

**Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Analýza podpory podnikání s akcentem na start-upy

Bc. Petra Janků

**Diplomová práce
2020**

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Petra Janků**
Osobní číslo: **E18591**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Ekonomika a management podniku**
Název tématu: **Analýza podpory podnikání s akcentem na start-upy**
Zadávací katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem diplomové práce je charakterizovat současný trend rozvoje podnikání a start-upů, analyzovat metody podpor podnikání se zaměřením na start-upy v České republice, klasifikovat a identifikovat nejvhodnější formy podpor a zhodnotit současný stav.

Osnova:

- Vymezení základních pojmů z oblasti podnikání a start-upů.
- Charakteristika metod státních i nestátních podpor.
- Komparativní analýza existujících metod podpor.
- Zhodnocení současného stavu, návrhy a doporučení.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **cca 50 stran**

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BLANK, Steve. The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a Great Company. 1st ed. New York: K&S Ranch, 2012, 608 p. ISBN 978-0984999309.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. Praha: Grada, 2005. Expert. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

JEŽKOVÁ, Renáta a Jiří JEŽEK. Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora. Bratislava: Eurokódex, 2011. 248 s. ISBN 978-80-89447-47-3.

MAURYA, Ash. Lean podnikání: přejděte od plánu A k plánu, který funguje. Přeložil Lukáš DUŠEK. V Brně: BizBooks, 2016. 230 s. Lean. ISBN 978-80-265-0506-8.

PRIESTLEY, Daniel. Revoluce v podnikání: nebojte se zbohatnout na tom, co vás baví. Přeložil Daniel HELEKAL. Praha: Grada, 2015. 194 s. ISBN 978-80-247-5421-5.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Jana Moravcová, Ph.D.**

Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **2. září 2019**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. Romana Provozničková, Ph.D.
děkanka

doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 2. září 2019

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 31. 3. 2020

Bc. Petra Janků

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce, Ing. Janě Moravcové, Ph.D., za její odbornou pomoc a velice cenné rady, které mi pomohly při zpracování mé diplomové práce. Děkuji také účastníkům výzkumu, kteří si našli čas pro účast.

ANOTACE

Tato práce se zaměřuje na analýzu podpory podnikání se zaměřením se na start-upy v České republice. Práce charakterizuje současné podnikatelské prostředí a specifika start-upů. Provedená analýza klasifikuje jednotlivé formy podpory podnikání a identifikuje nejvhodnější formy, které jsou v současnosti pro začínající podniky k dispozici. Na základě zjištěných dat jsou zmíněna doporučení pro start-upy, které zvažují využití některé z podpor.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podpora podnikání, podnikatelské prostředí, start-up, investiční rozhodování.

TITLE

The Analysis of Promotion of Entrepreneurship with Focus on Start-ups

ANNOTATION

This work focuses on the analysis of promotion of entrepreneurship with focus on start-ups in the Czech Republic. The work characterizes the current business environment and specifics of start-ups. The analysis which is made is able to classify the forms of entrepreneurship promotion and identify the most suitable forms, which are currently available for start-ups. Based on ascertained data, there are also stated recommendations for start-ups which consider using some of the forms of entrepreneurship promotion.

KEYWORDS

Promotion of entrepreneurship, business environment, start-up, investment decisions.

OBSAH

ÚVOD.....	11
1 PODNIKÁNÍ A JEHO TERMINOLOGIE	13
1.1 PODNIKATEL.....	13
1.2 PODNIKÁNÍ	13
1.3 PODNIK	14
1.4 PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ.....	14
2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ STARTUPŮ.....	17
2.1 STARTUP	17
2.2 ŽIVOTNÍ CYKLUS START-UPŮ.....	20
2.3 NETWORKING.....	23
2.4 FINANCOVÁNÍ START-UPŮ.....	24
3 RIZIKOVÝ KAPITÁL	27
3.1 SEED CAPITAL	28
3.2 START-UP CAPITAL	29
3.3 DEVELOPMENT CAPITAL	29
4 ROZBOR METOD FINANČNÍ PODPORY START-UPŮ	31
4.1 FFF FINANCOVÁNÍ	31
4.2 VENTURE CAPITAL.....	32
4.3 BUSINESS ANGELS	33
4.4 PEER-TO-PEER PŮJČKY	34
4.5 BANKOVNÍ ÚVĚRY PRO ZAČÍNÁJÍCÍ PODNIKATELE	36
4.6 CROWDFUNDING.....	37
5 ROZBOR METOD NEFINANČNÍ PODPORY START-UPŮ.....	40
5.1 WEBOVÉ PORTÁLY PRO STARTUPY.....	40
5.2 SOUTĚŽE PRO STARTUPY.....	41
5.3 COWORKING.....	41
5.4 IMPACT HUB.....	42
5.5 INKUBÁTORY	44
5.6 AKCELERÁTORY.....	45
5.7 UNIVERZITY.....	46
6 ROZBOR METOD STÁTNÍ A EVROPSKÉ PODPORY	47
6.1 CZECHINVEST	48
6.2 MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR	52
6.3 TECHNOLOGICKÁ AGENTURA ČR	52
6.4 REGIONÁLNÍ PORADENSKÁ A INFORMAČNÍ CENTRA.....	53
6.5 FINANČNÍ PODPORA ZE STRANY EVROPSKÉ UNIE	54
7 ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	58
7.1 CHARAKTERISTIKA RESPONDENTŮ	59
7.2 HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH TYPŮ PODPOR	61
7.3 HODNOCENÍ PODPORY PODNIKÁNÍ V ČR VŮČI CELÉ EVROPĚ	68
8 KLASIFIKAČNÍ ANALÝZA.....	73
9 PŘÍPADOVÁ STUDIE	78
9.1 CHARAKTERISTIKA STARTUPŮ	78
9.2 VOLBA VHODNÉ VARIANTY	80
9.3 ZHODNOCENÍ PŘÍPADOVÉ STUDIE.....	83
10 ZHODNOCENÍ REALIZOVANÝCH ANALÝZ.....	85
ZÁVĚR.....	89

POUŽITÁ LITERATURA.....	91
INTERNETOVÉ ZDROJE.....	93
SEZNAM PŘÍLOH.....	99

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Otevírací doba Impact Hubů	43
Tab. 2: Rozložení vlastnictví startupů	60
Tab. 3: Popisné statistiky užítka z jednotlivých forem podpor podnikání	62
Tab. 4: Specifika jednotlivých forem podpory podnikání dle startupových podnikatelů	64
Tab. 5: Žebříček podpor podnikání dle startupových podnikatelů	66
Tab. 6: Názor respondentů na téma státní versus nestátní podpora.....	68
Tab. 7: Roztřídění podpor podnikání do 6 klastrů	75

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Proces transformace startupu ve firmu.....	22
Obr. 2: Údolí smrti	22
Obr. 3: Kritické networkingové fáze podniků	24
Obr. 4: Vývoj startupu a jeho CF	25
Obr. 5: Vstup pro zjištění přístupnosti finančních prostředků EU	55
Obr. 6: Životní fáze startupů.....	59
Obr. 7: Startupy z hlediska stáří podnikatelské myšlenky.....	59
Obr. 8: Krabicový graf znázorňující užitek startupů z jednotlivých forem podnikání.....	61
Obr. 9: Podpora podnikání dle užítka pro startupy	63
Obr. 10: Specifika jednotlivých forem podpory podnikání dle startupových podnikatelů	65
Obr. 11: Názor respondentů na komplexnost poskytované podpory (státní oproti soukromé)	69
Obr. 12: Názor respondentů na otázku, zda je podpora podnikání v ČR dostačující.....	70
Obr. 13: Názor respondentů na otázku, zda je podpora v ČR lepší, než v jiných evropských státech	70
Obr. 14: Názor respondentů na otázku, zda je EU významným subjektem v oblasti podnikatelské podpory.....	71
Obr. 15: Názor respondentů na tvrzení: „Kdybychom založili dva naprosto identické startupy - jeden v malém městě Šumperk, druhý v Praze, určitě by měl větší šanci na úspěch ten pražský.“	72
Obr. 16: Diagram shlukování podpor podnikání Wardovou metodou	74

SEZNAM ZKRATEK

1v1	Jeden versus jeden, tzn. setkání o dvou lidech
BA	Business Angel
CEO	Chief Executive Officer – výkonný (generální) ředitel
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.
ČR	Česká republika
ČSOB	Československá obchodní banka, a. s.
EET	Elektronická evidence tržeb
ESI	Evropské strukturální a inovační fondy
EU	Evropská unie
EVCA	Evropská asociace rizikového kapitálu
FFF	Family, friends, fools – financování podnikání přes rodinu, přátele a blázny
H0	Nulová hypotéza
H1	Alternativní hypotéza
JIC	Jihomoravské inovační centrum
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podnikání
NASA	National Aeronautics and Space Administration - Národní úřad pro letectví a kosmonautiku
NOZ	Nový občanský zákoník
OP PIK	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
P2P	Peer to peer
RPIC	Regionální poradenská a informační centra
SMS	Short Message Service - Služba krátkých textových zpráv
USD	United States dollar – Americký dolar
VC	Venture Capital

ÚVOD

Tato diplomová práce pojednává o různých formách podpory podnikání. Ačkoliv je dnes podpora podnikání doménou zejména typických malých a středních podniků, nelze upřít její význam specifické formě podnikání, kterou je podnikání jako startup. Startupy jsou atraktivnější než tradiční podniky zejména z důvodu jejich investičního potenciálu. Přináší spotřebitelům inovace, které většinou znamenají úsporu času či nákladů, zjednodušení různých činností či jinou přidanou hodnotu. Startupoví podnikatelé mohou díky inovativnímu nápadu těžit z rychlého růstu a tím lákat investory.

