

Mladá veda

Young Science



Špeciálne vydanie

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

Číslo 4, ročník 11., špeciálne číslo vydané v decembri 2023

ISSN 1339-3189, EV 167/23/EPP

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Tržnica. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišín, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoje, Univerzita Karlova, Praha)

Mgr. Jakub Köry, PhD. (School of Mathematics & Statistics, University of Glasgow, Glasgow)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, Ph.D. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

Mgr. Michal Garaj, PhD. (Katedra politických vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda, Trnava)

REDAKCIA

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

Mgr. Martin Hajduk, PhD. (Banícke múzeum, Rožňava)

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

RNDr. Richard Nikischer, Ph.D. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEL

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

Predslov k špeciálnemu číslu

Špeciálne číslo časopisu Mladá veda prezentuje vybrané výsledky výskumu, ktorý realizoval tím odborníkov z Ekonomickej fakulty UMB v Banskej Bystrici v rámci projektu VEGA 1/0366/21 "Závislé podnikanie na Slovensku - reflexia, meranie a perspektívy".

Projekt sa venoval analýze ekonomických a mimoekonomických (právných, sociologických a etických) aspektov závislého podnikania, identifikácii kľúčových kritérií pre vymedzenie tohto typu podnikania a spracovaniu metodiky merania a evidencie závislého podnikania na Slovensku. Hlavným cieľom projektu bolo na základe analýzy determinantov podnikania identifikovať skupinu ekonomicky závislých podnikateľov na Slovensku, navrhnúť kritériá, na základe ktorých bude možné identifikovať (a následne evidovať) ekonomicky závislých podnikateľov a vymedziť oblasti, v rámci ktorých je potrebná zmena legislatívy za účelom sociálnej ochrany a zlepšenia postavenia ekonomicky závislých podnikateľov na Slovensku.

Jedným z parciálnych cieľov projektu bolo uskutočniť primárny výskum zameraný na zistenie rozsahu závislého podnikania na Slovensku, faktorov ovplyvňujúcich rozhodnutie jednotlivcov uskutočňovať závislé podnikanie, bariér závislého podnikania, postojov samotných podnikateľov k ich statusu, ako aj dopadov ekonomických výkyvov/kríz na takýto druh podnikania.

Zaradené výstupy ponúkajú analýzu teoretických východísk problematiky závislého podnikania domácich a zahraničných expertov, komparáciu kvantitatívnych (najmä spôsob merania, evidencia a štatistické vykazovanie) a kvalitatívnych aspektov (najmä spoločenský status, daňové a odvodové zaťaženie, sociálna ochrana) závislého podnikania vo vybraných štátoch Európskej únie a zároveň prinášajú spracované a interpretované vybrané výsledky uskutočneného originálneho empirického prieskumu v prostredí slovenských podnikateľov.

Riešiteľský projektový tím

MOTIVAČNÉ FAKTORY K PODNIKANIU A RODOVÉ ROZDIELY – PREHĽADOVÁ ŠTÚDIA

MOTIVATIONAL FACTORS FOR ENTREPRENEURSHIP AND GENDER
DIFFERENCES - REVIEW STUDY

Barbora Mazúrová¹

Autorka pôsobí na Katedre ekonómie Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, v súčasnosti ako vedúca katedry. Vo svojej vedeckovýskumnej činnosti sa venuje problematike trhu práce, konkrétne dochádzaniu do a zo zamestnania. V rámci projektu VEGA 1/0366/21 Závislé podnikanie na Slovensku – reflexia, meranie a perspektívy sa venuje aj otázke motivácie k podnikaniu.

The author works at the Department of Economics, Faculty of Economics, Matej Bel University in Banská Bystrica, currently as the head of the department. In her scientific and research activities she deals with the labour market issues, namely commuting to and from work. Within the project VEGA 1/0366/21 Dependent Entrepreneurship in Slovakia - Reflection, Measurement and Perspectives, she also deals with the issue of motivation to entrepreneurship.

