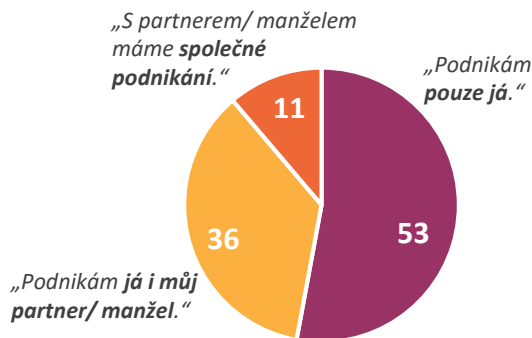
Q34. Který z následujících výroků nejlépe odpovídá vaší situaci?

Báze: Podnikatelky, pro něž je otázka relevantní (vyloučeny ty, které nemají děti nebo mají již odrostlé děti) n=213

Přibližně v polovině případů podniká pouze žena, v druhé polovině případů podnikají oba partneři. Ženy nejčastěji udávají, že je partner v podnikání podporuje.

Partner a podnikání
v %

Situace v rodině



47 % podnikatelek udává, že je **partner/manžel v podnikání aktivně podporuje.**

25 % podnikatelek udává, že jejich partner/manžel **vnímá podnikání jako jakoukoli jinou činnost.**

15 % podnikatelek udává, že je partner/manžel **podporuje pouze psychicky.**

10 % podnikatelek udává, že jejich partner/manžel by byl **raději, kdyby se věnovaly jiné činnosti.**

1 % podnikatelek udává, že se je partner/manžel **snaží od podnikání aktivně odradit.**

Q35. Jaká je situace ve vaší rodině? Q36. Jak Váš partner vnímá fakt, že jste žena-podnikatelka?

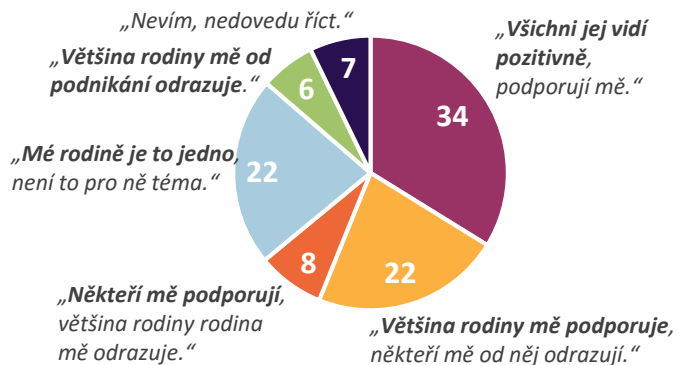
Báze: Podnikatelky, které mají partnera n=223

Většinu podnikatelek rodina v podnikání podporuje, nebo to pro ně není téma. Tyto postoje se ve většině případů v čase nemění.

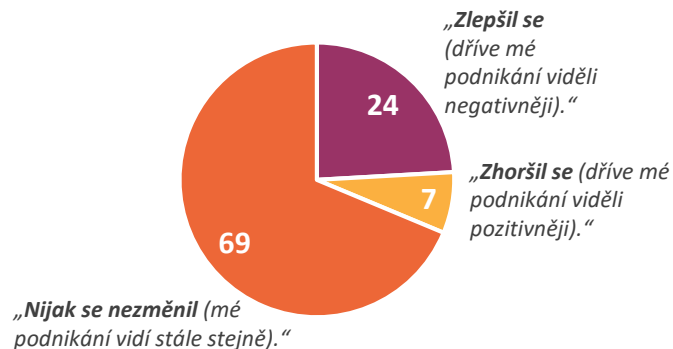
Postoje rodiny

v %

Názor rodiny na podnikání



Názor rodiny na podnikání

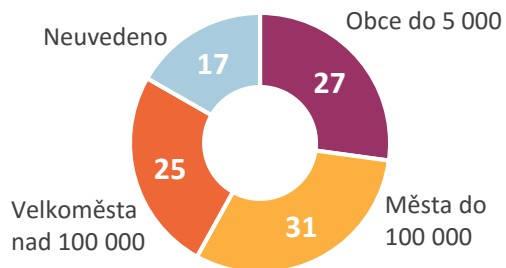


Q37. A jak se na vaše podnikání dívá vaše rodina? Vyberte výrok, který nejlépe odpovídá vaší situaci. Q37B. Změnil se nějak vztah rodiny k vašemu podnikání v čase?
 Báze: Podnikatelky n=278

Struktura vzorku

v %

Velikost místa bydliště



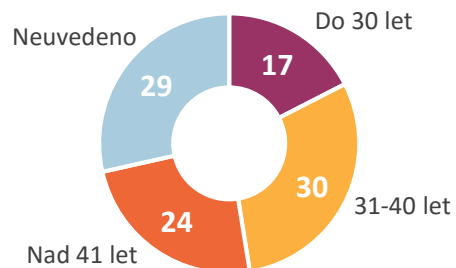
Působišť (Region)



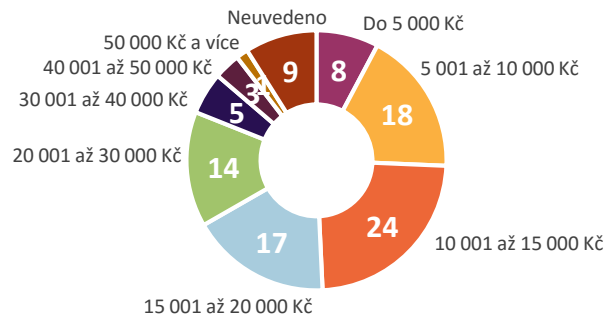
Hlavní zdroj příjmu

Vlastní podnikání (firma, živnost)	35
Zaměstnanecký poměr	29
Mateřský/rodičovský příspěvek	21
Dohoda o provedení práce, dohoda o pracovní činnosti	8
Jiný	7

Věk



Čistý měsíční příjem



Báze: Všechny respondentky n=670