Právě využívání podpory podnikatelských aktivit umožňuje dosáhnout vytyčených cílů, které by bez externí pomoci nebyly dosažitelné. Setkávají se totiž se specifickými problémy, které lze v mnoha případech zmírnit anebo v lepším případě dokonce zcela odstranit prostřednictvím volby vhodného nástroje podpory podnikání. Nicméně ačkoliv je pojem startup již zažitý a v podnikatelském prostředí aktivně využíván, literatura se stále orientuje spíše na standardní malé a střední podniky. Zaměření se na startupy je právě navzdory tomuto hendikepu lákavým, poněvadž lze zanalyzovat a tedy přiblížit danou terminologii na modernější způsob podnikání.

Cílem práce je **charakterizovat současný trend rozvoje podnikání a startupů, analyzovat metody podpor podnikání se zaměřením na startupy v České republice, klasifikovat a identifikovat nejvhodnější formy podpor a zhodnotit současný stav.** Práce hodnotí jak nejznámější formy soukromé podpory podnikání, tak i státní formy vhodné pro podnikání typu startup.

Nejdříve dochází k definici základních pojmů, přičemž je důležitý zejména jejich výklad pro tuto práci. Jsou vymezeny nejen základní pojmy podnikání, ale je vymezen prostor také pro terminologii týkající se podnikání typu startup. Pro úvod čtenáře do problematiky podpory podnikání výklad navazuje tématem rizikového kapitálu, jenž je neodmyslitelně spjat se startupy více, než s jakýmkoliv jiným typem podnikání.

V návaznosti na danou problematiku dochází k seznámení se s různými formami finanční podpory podnikání, od čistě účelových typů po formy spíše okrajové. Následně se lze dočíst o základních variantách podpory podnikání v oblasti nefinanční, jako například v oblasti networkingu či mentoringu. Rozbor je zakončen základními metodami státní a evropské podpory.

Na základě provedeného šetření mezi startupovými podnikateli je proveden výzkum hodnotící aktuální situaci na trhu. Jsou stanoveny hypotézy, k jejichž ověření se daný výzkum jeví nezbytným. Dochází ke zhodnocení jednotlivých typů podpor podnikání a pohledu na situaci v České republice oproti celé Evropě. Výzkum slouží také jako vstup do dalších analýz, a to konkrétně do klasifikační a diskriminační analýzy. V rámci klasifikační analýzy lze vymezit nejvhodnější formy podpory podnikání pro různé situace, jež mohou nastat. Diskriminační analýza je využita pro případovou studii, v rámci níž dochází k vymezení dvou potenciálních startupů a nalezení optimálního řešení při výběru kombinace různých podpor podnikání. Na základě této studie je umožněno zhodnocení celkových výstupů. Veškeré provedené analýzy poskytují data pro závěrečné zhodnocení probírané problematiky.

1 PODNIKÁNÍ A JEHO TERMINOLOGIE

První kapitola této práce slouží pro ucelené vyjasnění nejdůležitějších pojmů, které budou čtenáře při studiu práce doprovázet. Je zapotřebí zmínit, že mnoho autorů definuje jednotlivé pojmy odlišným způsobem a není pro ně tedy jednoduché vytvořit naprosto jednoznačnou a ucelenou definici, což zdůrazňuje například kolektiv autorů Audretsch, Grilo a Thurik (2007). Z tohoto důvodu jsou některé pojmy vysvětleny z více úhlů pohledu a je pouze na čtenáři, který pohled pro něj bude nejsympatičtější.

1.1 Podnikatel

Nejzákladnějším pojmem vůbec je podnikatel, bez kterého by žádný z existujících podniků nemohl existovat. Zajímavou definici tohoto pojmu přinesl G. L. S. Shackle (anglický ekonom, jehož názory jsou uvedeny v publikaci autorů Earl a Littleboy (2014)), který uvedl podnikatele jako toho, kdo tvoří historii, kdo se řídí svým úsudkem a to nejen na základě skutečností, které jsou zřejmé, ale také na základě potenciálních možností a příležitostí, které musí posuzovat. Veber a Srpová (2012, str. 15) podnikatele definují jako osobu realizující podnikatelské aktivity včetně rizika ztráty, schopnou rozpoznávat příležitosti a využívat dostupné zdroje. Laicky řečeno je podnikatelem takový člověk, který zbystří v okamžiku, kdy zpozoruje jistý podnět přinášející příležitost, a začne přemýšlet o možnosti využití této příležitosti a její transformace do úspěšného byznysu.

Pokud bychom se zajímali o právní vymezení podnikatele, tak nový občanský zákoník ve svém § 420, odst. 1, charakterizuje podnikatele jako toho, kdo „*samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku*“. Tento zákoník také určuje, že podnikatelem je pouze taková osoba, která je zapsána v obchodním rejstříku nebo má k podnikání získané živnostenské oprávnění, případně oprávnění určené podle jiného zákona. (Zákon č. 89/2012 Sb.)

1.2 Podnikání

Podnikání může nabývat velkého množství úhlů pohledu. Hisrich (1996) tento pojem vysvětluje jako proces, při kterém dochází k vytváření něčeho jiného co má hodnotu, a to prostřednictvím vynakládání potřebného množství času a úsilí, aby získal výslednou odměnu – a to jak peněžní odměnu, i odměnu ve formě osobního uspokojení. Na podnikání lze nahlížet také pohledem amerického profesora I. M. Kiznera jako na nepřetržitý proces

objevování a využívání nových příležitostí, které vyplývají z nerovnováhy na trhu (Ježková a Ježek, 2011, str. 13 až 14). Veber a Srpová (2012, str. 14) sepsali základní rysy veškerých pojetí podnikání, kterými jsou:

- cílevědomá činnost;
- přístupy disponující kreativitou;
- realizace procesů;
- existující užitek z podnikání, určitá přidaná hodnota;
- existence podnikatelského rizika¹;
- cykličnost.

1.3 Podnik

Za podnik není považován pouze soubor veškerých hmotných součástí podnikání, ale většina autorů se shoduje na tom, že podnik je soubor taktéž nehmotných a osobních složek, které jsou k podnikání využívány a souvisí s ním. Podnik tedy není pouze budova a stroje, ale také práva, patenty, know-how a další objekty nehmotného charakteru. Obecně lze říci, že podnik je takový subjekt vykonávající hospodářskou činnost, při níž dochází k přeměně určitých vstupů na výstupy mající pro zákazníka hodnotu.

1.4 Podnikatelské prostředí

Prostředí, ve kterém podniky vykonávají svou činnost, je velice významným faktorem celkového rozvoje podnikání a rozvoje forem podnikání. Podnikatelské prostředí lze charakterizovat také jako „klíma pro podnikání“. Toto prostředí obklopuje celý podnik a může ho ovlivňovat směrem vzhůru, ale také ho může tlačit dolů. Za základní prvky tohoto okolí podniku lze považovat jednotlivé makroekonomické prvky a také finanční trh².

Pokud se zaměříme pouze na prostředí v ČR, pak je nutné říci, že se vyznačuje stále zesilujícím se konkurenčním bojem, kdy mají drobní podnikatelé mnohdy problém získat bankovní zdroje financování a mají tedy omezený přístup k peněžním prostředkům, které jsou zapotřebí pro rozvoj podnikání nebo vůbec pro jeho založení. Tento problém se projevuje zejména u podniků, které přichází s inovativními projekty a mají krátkou historii svého fungování.

¹ Podnikatelské riziko lze chápat jako souhrn veškerých rizik, která se podnikání týkají a která mají vliv na podnikatelské rozhodování. (Management Mania, 2015)

² Finanční trh zahrnuje veškeré finanční služby, jako komplexní služby bank (pasivní i aktivní), investiční služby (investování do různých druhů cenných papírů) a pojišťovnictví (přenášení rizika finančních škod). (Ministerstvo financí, 2019)

Pro podnikatelské prostředí nejen na našem území je typická neustále rostoucí nákladovost podnikání, což je způsobeno zejména růstem cen energií a zvyšující se inflací, což zvyšuje ceny vstupů do podnikatelských procesů. V mnoha médiích se v posledních měsících lze dozvědět, že největším úskalím podnikatelů je jejich daňové zatížení, což značně zpomaluje rozvoj českého podnikání. Tomu přispělo zejména zavedení EET³, od kterého bylo slibováno narovnání podnikatelského prostředí, ale podle již zřejmých skutečností tomu je právě naopak, kdy drobní podnikatelé ukončují své činnosti a velké korporace díky postupnému odpadávání těchto „výklenkářů“ získávají další a další zákazníky. Pokud bychom hodnotili daňový systém ČR komplexně, pak jeho jasnými charakteristickými rysy budou složitost, nepřehlednost a netransparentnost.