Abstract

Motivation is a key driver of success in the business environment, so it is important to understand how different factors can influence the decisions and behaviour of entrepreneurs. This paper examines the significant differences in motivational factors for entering entrepreneurship between men and women. Based on a review analysis of existing research and studies, the paper identifies and explains the differences in motivational factors between the two genders. The results show that men and women have different motivations in deciding to become entrepreneurs. Men are often more driven by financial benefits and the competitive environment, while women are more motivated by the opportunity for personal development, work-family balance, and potential contribution to society. The aim of this paper is to provide a deeper insight into the relationship between gender and entrepreneurial motivation, which could be beneficial not only for policy and business communities aiming to promote gender equality and inclusiveness in the world of entrepreneurship, but also as a starting point for exploring the motives for entrepreneurship of men and women in Slovakia.

Key words: entrepreneurship, motivational factors, gender differences, “push” factors, “pull” factors

¹ Adresa pracoviska: Ing. Barbora Mazúrová, PhD., Katedra ekonómie, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica
E-mail: barbora.mazurova@umb.sk

Abstrakt

Motivácia je kľúčovým hnacím motorom úspechu v podnikateľskom prostredí, a preto je dôležité porozumieť ako môžu rôzne faktory ovplyvniť rozhodnutia a správanie podnikateľov. Tento príspevok sa zaoberá významnými rozdielmi v motivačných faktoroch pre vstup do podnikania medzi mužmi a ženami. Na základe prehľadovej analýzy existujúcich výskumov a štúdií v príspevku identifikujeme a vysvetľujeme rozdiely v motivačných faktoroch medzi oboma pohlaviami. Výsledky ukazujú, že muži a ženy majú rôzne motivácie pri rozhodovaní sa stať sa podnikateľmi. Muži sa často viac riadia finančnými benefitmi a konkurenčným prostredím, zatiaľ čo ženy viac motivuje možnosť osobného rozvoja, rovnováha medzi prácou a rodinou a potenciálny prínos pre spoločnosť. Cieľom tohto príspevku je poskytnúť hlbší pohľad na vzťah medzi pohlavím a motiváciou k podnikaniu, čo by mohlo byť prínosné nie len pre politiky a podnikateľské komunity zamerané na podporu rodovej rovnosti a inkluzivity vo svete podnikania, ale aj ako východiskový bod pre skúmanie motívov k podnikaniu mužov a žien na Slovensku.

Kľúčové slová: podnikanie, motivačné faktory, rodové rozdiely, „push“ faktory, „pull“ faktory

Úvod

Pojem „podnikateľ“ sa používa ako akási všeobecná charakteristika pre každého jednotlivca, ktorý zakladá, vedie (a prípadne, ale nie nevyhnutne, zveľaduje) nový podnikateľský zámer (Taylor a Walley, 2004, s. 60). Niektorí autori (napr. Johnson a kol., 2003) rozširujú tento koncept aj o tých, ktorí podnik odkúpili, príp. zdedili. Ak chceme mapovať výskum v malých podnikoch, tak východiskovým bodom by podľa Blackburna a Smallbona (2008) mal byť práve výskum motivácie k podnikaniu. Motiváciu podnikateľov formujú nie len sociálne, ekonomické a psychologické faktory, ale aj vplyv kultúrnych a spoločenských normatívov, ktoré ovplyvňujú jednotlivcov pri rozhodovaní o vlastnom podnikaní. Duchéneaut a Orhan (2000) popisujú rozhodnutie pokračovať v podnikateľskom zámere ako dlhú cestu „podnikateľského prebudenia“, ktoré je výsledkom nie len sociálnych a kultúrnych, ale aj vzdelávacích vplyvov.

Motivácia k podnikaniu a jej vzťah k pohlaviu je dôležitou témou v oblasti podnikateľského výskumu. V príspevku sa zameriavame na analýzu existujúcich štúdií a výskumov, ktoré sa venovali tejto problematike, s cieľom lepšie pochopiť motivačné faktory a rodové rozdiely v motivácii k podnikaniu. Z mnohých štúdií a výskumov je zrejmé, že existujú rozdiely v motivačných faktoroch medzi mužmi a ženami v kontexte podnikania. Napríklad, výskum publikovaný v článku „Gender Differences in Entrepreneurial Motivation“ (Šahin, 2018) ukázal, že muži často prejavujú väčšiu motiváciu na dosiahnutie finančných cieľov, zatiaľ čo ženy majú tendenciu klásť väčší dôraz na osobný rast a rodinné ciele. Podobné výsledky potvrdil aj výskum v článku „Gender Differences in Entrepreneurial Motivation: A Sociocognitive Approach“ (Verheul, 2005).

