

Předmluva	5
Poděkování	11
Acknowledgement	12
Úvod	13
1. Společnost a rozdělení genderových rolí	20
1.1. Koncept genderu v sociologii	20
1.2. Socializace a sociální kontrola v procesu vymezování genderových rolí	21
1.2.1. Teorie socializace a utváření genderu	23
1.3. Základní sociální mechanismy a východiska utváření genderových vztahů	24
1.4. Závěr	27
2. Genderová struktura trhu práce	28
2.1. Teoretické přístupy k genderovým nerovnostem	28
2.2. Změny na trhu práce	31
2.3. Mezi transformací a genderovými stereotypy: české ženy na trhu práce	33
2.3.1. Situace žen na trhu práce – hlavní indikátory od 90. let do vstupu ČR do EU	35
2.3.2. Segregace českého trhu práce a mzdové nerovnosti podle genderu	36
2.4. Postoje českých žen a mužů k práci	38
2.5. Diskriminace žen v České republice: postoje, příčiny a formy	39
2.6. Institucionální rámec genderové struktury trhu práce	42
2.6.1. Vliv rodinné politiky na pozici žen v práci	42
2.6.2. Legislativa rovnosti žen a mužů v pracovních vztazích	45
2.7. Závěr	46
3. Životní strategie kombinace pracovního a rodinného života	47
3.1. Východiska a společenské souvislosti studia kombinace pracovního a rodinného života v ČR	47
3.2. Typické strategie kombinace práce a rodiny	49
3.3. Stereotypy a sociální politika jako začarovaný kruh	51
3.4. Strategie řešení kombinace pracovního a rodinného života jako diskriminačního faktoru	52
3.4.1. Podnikání jako strategie kombinace pracovního a soukromého života	54
3.5. Závěr	54
4. Životní strategie žen na řídicích pozicích	56
4.1. Klasické teorie organizací a managementu a gender	56
4.2. První přístupy ke studiu genderových vztahů v organizacích a managementu	58

4.3. Nové směry studia genderových vztahů v organizacích a managementu	59
4.4. Konceptuální východiska a výzkum životních strategií žen v managementu	61
4.4.1. Homosociální reprodukce	63
4.4.2. Skleněný strop	64
4.4.3. Tokenismus – ojedinělost žen v managementu a její důsledky	66
4.4.4. Neformálně významné sítě	67
4.5. Ženské strategie v rámci genderového režimu instituce	68
4.5.1. Partnerské strategie	71
4.6. Závěr	72
5. Společenské a teoretické souvislosti malého a středního podnikání	74
5.1. Malé a střední podnikání v transformaci české společnosti po roce 1989	74
5.2. Malé podnikání v sociologických teoriích	75
5.3. Gender a podnikání – teoretická a výzkumná východiska	77
5.4. Proč a jak zkoumat gender v podnikání v ČR	81
5.4.1. Muži a ženy v podnikání v České republice – pohled statistiky	82
5.5. Závěr	83
6. Životní strategie v podnikání	84
6.1. Metodologie kvalitativního výzkumu životních strategií podnikatelů a podnikatelek	84
6.1.1. Metoda vlastního výzkumu	86
6.2. Jak to začalo? ... Motivace vstupu do podnikání	88
6.2.1. Podnikatelky	90
6.2.2. Podnikatelé	95
6.2.3. Typologie motivací vstupu do podnikání žen a mužů	97
6.3. Kombinace práce a rodiny jako (součást) životní strategie	98
6.3.1. Podnikatelky	99
6.3.2. Podnikatelé	105
6.3.3. Typologie kombinace práce a rodiny podnikatelek a podnikatelů	110
6.4. Závěr	111
7. Genderové vztahy v řízení podnikání	113
7.1. Muž a žena – partneři v podnikání	114
7.1.1. Partneři v životě – partneři v podnikání	115
7.2. Ženy – partnerky v podnikání, muži partneři	120
7.3. Partneři v životě, partneři v podnikání – podnikající páry, rodinné firmy	121
7.3.1. Iveta a Bořek	123
7.3.2. Jana a Robert	124
7.3.3. Michaela a Alex	125
7.3.4. Zora a Aron	127
7.4. Závěr	129

Závěr	130
Příloha I. Tabulky: statistické údaje	135
Příloha II. Tabulky: Data z výběrových šetření	145
Příloha III. Schéma rozhovoru pro manažerky (2001–2002)	147
Příloha IV. Základní demografické charakteristiky souboru Manažerky (2001–2002)	150
Příloha V. Tematické okruhy pro rozhovor s podnikateli a podnikatelkami (2003–2005)	151
Příloha VI. Základní charakteristiky souboru podnikatelů a podnikatelek ..	152
Příloha VII. Seznam sociologických výzkumů	154
Literatura	155
Summary	163
O autorce	170