V oblasti legislativy je ve velké míře kritizována vláda ČR za to, že je neschopná prosadit a obhájit zájmy českých podnikatelů v institucích EU. S tím souvisí také nízká efektivnost při vymáhání práva a rostoucí stupeň byrokracie v českém legislativním prostředí, stejně tak jako výskyt byrokracie a existence nestabilní dolní komory parlamentu ČR (Poslanecké sněmovny) v čele s trestně stíhaným premiérem.

Veřejnost na podnikatele z velké části nahlíží přes imaginární brýle, které jí denně nasazují česká masmédiá profitující z existujících mediálních kauz. Dalším společenským faktorem podnikatelského prostředí jsou předsudky u žen – podnikatelek. Ještě v minulém desetiletí tohoto století byly předsudky skutečně zřetelné, ovšem v posledních letech jsou ženy stále úspěšnější. Příčinami tohoto trendu může být mnoho faktorů, ale za nejvýznamnější příčinu autorka diplomové práce považuje úmyslné protlačování žen na vyšší pozice (a také preference dodavatelů, jejichž majitelem je žena⁴), a to za účelem eliminace nařčení z diskriminace ženského pohlaví. Nelze ale také opomenout rostoucí snahu a píli žen, která jim pomáhá stát se úspěšnými podnikatelkami, převážně díky získané odvaze při měnícím se pohledu veřejnosti na svět (a snahu o nediskriminaci žen).

Posledním, velice významným prvkem podnikatelského prostředí, je administrativní zátěž podnikatelů. Dle přeměření administrativní zátěže podnikatelů od MPO (2017b) došlo od roku 2005 po rok 2016 ke snížení zátěže prostřednictvím administrativy o více, než 30 %. K tomu přispívá zejména rostoucí digitalizace. Stále ale v porovnání s jinými státy Evropské unie mají podnikatelé v ČR vyšší obtížnost administrativních úkonů, na což upozorňuje i Evropská komise, která nám v roce 2017 doporučila snížit tuto obtížnost (Zachová, 2017).

³ Elektronická evidence tržeb podle Zákona o evidenci tržeb, podepsaná prezidentem ČR dne 30. března 2016.

⁴ Není podloženo žádnými výzkumy, jedná se pouze o názor autorky této práce založený na vlastních zkušenostech a doslechu.

Pokud se vrátíme na začátek této podkapitoly, tak pozornější čtenář by mohl v poslední větě druhého odstavce vidět jasnou definici start-upu (více se čtenář dočte v kapitole 2). Jelikož podnik charakteristický inovativním projektem a krátkou historií existence má obtížný přístup k finančním prostředkům, mají pro něj velký význam různé druhy podpory podnikání, které mohou přinést jak finanční prostředky, tak i jiné – nefinanční – způsoby opory v podnikatelských obtížích. Existence různých forem podpory podnikání je pozitivním prvkem podnikatelského prostředí a tato diplomová práce se v dalších kapitolách zaměří právě na analýzu různých forem podpor v ČR.

Autorka diplomové práce se na podnikatelské prostředí v ČR dívá následovně:

- + výborná pozice z geografického hlediska v „srdci Evropy“;
- + minimální míra nezaměstnanosti;
- + levná pracovní síla, tj. nízké mzdové náklady;
- + zvyšující se množství vzdělaných obyvatel, tj. rostoucí kvalifikace zaměstnanců;
- + rostoucí zájem o podnikatelskou aktivitu;
- + rostoucí digitalizace státní sféry, postupné snižování míry byrokracie;
- + setrvávání v EU a možnost čerpání evropských nástrojů pro podporu podnikání;
- slabá podpora vědy a výzkumu;
- špatná dopravní infrastruktura a nedostatečná snaha o její zlepšení;
- neexistuje komplexní způsob podpory inovativních podniků typu start-up;
- závislost na dovozu;
- politická situace země obecně;
- stárnoucí populace a konzervativní přístup generace X k inovacím;
- růst zadluženosti státu – neudržitelné veřejné finance;
- existence dvojího zdanění;
- ovlivněná masmédiá (celosvětový problém).

Prostředí, které podniky obklopuje, se v posledních letech velmi rychle mění. Například Daniel Priestley vývoj přirovnává doslovně k revoluci v podnikání. Zmiňuje, že i venkovští farmáři mají v dnešní době k dispozici větší výpočetní výkon, než měla NASA při vypuštění Apolla 11, nebo že teenageři dnes mohou ze svého pokoje tvořit globální firmy za pomoci většího množství technologií, než jaké měla Coca-Cola v počátku jejího růstu na mezinárodní trhy (Priestley, 2015).

2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ STARTUPŮ

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, aktuálně se v podnikatelském prostředí schyluje k určité revoluci⁵. Pomalu, ale jistě, se (nejen) v oblasti podnikání mění vše, co jsme dosud považovali za naprostou samozřejmost a 100% cestu k úspěchu. Oproti době před 10 lety se dnes dá říci, že ať už si podnikatel usmyslí cokoliv, tak pro něj nic není nemožné. Díky Průmyslu 4.0, technologiím a digitalizaci může i malá firma dosáhnout gigantického vzrůstu za velmi krátkou dobu, může zasáhnout globální trhy a přicházet s inovacemi dříve, než velké společnosti.

Dá se říci, že jsme dokonce přímo uprostřed bouře poháněné vyspělými technologiemi a globální integrací, která nabírá na intenzitě. Jsou zasažena veškerá odvětví, některá více a některá zase méně. Přichází naprosto nové hrozby, technologické zvraty a rizika. Lídři trhu se snaží rozvíjet nové cesty, aby se s tím vyrovnali. Podle veškerých informací totiž dosavadní „nejlepší postupy“ vedou ke stále méně uspokojivým výsledkům. (Kotter, 2015, str. 49)

Mění se nejen přístup podnikatelů k výkonu své činnosti, ale mění se také samotná povaha jejich práce, způsoby trávení volného času, způsoby využívání peněžních prostředků, struktura bohatství, životní styl moderní populace a mnoho dalších souvisejících aspektů. Skutečně pomalu opouštíme veškeré zaryté přístupy vybudované za doby průmyslové revoluce a dostáváme se do doby podnikatelské, která je specifická rychlostí a plošností. Právě v této éře dochází k vzestupu významu pojmu start-up.

2.1 Startup

Vymezení start-upů (či bez pomlčky, tj. startupů) by se na první pohled mohlo zdát jednoduché, ale ve skutečnosti tomu tak není, protože existuje několik způsobů vnímání tohoto pojmu. Ačkoliv se nejedná o naprostou novinku (poprvé byl tento pojem použit americkým časopisem Forbes již v 70. letech minulého století (Wonder, 2015), ale hojně se začal užívat až v posledních letech), tak aktuálně neexistuje žádná ucelená definice. Různé vlivné osobnosti a známí podnikatelé pojmu start-up rozumí jinak, čímž vzniká nespočetné množství diametrálně odlišných definic.

⁵ Za revoluci můžeme považovat uskutečňování radikálních změn ve světě a bourání starých paradigmat, která jsou nahrazována novými přístupy a jsou doprovázena změnami v myšlení populace.

Pro počáteční představu o startupu pro čtenáře uvádí autorka diplomové práce šest různorodých názorů (Shontell, 2014):

„Startup je organizace vytvořená pro hledání opakovatelného a škálovatelného obchodního modelu.“ – Steve Blank, profesor na Stanfordu;

„Startup je společnost, která se snaží vyřešit nějaký problém, jehož řešení není zřejmé a úspěch není garantován.“ – Niel Blumenthal, spoluzakladatel Warby Parker;

„Startup je pocit.“ – Jan Koum, spoluzakladatel WhatsApp;

„Startup je stav mysli. Nastane, když se lidé připojí k vám a rozhodnou se, že se vzdají stability výměnou za příslib obrovského potenciálního růstu a vzrušení.“ – Adora Cheung, CEO Homejoy;

„Startup je uvedení do provozu nového produktu nebo služby, vytvořeného v podmínkách extrémní nejistoty.“ – Eric Ries (2011);

„Startup je společnost designovaná pro rychlý růst.“ – Paul Graham, americký vědec (Graham, 2012).

Pro účely této práce budeme částečně vycházet právě ze specifikace vědce Paula Grahama. A proto pokud se budeme bavit o start-upu, budeme mít na mysli takovou společnost, která je předurčena k extrémně rychlému růstu, k čemuž jí dopomáhá právě nástup podnikatelské éry a s tím související růst významnosti digitalizace a technologií. Často dochází k omylu, kdy zakladatelé běžného malého či středního podniku nazvou svůj byznys startupem, ačkoliv necílí na rychlý růst. V takovém případě se jedná o dezinformaci, protože podstatnou charakteristikou pro nazvání společnosti startupem je právě rychlý růst, což jej odlišuje od jiného podniku založeného s tradičními úmysly, a z tohoto důvodu nejsou tyto názvy ekvivalentními.