Ďalším dôležitým faktorom ovplyvňujúcim motiváciu mužov a žien k podnikaniu je prístup k finančným zdrojom, mentorskému vedeniu a podpore. Článok „Gender and Access to Finance: Do Female Entrepreneurs Face Discrimination?“ (Coleman, 2019) ukazuje, že ženy môžu mať ťažší prístup k finančným prostriedkom a môžu byť diskriminované voči mužským podnikateľom. Naopak, článok „Gender and Entrepreneurial Self-Efficacy: A Multinational

Study“ (Wilson, 2007) zistil, že ženy môžu mať vyššiu sebapresvedčivosť v podnikaní, čo môže pozitívne ovplyvniť ich motiváciu.

Výskumy ukazujú, že aj rodová diverzita vo firmách môže mať vplyv na motiváciu mužov a žien k podnikaniu. Článok „The Effects of Gender Diversity on Group Performance in a Business Simulation“ (Smith, 2014) naznačuje, že firmy, ktoré sú viac rodovo diverzifikované vo vedení, môžu podporovať ženy vo väčšej miere k podnikaniu. Táto podpora môže ovplyvniť motiváciu žien a viesť ich k podnikateľským iniciatívam.

Motiváciu mužov a žien môže ovplyvniť aj miera úspechu, resp. neúspechu a prekážky v podnikaní. Výskum v článku „Gender Differences in Entrepreneurial Success: Communication and Risk-Taking“ (Diaz-Garcia, 2012) dokazuje, že muži a ženy môžu mať rôzne skúsenosti s úspechom v podnikaní a neúspech môžu tiež zvládať rôznymi spôsobmi, čo môže ovplyvniť ich motiváciu a odvahu pokračovať v podnikaní.

Teória „push/pull“ motivačných faktorov

Za kľúčovú teóriu o podnikateľskej motivácii považujú niektorí autori (Moore a Buttner, 1997; Duchéneau a Orhan, 2000; Orhan a Scott, 2001) tzv. teóriu „push/pull“ faktorov. Túto teóriu je možné využiť aj pri zdôraznení rodovej perspektívy podnikateľskej motivácie. Kým „push“ faktory sú tie, ktoré vedú ľudí k podnikaniu, „pull“ faktory sú prvky, ktoré podnecujú ľudí k podnikaniu. Zvyčajne je motivácia jednotlivcov začať podnikat kombináciou „push“ a „pull“ faktorov (Humbert a Drew, 2010).

Štúdie ukazujú, že nezamestnanosť a nedostatok pracovných príležitostí môžu byť silným „push“ faktorom pre oba pohlavia. Muži aj ženy môžu byť motivovaní začať podnikat a tým reagovať na nedostatok tradičných zamestnaní (Aldrich a Cliff, 2003). Ďalším dôležitým „push“ faktorom môžu byť finančné ťažkosti. Ženy a muži môžu byť motivovaní začať podnikat, aby zabezpečili dodatočný príjem pre svoju rodinu alebo vyriešili svoje vlastné finančné ťažkosti (Carter a kol., 2003). Jedným z významných „push“ faktorov je aj spokojnosť, resp. nespokojnosť so zamestnaním (Laspita a kol., 2012). Jednotlivci môžu byť motivovaní k podnikaniu, ak nie sú spokojní so svojim súčasným zamestnaním alebo kariérou. Medzi „pull“ faktory patrí očakávanie finančných odmien a úspechu. Tento „pull“ faktor môže byť silný, keď muži a ženy vidia príležitosť dosiahnuť zisk a rast v určitom odvetví (Verheul a kol., 2002). Ďalším častým „pull“ faktorom je možnosť osobného rozvoja a sebarealizácie. Rozvoj vlastného podnikania môže byť cestou k uskutočneniu vlastných cieľov a ambícií (Marlow a McAdam, 2013). Štúdie tiež ukazujú, že vplyv rodinného podnikania môže byť významným „pull“ faktorom. Ženy, ktoré vyrastali v rodinách s podnikateľskou tradíciou, majú tendenciu byť viac motivované začať vlastné podnikanie (Chell, 2007).