Paul Graham zastává také názor, že i pět let stará společnost může být stále startupem, ale desetiletá společnost už je takzvaně na hraně (Robehmed, 2013). Autorka diplomové práce s tímto názorem nesouhlasí a považuje za startup pouze společnosti na počátku své existence, splňující požadavek na žádoucí rychlý růst. Tento názor zastává také dvojice autorů Michael I. Luger a Jun Koo, kteří ve své publikaci „Defining and Tracking Business Start-Ups“ (2005) uvádí tři základní kritéria, která vymezují definici startupu:

1. nový;
2. aktivní;
3. nezávislý.

Aby bylo možné provádět různé studie a srovnávání, je zapotřebí, aby byly splněny všechny tři kritéria pro nazvání podniku startupem. Prvním kritériem je **novost** v tom slova smyslu, že za startup lze považovat pouze takovou organizaci, která je čerstvě registrovaná v obchodním rejstříku a nemá žádnou podnikatelskou historii. Veškeré nově registrované společnosti ale nemusí být ještě aktivní – a proto nebudou startupy. Za **aktivní** společnost je považována taková, která zaměstnává pracovníky na plný pracovní úvazek a participuje v obchodních vztazích (je odběratelem a dodavatelem). Existují ale nové aktivní společnosti, které jsou například dceřinými společnostmi velkých korporací (které mají podnikatelskou historii, prostředky pro financování dceřiné společnosti aj.). Z tohoto důvodu je velmi důležitým definičním kritériem startupu **nezávislost**. Toto kritérium mnohdy nebývá respektováno a samotné mateřské společnosti nazývají své projekty start-upy, nejspíše z toho důvodu, že tento název přináší vyšší atraktivnost.

Z publikace Start-up Nation Dana Senora a Saula Singera (2011) jasně vyplývá, že pro úspěšný start-up je zapotřebí existence inovace, která má potenciál zapříčinit úspěch na trhu a rychlý růst. Inovací autoři nepovažují pouze to, co je spojeno s novými technologiemi a digitalizací, ale zároveň jim neodpírají velký význam pro startupy.

V rámci této diplomové práce je za start-up považován podnik, který splňuje následující definiční kritéria:

- je na trhu nový, s maximálně jeden rok starou podnikatelskou historií;
- byl založen za účelem rychlého růstu (nebo má potenciál k rychlému růstu);
- přichází s něčím inovativním, disponujícím komerčním potenciálem;
- disponuje možností dalšího rozšíření na základě dostupných zdrojů a potřeb;
- počáteční financování projektu přichází zvnějšku.

Startupové projekty, které jsou skutečně jedinečné, dosahují extrémního růstu a obecně velké úspěšnosti na trhu, nazýváme unicorns – česky jednorožci. Specifikace jednorožců už je naprosto přesná, a to celosvětově – jsou jím takové projekty, které mají ohodnocení přes 1 miliardu dolarů (tj. ke dni 01.07.2019 při kurzu 22,363 Kč/USD ohromných 22,363 miliard korun českých. V České republice prozatím žádného domácího jednorožce nemáme, ale zahraniční jednorožci známí českému publiku jsou například Letgo (webový server zprostředkávající prodej a nákup formou bazaru), Airbnb (webová platforma figurující jako zprostředkovatel pronájmu ubytování) či StockX (internetová burza s limitovanými edicemi značkové obuvi, hodinek či batohů). Nejaktuálnější data poskytuje web CB Insights a uvádí, že je v současné době registrováno 362 startupových jednorožců (CB Insights, 2019).

Co se týče celkového počtu start-upů, ten je velice obtížné určit, což je způsobeno zejména neucelenou definicí. Webový portál StartupMap.cz ale velmi důkladně zaznamenává projekty, které splňují požadavky portálu StartupJobs.cz, a zanáší je přehledně do mapy ČR (viz Příloha 1). K dnešnímu dni je na mapě vyznačeno 1 669 startupových projektů existujících na území našeho státu, s největší četností bez překvapení v Praze.

Start-upy ovšem nejsou ve světě chápány pouze způsoby, kterými byly v předchozím textu vymezeny. Jelikož se stále zvyšuje úroveň konkurenčního boje, snaží se touto lukrativní cestou dostávat k inovacím i velké společnosti, které zakládají menší podniky a těží ze start-up přístupu, na základě čehož vznikl takzvaný lean-start-up. Výhodu oproti zbrusu novým firmám mají tyto start-upy v mnohem jednodušším přístupu ke kapitálu, medializaci i znalostem o trhu. Z českého prostředí tuto metodiku využívá například firma Avast, což svými slovy exaktně vyjádřil např. CEO Ondřej Vlček v rozhovoru pro DVTV (2019): *„To je vlastně věc, kdy vy teda vystřelíte nějaké projekty, dáte tomu víceméně pevné zadání, nějaké financování, dáte tomu nějaký tým a nějaký čas a koukáte se, co to dělá. Je to v podstatě taková hra, kdy pokud se tomu v pevném časovém horizontu povede, tak tomu potom dáte více peněz a víc lidí.“*

2.2 Životní cyklus start-upů

Start-up, stejně jako jakýkoliv jiný podnikatelský subjekt, prochází určitými vývojovými fázemi. Tyto fáze jsou ale značně odlišné od vývoje klasických podniků, což je dáno specifickými požadavky a charakterem startupu. Jak již bylo zmíněno, cíl, ke kterému start-upy směřují, je co nejrychleji vytvořit životaschopnou společnost. Po vzniku start-upu by tedy mělo dojít k razantnímu růstu, který vyvrcholí existencí stabilní společnosti, která už ale ovšem start-upem není.

Životní cyklus startupu můžeme rozdělit na 5 fází (Měsíčník EU aktualit, 2016):

1. počáteční fáze;
2. první investice;
3. růst;
4. stabilita;
5. klasické podnikání.

Na úplném počátku musí dojít vůbec k nějakému impulsu k začátku podnikání. Zakladatel může přijít s nějakou invencí, kterou později přetvoří prostřednictvím startupu v inovaci. Je důležité, aby zakladatel věřil, že našel řešení nebo přístup, který má inovativní charakter

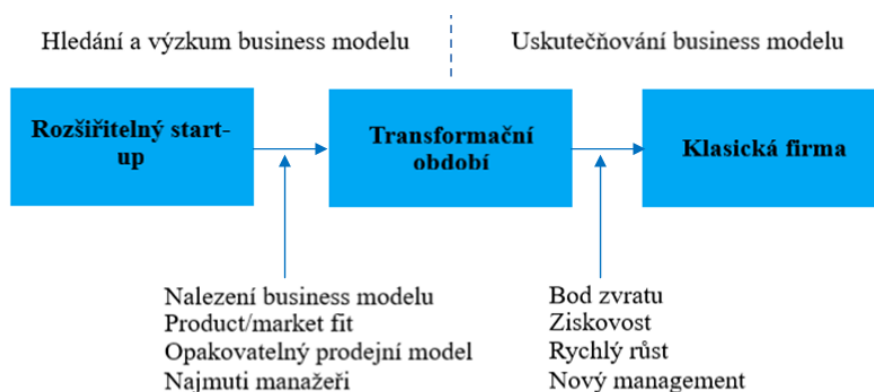
a konkurenceschopný potenciál, vyplní mezeru na trhu nebo vytvoří novou potřebu zákazníků, kterou bude možné zpeněžit.

V druhé fázi již existuje konkrétní plán, projekt nebo vize, jak nápad realizovat a zakladatelé se rozhodnou s tímto projektem jít na trh. Formálně společnost zakládají a začínají s výrobou či poskytováním služeb. Většinou dochází k dodání pilotních výrobků na trh, které mají za úkol přilákat zákazníky a zjistit, zda o ně bude takový zájem, jaký byl předpokládán a zda při zvýšení výroby můžeme očekávat rychlý růst, který se očekává v další fázi. V té už má společnost jistý výrobek na trhu a realizuje z něj tržby, které přináší možnost zvyšování výroby a rozšiřování.

Pokud se start-up aktivně rozšiřuje, roste a má jasnou strukturu, jasné cíle a o výrobky je stále zájem, můžeme říci, že bylo dosaženo startupového vrcholu. Společnost se může stabilizovat a snažit se o dosahování dalšího růstu, který v tom nejlepším případě vyústí v překlopení do tradiční, stabilní společnosti, tak jak to znázorňuje Obr. 1.

Proces přeměny start-upu v tradiční společnost popisuje Steve Blank (2010) prostřednictvím 3 období společnosti. V prvním období se podnik nachází ve fázi startupu, který má ovšem rozšiřitelný potenciál a hledá udržitelný business model. Startup se snaží o tvorbu tzv. product/market fit, což lze chápat jako zajištění situace, kdy máme na trhu takový produkt, který uspokojuje požadavky zákazníků a trhu. Obecně můžeme říci, že jsme dosáhli product/market fit, jestliže je zákazník ochoten za náš produkt zaplatit a získání nového zákazníka nás stojí méně, než kolik nám zákazník zaplatí (Szöke, 2012).