Väčšina odborníkov zaoberajúcich sa motiváciou žien – podnikateliek považuje za kľúčové motivačné faktory túžbu po samostatnosti a nezávislosti ako aj túžbu po osobnom uspokojení a úspechu (Goffee a Scase, 1985; Marlow, 1997; Moore a Buttner, 1997; Duchéneau a Orhan, 2000). Niektoré z týchto kľúčových motivačných faktorov žien uvádzame v tabuľke 1.

„Pull“ faktory	„Push“ faktory
autonómia a nezávislosť	nespokojnosť na trhu práce
osobná spokojnosť a úspech	potreba vyššieho príjmu
sen o podnikaní	prepúšťanie
medzera na trhu	nezamestnanosť
hľadanie výzvy	posledná možnosť
odmietanie stereotypných ženských identít	

Tabuľka 1 – Motivačné faktory žien - podnikateliek

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa Humbert a Drew (2010, s. 178)

Nespokojnosť na trhu práce sa vyskytuje častejšia u žien, pravdepodobne v dôsledku okolností špecifických pre ženy, ako je napr. dosiahnutie "skleneného stropu" (Moore a Buttner, 1997; Mattis, 2004), prevaha „old boys“ sietí (Sia Group, 2001; McClelland, 2003) a rozšírené používanie tzv. transakčných štýlov vedenia (Orhan a Scott, 2001). Ženy majú tiež potrebu väčšej flexibility vyplývajúcej zo skutočnosti, že spoločnosť im pripisuje úlohu primárnej starostlivosti o deti alebo seniorov a chorých členov rodiny. V dôsledku toho sa viac žien ako mužov usiluje o efektívnejšiu rovnováhu medzi svojím osobným a pracovným životom (Marlow, 1997; Orhan a Scott, 2001; Belle a La Valle, 2003; Greer a Greene, 2003).

Motivačné faktory žien sa v menšej miere líšia od motivačných faktorov mužov aj v súvislosti s dvoma ďalšími „push“ faktormi. Viac žien ako mužov sa rozhodne opustiť zamestnanie po narodení dieťaťa a niektoré z nich sa už na trh práce nevrátia. Práve ťažkosti spojené s návratom na trh práce po materskej a rodičovskej dovolenke môžu pôsobiť ako pozitívny motivačný faktor pre ženy, aby začali s podnikaním (Sarri a Trihopoulou, 2004). Keďže väčšina žien je finančne závislých od svojho manžela/partnera, podnikanie môže byť aj jedno z posledných riešení po smrti manžela/partnera alebo po rozvode/rozchode (Campbell, 1994).

Výskumom motivačných faktorov mužov a žien sa odborníci tiež snažili zistiť, či sa prevaha „push“ alebo „pull“ faktorov líši v závislosti od pohlavia, čo sa často spája s tvrdením, že u žien prevládajú „push“ faktory. Za týmto tvrdením stojí predpoklad, že ženy budú neprimerane viac motivované „push“ faktormi z dôvodu ich slabšieho postavenia na trhu práce (Hughes, 2003) alebo v spoločnosti všeobecne. Hoci niektoré štúdie naznačujú, že v motívoch žien vo väčšej miere ako u mužov zrejme prevládajú „push“ faktory (Kjeldsen a Nielsen, 2000, s. 12), neexistuje v tomto smere zhoda a iní autori nenašli dôkazy, že by „push“ faktory prevládali nad „pull“ faktormi (Orhan a Scott, 2001; Sarri a Trihopoulou, 2004).