Aby se start-up přetvořil ve stabilní firmu, je zapotřebí vytvořit opakovatelný prodejní model. To jednoduše představuje skutečnost, že start-up se například nebude zaměřovat na realizaci prodeje bytů, protože ten jeden daný byt by nemohl prodávat opakovaně, ale pro každý by musel realitní makléř vytvářet nové prospekty a další nezbytnosti potřebné pro úspěšný prodej nemovitosti. To ale neznamená, že start-up nemůže podnikat na realitním trhu. Může například spolupracovat s developery a zabývat se budováním a prodejem moderních bungalovů s komplexními inteligentními prvky, kdy opakovaně poskytuje a prodává téměř jedno a to samé. Pro svou činnost si najímá manažery řídící činnosti ve firmě.

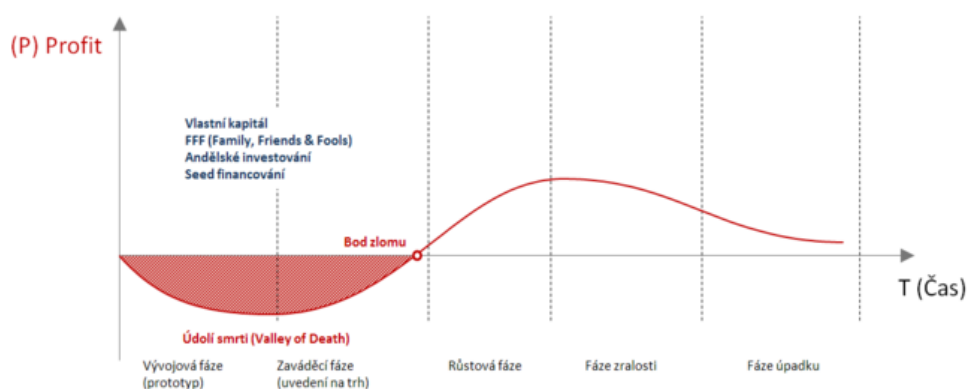


Obr. 1: Proces transformace startupu ve firmu

Zdroj: Upraveno dle Blank, 2010

Postupnou transformací dojde úspěšný start-up k bodu zvratu, který znamená začátek ziskovosti a enormní růst. Zvyšují se počty zaměstnanců, obměňuje a doplňuje se management a společnost už pouze realizuje business model, který si vytvořila v předchozích fázích a který se ukázal jako nejlepší.

Při deskripci životního cyklu startupu se velmi často využívá pojem „údolí smrti“ (viz Obr. 2), který představuje počáteční fáze startupu před nastáním bodu zvratu. Je to takové časové období, ve kterém je podnik svou vlastní činností ve značné ztrátě a nezvládá pokrývat generované náklady. Právě toto období je stěžejní pro využívání různých forem podpor a finančních výpomocí, které startupovému projektu pomohou prostřednictvím dodatečně vkládaného kapitálu překonávat údolí smrti. Z tohoto údolí se většina startupů nedostane a selhává (Maurya, 2016). Jednou z nikdy nevyslovených charakteristik startupu je, že startupy jdou od jednoho selhání k druhému – což je pro takovéto podniky naprosto normální, a proto je selhání součástí procesu transformace ve stabilní firmu (Blank, 2012).



Obr. 2: Údolí smrti

Zdroj: Management Mania, 2016

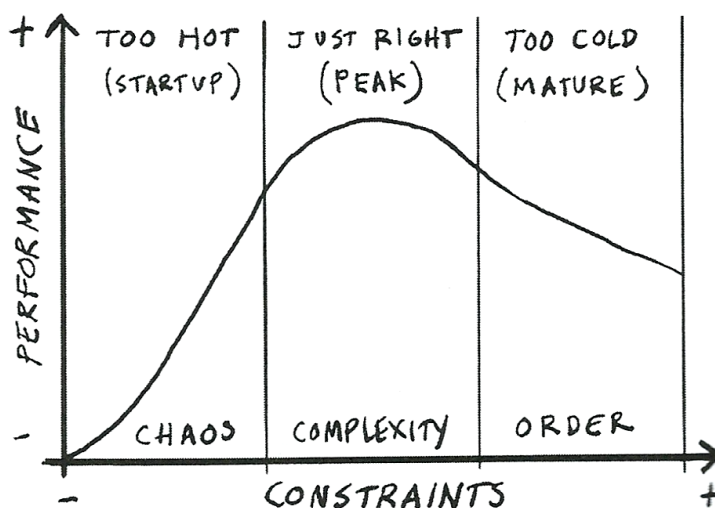
2.3 Networking

Během jednotlivých fází svého života je pro start-up nadmíru důležité budovat konexe a stavět si svou networkingovou síť. Networkingem rozumíme vyměňování informací mezi lidmi, které by mělo být opředeno snahou udržovat vznikající známosti, které postupně vytváří a doplňují síť propojených vztahů. Je naprosto zřejmé, že mít vytvořenou profesní síť je nezbytné již před zakládáním podnikání. Může to pomoci získat potřebnou podporu prostřednictvím osobních doporučení, mimo jiné nám naše kontakty mohou poskytovat cenné rady a podporu v nejobtížnějším období. Za situace, kdy má startupista vybudovanou skutečně kvalitní síť, může v ní nalézt i takové osoby, které poskytnou přímou finanční investici do podnikání.

Dave Gray ve své publikaci *The Connected Company* (2012, str. 187) uvádí, že síla individuálních uzlů v jakékoliv síti může být chápána třemi dimenzemi, a to stupněm, blízkostí a vzájemností. Stupeň představuje množství propojení, což můžeme v podnikatelské sféře chápat jako množství prodejních poboček či obchodních partnerů. Blízkost znamená míru toho, jak jednoduše může být uzel spojen s jinými uzly. Toto Gray vysvětluje na příkladu práce v týmu – pokud jsme součástí týmu, máme k němu velmi blízko, protože máme možnost členy týmu kdykoliv kontaktovat, na rozdíl od jiných členů korporace. Významnost blízkosti je jasně daná. Čím bližší vzdálenost mezi námi a dalšími uzly existuje, tím méně kroků musíme udělat, abychom dosáhli, čeho požadujeme. Při vzájemnosti posuzujeme sílu, kterou máme při blokování nebo udělování přístupu ostatním. Čím více uzlů po nás požaduje, abychom s nimi navázali spojení, tím větší pro ně máme potenciální hodnotu, a tím vyšší máme sílu v rámci sítě. Na základě předchozích poznatků je možné říci, že ta nejvlivnější osoba v jakékoliv síti je takový jedinec, který má velké množství potenciálních propojení s relativně lehkou dostupností, a zároveň má tento jedinec takovou pozici uvnitř sítě, která mu umožňuje rozhodovat se, komu přístup ke své osobě povolí, a komu nikoliv.

Významnost a příležitost k networkingu je odlišná v závislosti na jednotlivých fázích životního cyklu podniku. Na následujícím obrázku lze shlédnout charakteristiku průběhu života a množství omezení, jež podniku vznikají. V období startupové fáze je podnik příliš „horký“, což lze přirovnat k chaotické organizaci, která nemá příliš mnoho příležitostí k navazování konexí. To je dáno ve valné většině případů tím, že podnik je nový, riskantní, ořukává sebe i trh a přichází s nedostatečně vybudovanou sítí, jelikož až dosud neměl podnikatel zájem na její tvorbě a opečovávání. Existuje tedy negativní forma omezení

působících na podnik. Postupně, se zvyšujícím se výkonem a rostoucí úspěšností, rostou příležitosti k networkingu. Pokud již máme v rukou vyspělý podnik (který dle výše uvedené definice dané autorkou práce nepovažujeme za startup), existují omezení spíše v pozitivním slova smyslu, kdy si podnik svou síť snaží udržovat a nepřidávat do ní kontakty, které nepřinášejí užitek.



Obr. 3: Kritické networkingové fáze podniků

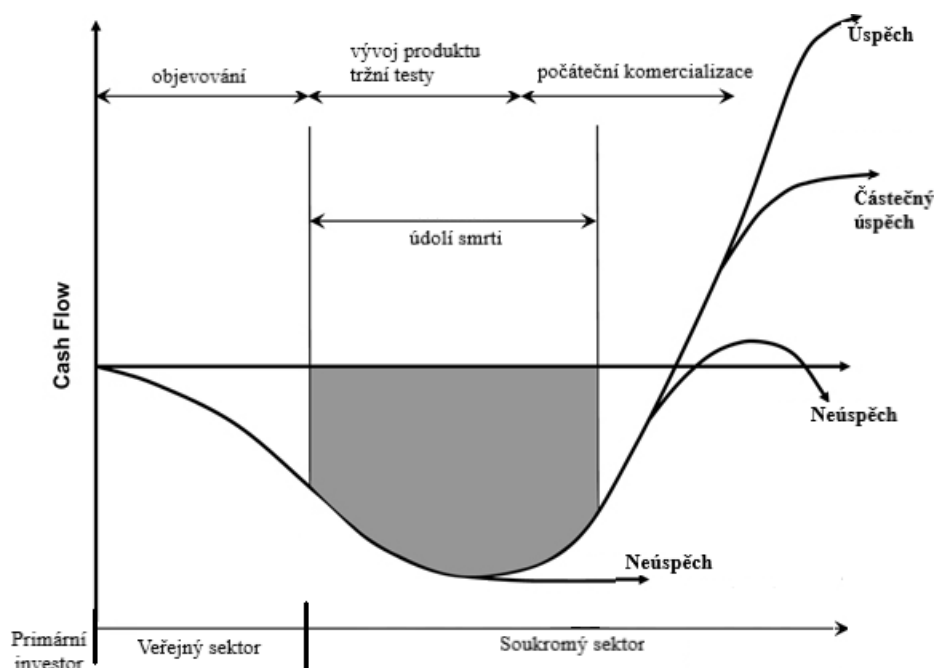
Zdroj: Gray a Vander Wal, 2012, str. 228

V počátcích, kdy má startup problémy získávat kontakty a navazovat spojení, které mu umožní budovat si kvalitní síť, je podnikatelsky životně nezbytné využívat podporu podnikání, která mu může s tímto problémem pomoci. Naštěstí si nutnosti získávání konexí jsou poskytovatelé podpor vědomi, a tak mohou čeští podnikatelé v rámci četného množství podpor těžit i ze vznikající sítě kontaktů. O formách podpor, které networking poskytují, si je možné přečíst v dalších kapitolách.

2.4 Financování start-upů

V jednotlivých fázích životního cyklu může start-up podobně jako jakýkoliv jiný podnik využívat různorodé zdroje financování, dalo by se dokonce spekulovat nad tím, zda pro ně neexistuje rozšířenější škála možností, než pro běžné malé nebo střední podniky. Pro start-upy je nejdůležitější obstarat dostatek finančních prostředků během průchodu údolím smrti, čímž se podrobně zabírají Lonnie M. Murphy a Paul L. Edwards (2003). Ti se zabývají zejména problematikou přechodu z veřejného financování na financování soukromé. Situaci znázorňuje Obr. 4, kdy lze vidět jednak možné scénáře vývoje startupu, tak i možné zdroje financování v jednotlivých vývojových fázích. Z obrázku je zcela zřejmé, že za okolností, kdy

projekt nezíská dostatečné finance a zároveň skutečně nemá dostatečné štěstí, nemá vůbec šanci překonat údolí smrti a nedosáhne bodu zvratu.



Obr. 4: Vývoj startupu a jeho CF

Zdroj: Vlastní úprava dle Murphy a Edwards, 2003

Kislingerová s Novým (2005) uvádí některá důležitá specifika financování inovativních MSP (tedy startupů). Především se jedná o vysokou rizikovost, se kterou přímo souvisí vysoká ziskovost. Za další specifikum považují skutečnost, že malé, začínající a rychle rostoucí společnosti, nezbytně potřebují strategické poradenství a manažerskou výpomoc. Tato potřeba dle jejich názoru vyplývá z absence zkušeností zakladatelského týmu podniku. Společnost, které jsou tyto znaky blízké, nemůže využívat klasické formy financování, protože na ně jednoduše nedosáhne, a proto dochází k využívání takzvaného rizikového kapitálu, který je právě pro startupy nejvíce typický. Pro seznámení se s ním je vyčleněna samostatná kapitola.

V posledním desetiletí došlo v oblasti financování startupů k rapidním změnám, kdy značně vzrostl objem venture kapitálu⁶ a zároveň vznikají stále nové nástroje finančních injekcí. V úplném počátku jsou zakladatelé projektu odkázáni na vlastní peněžení zdroje, zdroje přátel a rodiny, andělské investory, inkubátory či dotace a granty. Ty mohou být postupně zaměněny za crowdfundingové kampaně nebo bankovní úvěry. Na tyto zmíněné, ale i na spoustu dalších finančních výpomocí pro startupy, se zaměřuje následující část práce.

⁶ Venture kapitál představuje střednědobý a dlouhodobý kapitál, který je investovaný do start-upu jakožto kapitálový vstup do společnosti. Detailněji se jím zabývá kapitola 4.2.

Trh startupů je v posledních letech velmi populární formou investice, protože díky rychlému růstu přináší rychlé výnosy, zároveň ale ve většině případů také extrémní riziko neúspěchu. Lze říci, že investoři jdoucí s dobou směřují své volné peněžní prostředky spíše do startupových projektů, než do klasických firem, k čemuž přispívá také zvýšená propagace různých možností této formy investování prostřednictvím zprostředkovatelů, kteří poskytují pomoc nejen finanční, ale také například právní či obchodní.

3 RIZIKOVÝ KAPITÁL

Je zřejmé, že po celou dobu své existence start-up hospodaří s rizikovým kapitálem v různých formách, o kterých bude pojednávat následující kapitola. Kislingerová spolu s Novým (2005, str. 393) uvádí ve svém výkladovém slovníku definiční vymezení rizikového kapitálu následovně:

„Rizikový kapitál představuje financování podniků formou navýšení jejich základního kapitálu. Nejedná se ovšem pouze o jednorázové poskytnutí financí, ale o mnohaletý proces soužití podnikatelského subjektu s investorem rizikového kapitálu, který všestranně napomáhá rozvoji firmy a pravidelně monitoruje aktuální situaci ve firmě. Je potřeba rozlišit rizikový kapitál od ostatních zdrojů financování. Na rozdíl od úvěru se investor stává spoluvlastníkem s právem veta v důležitých rozhodnutích.“

Startupy mají specifické požadavky na financování, jak bylo uvedeno v předchozí kapitole. Jedním ze specifických faktorů je potřeba poradenství, mentoringu a networkingu, s čímž by v nejlepším případě měl investor rizikového kapitálu napomáhat, aby došlo k ziskovosti, jakou od projektu očekává. Dle rešerše lze říci, že hlavními znaky rizikového kapitálu jsou:

- investory jsou jak institucionální investoři, tak i soukromí investoři;
- investor podstupuje obrovské riziko;
- požadovaná výnosnost bývá alespoň 30 %;
- rizikový kapitál je pouze dočasný;
- bývá s ním spojena nefinanční pomoc;
- je zaměřen na mladé inovativní společnosti.

Rizikový kapitál se nejzákladněji člení v závislosti na konkrétní fázi života podniku a na jeho aktuální situaci, od které se odvíjí využití vloženého kapitálu. Nejlépe toto členění vystihují Veber a Srpová (2012, str. 109):

- **seed capital** – předstartovní financování;
- **start-up capital** – startovní financování;
- **development capital** – rozvojové financování;
- **debt replacement capital** – náhradní financování;
- **transaction capital** – transakční financování;
- **rescue capital** – záchranné financování.

Pro účely financování startupů jsou nejdůležitější první tři zmíněné druhy. Všechny tři jsou součástí Venture Capital, a proto se jimi práce bude dále zabývat postupně a v jednotlivých podkapitolách jim bude věnována dostatečná pozornost. Venture Capital obecně bude jakožto celkový nadpojem těchto investic charakterizován samostatně až jako součást analýzy různých metod podpor startupů v kapitole 4.2.

Podstatné je také rizikové financování známé jako mezzanine financování, což je výraz pro hybridní financování, které kombinuje kapitálový příspěvek a poskytnutý úvěr, čili cizí a vlastní kapitál. Využívá se u startupů zejména z důvodu nedostupnosti běžného financování kvůli vysokému riziku a mívá podobu dluhu se zástavním právem na obchodní podíl. Tomuto druhu financování se práce dále zabývat nebude.

3.1 Seed Capital

Seed kapitál představuje odnož venture kapitálu a je využíván v nejrizikovější části podnikání, tudíž v rané fázi, během které podnik ještě nemá žádné skutečné platící zákazníky. Investice mohou být využity například pro založení firmy, financování výzkumu a vývoje, přípravy prodeje, průzkumu trhu, marketingové aktivity, tvorbu prodejních kanálů, webových stránek a jiných nezbytností nutných pro rozjezd podnikání.

Jak již bylo řečeno, jedná se o velice rizikové období podnikání, protože v naprostých začátcích nemá podnikatel nejmenší tušení, jak se mu bude dařit.

Za soukromé poskytovatele seed kapitálu jsou považováni rodina a přátelé, tudíž by se to dalo přirovnávat k FFF financím. V dnešní době již ale existují také takzvané seed fondy, které zřizuje stát, a vstupujícími investory jsou soukromé osoby. Fondy jsou zaměřeny pouze na zbrusu nové podnikatelské subjekty, které jsou v počátcích svého rozvoje, tedy těsně na vstupu do údolí smrti. Jejich specifikem je místní příslušnost – vážou se tedy vždy ke konkrétnímu kraji či regionu a startupy mohou využívat pouze takový fond, který se váže k jeho teritoriu. Tuto skutečnost lze považovat za značnou nevýhodu, protože pokud je firma založena v geograficky neatraktivní lokalitě, má mnohem menší možnosti než firma založená ve středních Čechách.