Záver

Záver z existujúcich štúdií a výskumov naznačujú, že „push/pull“ faktory ovplyvňujú motiváciu mužov a žien začať podnikat' a že existujú rodové rozdiely v motivácii k podnikaniu. Tieto rozdiely môžu byť ovplyvnené kultúrou, spoločenskými očakávaniami, rodovými stereotypmi, ale aj individuálnymi skúsenosťami. Porozumenie týchto rozdielov je dôležité pre podporu rodovej rovnosti v podnikaní a pre zvýšenie motivácie oboch pohlaví k podnikaniu. Budúcnosť výskumu by sa mala zamerať na hlbšie pochopenie týchto rozdielov a na vývoj opatrení na ich vyrovnávanie.

Cieľom tohto príspevku bolo poskytnúť hlbší pohľad na vzťah medzi pohlavím a motiváciou k podnikaniu ako východiskový bod pre ďalšie skúmanie motívov k podnikaniu mužov a žien na Slovensku. Budúci výskum sa môže orientovať na tieto oblasti skúmania motívov k podnikaniu mužov a žien na Slovensku:

- Motivácia a ciele - skúmanie rozdielov v motivačných faktoroch medzi mužmi a ženami pri rozhodovaní sa pre podnikanie. Je potrebné analyzovať, či muži a ženy zdôrazňujú rôzne aspekty, ako napríklad finančné odmeny, osobný rast, rodinné ciele atď.
- Rodové stereotypy a sociálne očakávania - do akej miery rodové stereotypy a spoločenské očakávania ovplyvňujú rozhodnutie mužov a žien podnikat'?
- Prístup k zdrojom a podpore - majú muži a ženy rovnaký prístup k finančným prostriedkom, mentorskému vedeniu a iným zdrojom podpory pre podnikanie? Aké prekážky bránia jednému pohlaviu pri vstupe do podnikania?
- Rodová diverzita vo firmách - analýza vplyvu rodovej diverzity vo firmách na motiváciu mužov a žien k podnikaniu. Môžu rôzne skúsenosti a postavenie v rámci organizácie ovplyvniť podnikateľskú motiváciu?
- Úspech a prekážky - čo vedie k úspechu a neúspechu mužov a žien v podnikaní? Existujú rozdiely v spôsobe, akým sa k neúspechu v podnikaní stavia muž/žena?
- Vzory podnikateľskej aktivity - aké odvetvia alebo sektory sú viac atraktívne pre mužov/ženy? Existujú tendencie, ktoré sa týkajú určitých odvetví alebo podnikateľských modelov?
- Rodová rovnosť vo vedení a podnikateľskej komunite - existuje vplyv rodovej rovnosti vo vedení a v podnikateľskej komunite na motiváciu podnikateľov oboch pohlaví? Môže to ovplyvniť postavenie a motiváciu mužov a žien v podnikaní?

Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda:

Ing. Ján Kollár, PhD.

Príspevok je výstupom projektu VEGA č. 1/0366/21 s názvom Závislé podnikanie na Slovensku – reflexia, meranie a perspektívy.

Použitá literatúra

1. ALDRICH, H. E. a CLIFF, J. E. 2003. The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. In: *Journal of Business Venturing*. Roč. 18 č. 5. s- 573-596.
2. BELLE, A. a LA VALLE, I. 2003. *Combining Self-employment and Family Life*, Policy Press and Joseph Rowntree Foundation, Cambridge.
3. BLACKBURN, R. A. a SMALLBONE, D. 2008. Researching small firms and entrepreneurship in the UK: developments and distinctiveness. In: *Entrepreneurship Theory & Practice*. Roč. 32 č. 2, s. 267-88.
4. CAMPBELL, V. 1994. *Female Entrepreneurship: Is It a Liberating Experience?*, Trinity College, Centre for Gender and Women Studies, Dublin.
5. CARTER, N. M., GARTNER, W. B., SHAVER, K. G., GATEWOOD, E. J. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. In: *Journal of Business Venturing*. Roč. 18 č. 1, s. 13-39.