Evropská asociace rizikového kapitálu (dále EVCA) pravidelně reportuje tržní statistiky evropského vývoje jednotlivých druhů investic. V Příloze 2 lze nalézt graf vývoje Venture Capital investic zpracovaný dle dat, které EVCA veřejně publikuje na svých webových stránkách. Červenou barvou je znázorněn vývoj seed kapitálu. Můžeme vidět, že v roce 2014 byl na úrovni 0,2 bilionů Eur a v následujících třech letech rostl až na úroveň 0,8 bilionů.

Rok 2018 ale znamenal pokles o 0,1 bilionu Eur, zatímco ale došlo k celkovému růstu Venture Capital, který byl zapříčiněn růstem start-up kapitálu. Seed je zcela zřetelně nejméně preferovaným typem rizikového kapitálu (0,9 % z celkového objemu uskutečněných investic v Evropě za rok 2018), což se dá kvůli velkému podstupovanému riziku předpokládat.

3.2 Start-up Capital

Po seed kapitálu přichází na řadu již zmiňovaný start-up kapitál. Oproti seedu přináší značné snížení rizika investice, ale v žádném případě nelze říci, že by investice byla bezriziková. Návratnost investice bývá obvykle dosažena v kratší době, než je tomu u seed kapitálu, mluvíme tedy zhruba o období jednoho roku až dvou let.

EVCA definuje tento typ investic jako kapitál poskytovaný podnikům, které jej využívají pro dosažení plně vyvinutého produktu, zahájení masové výroby a potřebují vyvíjet marketing. Podniky, do kterých se prostředky vkládají, mohou být podle EVCA ještě v procesu zřizování, anebo mohou již krátce existovat, ale ještě neposkytují svůj produkt zákazníkům – žádné zákazníky tedy nemají. K těmto investicím jsou přiřčeny ještě tzv. other early stage, což jsou vklady do podniků, které již komerčně fungují a zákazníky mají, ale požadují další finanční prostředky, aby pokryly dodatečné kapitálové výdaje. Jsou to takové podniky, které si prochází údolím smrti a ještě nedosáhly bodu zvratu. (Invest Europe, 2019)

Při nahlédnutí do Přílohy 2 můžeme vidět pozitivní růst těchto investic, které nalezneme pod oranžovou barvou. Navzdory tomu, že se nejedná o nejméně rizikový kapitál ze tří analyzovaných, tak se těší největší oblibě (6,1 % z veškerých uskutečněných evropských investic roku 2018). Meziročně narůstá a z 1,8 bilionu eur v roce 2014 se v roce 2018 dostal na ohromných 4,9 bilionu. Každoročně představuje v absolutních číslech nejobemnější položku z analyzovaných druhů investic.

3.3 Development Capital

Rozvojový kapitál, nebo také pozdní financování (later-stage investing) je finanční podpora v pozdějším období existence, než tomu bylo u start-up kapitálu. V literatuře lze nalézt také označení jako expanzivní financování. Valná většina fondů rizikového kapitálu se zaměřuje na rozvojový kapitál, což je dáno zejména nejmenším možným rizikem ze všech tří zmiňovaných druhů kapitálu. Dalším významným aspektem je také zkrácení doby návratnosti oproti předcházejícím dvěma typům, protože se investuje do již aktivně působících podniků pro zrychlení jejich rozvoje a celkového růstu.

Podniky, na které cílí rozvojový kapitál, mohou, ale také vůbec nemusí být ziskové. Z existujících statistik a záznamů také vyplývá skutečnost, že takovéto finanční prostředky jsou většinou získávány prostřednictvím Venture Capital. Větší tendenci pro obdržení této formy financí mají takové podniky, které již byly podporovány Venture Capital společnostmi v předcházejícím období svého života. (Invest Europe, 2019)

V Příloze 2 lze pozorovat vývoj objemu rozvojového kapitálu, který je znázorněn žlutou barvou. V roce 2014 byl na stejné úrovni, jako start-up capital. Ačkoliv během 4 let došlo ke zvýšení o 0,8 bilionu Eur, došlo k mnohem menšímu zvýšení, než jakému se těšily start-up investice. Celkově EVCA připisuje later-stage investicím pouze 3,2 % z celkových evropských investic v roce 2018.

4 ROZBOR METOD FINANČNÍ PODPORY START-UPŮ

Čtvrtá kapitola rozebírá různé možnosti, které mohou startupy využít pro podporu svých činností s ohledem na zisk finančních prostředků. V naprostých začátcích, čili v tzv. zárodečné fázi, se jedná o velmi rizikový kapitál. Investoři posuzují svou investici na základě myšlenky startupu, jeho realizačního týmu a schopnosti tohoto týmu danou myšlenku startupu zrealizovat. Ze samé podstaty věci vyplývá, že jestliže některý z těchto předpokladů nelze zaručit, jedná se o vysoce rizikovou investici s minimální šancí na úspěch, a proto se investice nevyplatí. Později se kapitál musí přizpůsobovat vývoji a požadavkům, které v průběhu života startupu vznikají.

4.1 FFF financování

Pod zkratkou FFF se ukrývá trio anglických slov – family, friends, fools. Z překladu to tedy znamená financování podnikání prostřednictvím rodiny, přátel anebo bláznů, a je to takové financování, které je základem většiny podnikatelských začátků. To je dáno zejména tím, že v začátcích, kdy má podnikatel svůj podnikatelský záměr ještě tzv. v plenkách, představuje investice do něj velmi rizikovou formu ukládání finančních prostředků, kdy je nemožné získat peníze tradiční cestou, jako například z bankovních institucí.

Aby tito investoři poskytli startupu peníze, tak jim postačí základní představa o tom, do čeho v podstatě vloží peníze. Žadatel mnohdy útočí na emoce, které jsou velmi účinným nástrojem formování neracionálních investičních rozhodnutí, obdobně jako je tomu na kapitálových trzích. Ve spojení s důvěrou, kterou si žadatel u svých rodinných příslušníků a přátel během života vybudoval, vzniká rozsáhlý psychologický prostor pro přistoupení na poskytnutí peněžních prostředků.

Obrovskou výhodou těchto peněz je ve valné většině případů absence formalit a tvrdých penalizací, kdy vytvořené závazky nebývají vynucovány tvrdými metodami. Pokud se nám poštěstí, můžeme počítat také s nulovými úroky, a proto se jedná o výhodnou metodu financování. I přestože se jedná o přátelskou či rodinnou výpůjčku, je důležité stanovit velikost splátek a termíny splatnosti, případně termín úplného splacení. Může se také stát, že některý z účastníků, které požádáme o poskytnutí financí, bude považovat vložené peněžní prostředky jako vstup do podnikání spolu s žadatelem, anebo naopak jako peněžní dar.

Rizikovým aspektem mohou být vznikající spory či problémy v rodině, na základě kterých může dojít k rozpadu přátelských vztahů.

FFF finance jsou naprostým základem při zakládání podniku a nepředstavují ani tak formu podpory, spíše předvoj budoucí úspěšnosti při získávání dalších financí. FFF totiž nejsou v žádném případě pro startup postačující pro překonání údolí smrti (tj. pro dosažení bodu zvratu), a proto by měly sloužit pouze jako záloha před dalším přítokem finančních prostředků.

4.2 Venture Capital

Popularizaci se Venture Capital (dále označováno také pouze jako VC) těší spíše až v tomto století, ačkoliv je používán již více, než 60 let (Nývtová a Režňáková, 2007). Mnohdy je nesprávně VC považován za jediného zástupce rizikového kapitálu podnikatelských subjektů, ale jak je uvedeno v kapitole 3, tak rizikový kapitál je vskutku široký pojem obsahující velké množství kapitálových forem. Opět, podobně jako tomu je u většiny pojmů vymezených v této diplomové práci, neexistuje jednoznačné ohraničení pojmu a každá publikace definuje VC odlišně.

Dvořák a Procházka (1998) označují VC jako dlouhodobou investici do podniků se značným rizikem, které nejsou obchodovány na burze a přichází s myšlenkou, která má inovativní charakter. Za riziko investor požaduje vysoké výnosy a je z jeho strany požadována spolupráce se společností, do které investuje, aby mohl kontrolovat vývoj jeho kapitálu a napomáhat během cesty k požadovaným výnosům. Ježkovi (2011) přichází s mírně odlišnou definicí a říkají, že se jedná jak o dlouhodobou tak i střednědobou investici do podniku s velkým růstovým potenciálem, který není obchodován na burze.

Formu VC financování využívají soukromé osoby i specializované fondy či firmy. Soukromé osoby investující touto cestou jsou tzv. business angels a pojednává o nich následující kapitola. Venture kapitálové fondy sdružují finanční prostředky jednotlivců a dělají za ně investiční rozhodnutí (Management Mania, 2017).

VC fondy pracují na základě jednoduchého principu. Investor – neboli fond – vstoupí do zvoleného startupu tím, že navýší velikost základního kapitálu, se kterým podnik dosud pracoval, čímž se zvýší dostupné zdroje, které jsou pro další rozvoj nezbytné. Je stanoveno období, po dobu kterého dochází k poskytnutí těchto financí výměnou za adekvátní podíl v podniku. Tímto způsobem se vrací investice fondu a ten tedy při růstu podniku inkasuje mnohem vyšší hodnotu, než jakou do podniku vložil.