6. COLEMAN, S. 2019. Gender and access to finance: Do female entrepreneurs face discrimination? In: *Entrepreneurship Theory and Practice*. Roč. 43 č. 1, s. 127-147.
7. DIAZ-GARCIA, C. 2012. Gender differences in entrepreneurial success: Communication and risk-taking. In: *International Entrepreneurship and Management Journal*. Roč. 8 č. 4, s. 435-453.
8. DUCHÉNEAUT, B. a ORHAN, M. 2000. *Les Femmes Entrepreneurs en France, Perce´e des Femmes dans un Monde Construit au Masculin*, Seli Arslan, Paris.
9. GOFFEE, R. a SCASE, R. 1985. *Women in Charge: The Experiences of Female Entrepreneurs*, George Allen & Unwin, London.
10. GREER, M. J. a GREENE, P. G. 2003. Feminist theory and the study of entrepreneurship. In Butler, J. E. (Ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs*, Information Age Publishing, Greenwich, CT.
11. HUGHES, K. D. 2003. Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership. In: *Gender Work and Organization*. Roč. 10 č. 4, s. 433-54.
12. HUMBERT, A. L. a DREW, E. 2010. Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context. In: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. Roč. 2 č. 2, s. 173-196.
13. CHELL, E. 2007. Social enterprise and entrepreneurship: Towards a convergent theory of the entrepreneurial process. In: *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. Roč. 25 č. 1, s. 5-26.
14. JOHNSON, D., NEWBY, R. a WATSON, J. 2003. Describing the entrepreneurs: How appropriate is the founder/non-founder dichotomy. Paper presented at the Small Enterprise Association of Australia and New Zealand to the 16th Annual Conference, Ballarat, 28 September-1 October.
15. KJELDTSEN, J. a NIELSEN, K. 2000. *The Circumstances of Women Entrepreneurs*, Danish Agency for Trade and Industry, Copenhagen.
16. LASPITA, S., BREUGST, N., HEBLICH, S., PATZELT, H. 2012. Intergene-rational transmission of entrepreneurial intentions. In: *Journal of Business Venturing*, Roč. 27, s. 414-435.
17. MARLOW, S. 1997. Self-employed women – new opportunities, old challenges? In: *Entrepreneurship & Regional Development*. Roč. 9 č. 3, s. 199-210.
18. MARLOW, S., MCADAM, M. 2013. Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. In: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Roč. 19 č. 1, s. 114-124.
19. MATTIS, M. C. 2004. Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling. In: *Women in Management Review*. Roč. 19 č. 3, s. 154-63.
20. MCCLELLAND, E. 2003. A cross border exploratory study of internationalising female entrepreneurs in Ireland. Paper presented at the Promoting Female Entrepreneurship Conference, Dundalk Institute of Technology, Dundalk.
21. MOORE, D. a BUTTNER, E. 1997. *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. Sage, London.
22. ORHAN, M. a SCOTT, D. 2001. Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. In: *Women in Management Review*. Roč. 16 č. 5, s. 232-43.
23. SARRI, K. a TRIHOPOULOU, A. 2004. Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. In: *Women in Management Review*. Roč. 20 č. 1, s. 24-36.
24. Sia Group 2001. *Policy and Planning on Developing Women in Enterprise*, Enterprise Ireland, Dublin.
25. SMITH, M. 2014. The effects of gender diversity on group performance in a business simulation. In: *Gender and Management: An International Journal*. Roč. 29 č. 4, s. 230-245.
26. ŠAHIN, A. 2018. Gender differences in entrepreneurial motivation. In: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. Roč. 10 č. 2, s. 205-219.
27. TAYLOR, D. W. a WALLEY, E. E. 2004. The green entrepreneur: opportunist, maverick or visionary? In: *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. Roč. 1 č. 1, s. 56-69.
28. VERHEUL, I. 2005. Gender differences in entrepreneurial motivation: A sociocognitive approach. In: *European Journal of Work and Organizational Psychology*. Roč. 14 č. 3, s. 269-291.
29. VERHEUL, I., WENNEKERS, S., AUDRETSCH, D. a THURIK, R. 2002. An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. In: *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*, s. 11-81.
30. WILSON, F. 2007. Gender and entrepreneurial self-efficacy: A multinational study. In: *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Roč.13 č. 3, s. 153-171.

Mladá veda

Young Science

ISSN 1339-3189