4.3 Business Angels

Strážnými anděly startupů jsou tzv. business angels (dále také jen BA, v překladu obchodní andělé), což jsou takové fyzické osoby, které mají přebytek svých finančních prostředků a rozhodnou se je využít na financování perspektivních startupů, které mají potenciál uspět. Webový portál iPodnikatel.cz (2011a) definuje tento typ investorů jako takové jedince, jež „jsou většinou bývalí podnikatelé či manažeři, kteří mají díky svému úspěšnému podnikání na svém kontě dostatek volných peněz, které chtějí investovat do nadějně firmy a aktivně se podílet na jejím vývoji“. Zajímavá je také definice od Vebera a Srpové (2012, str. 110): „Business Angel investice jsou prakticky obdobou rizikového kapitálu, jen jejich realizace probíhá v menších objemech a prostřednictvím jednoho investora, [...] jeho působení ve firmě je časově omezeno a na konci stanoveného období odprodává svůj podíl.“

Jsou to lidé, kteří se pohybují v podnikatelském prostředí, a právě to je důvodem, proč se do něj rozhodnou investovat. BA přichází nejčastěji v počáteční fázi nebo v době, kdy startup začíná růst, podle toho, jaké preferují riziko. Pokud je anděl spíše typ, který preferuje riziko, zvolí investici již na začátku životního cyklu podnikatelského projektu, tedy seed investici. Pokud anděl preferuje částečně menší riziko (ale stále velmi vysoké oproti jiným, tradičním investicím), zvolí vstup do projektu v okamžiku počátečního růstu (ve fázi start-up). BA se rozhodují individuálně, jejich investiční rozhodování není závislé na ničem jiném než na vlastní volbě.

Za poskytnutý kapitálový příspěvek BA inkasuje nejčastěji podíl (obvykle 5 až 20 %) na podnikatelském projektu a zároveň možnost profitovat z vytvořeného zisku. BA obvykle do podniku nepřináší pouze kapitálový příspěvek, ale poskytuje také své odborné znalosti a využívá svou orientaci v daném oboru. Proto BA mnohdy investují do oboru, který jim je blízký, nebo v něm ideálně mají své vlastní zkušenosti. Rádi se angažují a snaží se, aby jejich znalosti poskytl podporu k růstu startupového projektu. Norská studie rozděluje anděly na čtyři možné typy (Sørheim a Landström, 2010):

- **business angel** – vysoká investiční aktivita i kvalifikace v oboru, do kterého se rozhodne investovat;
- **analytical** – investiční aktivita je nízká, ale disponuje velkou kvalifikací v oboru, do kterého se rozhodne investovat;
- **trader** – vysoká investiční aktivita, ale nedisponují kvalifikací ani zkušenostmi, které by podniku mohly pomoci;

- **lotto** – nízká investiční aktivita i kvalifikace, nejméně žádaný, ale nejčastější typ anděla.

BA se díky svým zkušenostem z praxe řadí mezi racionální investory a snaží se investovat efektivně, proto dochází k jejich sdružování prostřednictvím takzvaných Business Angels sítí či asociací. Tyto sítě fungují na principu zprostředkovávání kontaktu a přesunu informací mezi investorem a startupovými projekty, které usilují o jeho finanční prostředky. V rámci tohoto kontaktu by mělo dojít k získání informací nezbytných pro investiční rozhodnutí a pro vymezení pravidel, která investici budou doprovázet. Pokud by se startup rozhodl pro využití andělských investorů, autorka diplomové práce by mu doporučila zvážit andělskou síť Busyman či StartUpStart, které působí mnohem více fundovaným přístupem, než jiné andělské sítě.

4.4 Peer-to-peer půjčky

Způsob financování takzvaně od člověka k člověku je již v České republice známý, zejména díky jeho popularitě mezi lidmi, kteří potřebují finance ve svém osobním životě. Pro financování podnikání se tento způsob ale teprve začíná zabydlovat a hledat si své příznivce. Peer to peer (dále P2P) představuje možnost získat potřebné peněžní prostředky formou úvěru, ale za částečně výhodnějších podmínek, než je tomu u bankovních institucí. Podobně jako u crowdfundingu podnikatel získává potřebný kapitál za pomoci online platformy, přičemž vynakládá určité úsilí, které by mělo vést k přilákání investora (běžného člověka, nikoliv profesionála či korporace) a přesvědčení jej, aby vložil své volné peněžní prostředky právě do jeho projektu. Musí tedy zaujmout, aby se lidé začali skládat na jeho projekt.

P2P financování je založeno na základě jednoduchého postupu. Žadatel o půjčku si na webové stránce určí částku, kterou si potřebuje půjčit a na některých platformách si také definuje nejvyšší možný úrok, který je ochotný akceptovat. Přidá základní informace o způsobu využití, ideálně popíše projekt, v rámci kterého bude prostředky vynakládat a pro určitý stupeň personalizace by také měl uvést několik slov o své osobě. Zprostředkovatel P2P financování má následně za úkol provést kontrolu a pokud je vše v pořádku, žádost o poskytnutí finančních prostředků bude zveřejněna. V rámci kontroly obvykle dochází ke zjišťování příjmů žadatele a ověřování totožnosti. Není to ale to jediné, co P2P zprostředkovatelé zjišťují. Například manažerka Zonky – Lucie Tvarůžková – uvedla pro časopis StartingUp: „*Zajímá nás ale i to, v čem jste dobří, že vás povýšili v práci nebo jak se chováte na sociálních sítích*“ (Mazochová, 2015).

Co se týče velikosti úroků, tak například u Zonky prochází jednotliví klienti skóringem, na základě jehož výstupu dochází k přidělení úroku na jeho půjčku. Během skóringu má žadatel o půjčku možnost vysvětlit některé okolnosti, které mu zvyšují úrok, čímž může dojít k přehodnocení jeho výše. Do výpočtu úroku vstupují nejen příjmy a kreditní historie, ale také klientův příběh, což je značnou odlišností od bankovních i nebankovních půjček. Zaměstnanci Zonky nahlíží do Nebankovního registru klientských informací i do Solusu⁷, díky čemuž zjišťují platební zvyklosti, důvěryhodnost či bonitu klienta. Na základě tohoto skóringu bývá stanovený úrok většinou razantně nižší, než jaký bychom získali v bance, což lze považovat za výhodu P2P financování. Také bývá celý proces rapidně rychlejší a jednodušší, než je tomu u bankovních (i nebankovních) procesů. Na jednoduchosti a obecně uživatelské přívětivosti má příčinění snížení administrativní náročnosti oproti běžným institucionálním úvěrům. O administrativu se totiž obvykle kompletně stará zprostředkovatel. A ta zásadní výhoda, která z P2P pro startupy plyne je, že lidé nepotřebují, aby podnik měl podnikatelskou historii, propracovaný byznys plán, predikci finančních výkazů a další typické byrokratické požadavky bankovních úvěrů. Portály zprostředkovávající půjčky mezi lidmi se nijak o podnikatelskou historii nestarají – postačí, pokud je podnik bonitní. (Mazochová, 2015)

Autorka diplomové práce by zdůraznila další výhodu ve formě možné propagace a budování marketingové komunikace na P2P portále. Jak již bylo zmíněno, projekt musí investora zaujmout, a stejně jako u crowdfundingu si tedy může začít budovat postupnými krůčky marketingovou kampaň, kterou po zafinancování lehce přivede k životu i mimo P2P platformu. Mimo jiné o sobě dá podnik vědět, může zaujmout potenciální zákazníky a další nadšence, kteří mohou souznít s podnikovou filozofií. To vše se odvíjí od toho, jak startup žádost o P2P půjčku pojme a jaké úsilí vloží do personalizace svého „profilu“.

Nevýhodou oproti některým jiným formám podpory podnikání je ovšem nutnost splácet úroky spolu s měsíčními splátkami. S tím se pojí riziko nastání situace, kdy podnikatel nebude schopný splácet (například z důvodu neúspěchu, který je u startupů velmi častý) a dle smluvních podmínek jednotlivých platforem musí poté docházet k individuálnímu vypořádání s jednotlivými věřiteli, jelikož je nezbytné zajistit splácení každému člověku, který se podílel na financování projektu. Autorka diplomové práce se domnívá, že zejména z tohoto důvodu by bylo vhodné využívat P2P až v pozdější fázi existence projektu, tj. až když má podnik zajištěné jiné zdroje financí a je na cestě z údolí smrti směrem k dosažení bodu zvratu, což ale není běžnou praxí.

⁷ V registru Solus je k dispozici kompletní seznam dlužníků.

V České republice došlo k razantní popularizaci díky marketingovým aktivitám společnosti Zonky, s níž byl čtenář již částečně seznámen v průběhu této kapitoly. Další platformy fungující na této metodologii jsou Bankerat, Žlutý meloun, Půjč mé firmě a Prestito. Na různých webových stránkách lze nalézt podrobné srovnání těchto portálů, které by autorka diplomové práce doporučovala startupistům prostudovat, pokud by se rozhodli získávat finanční prostředky touto cestou. Díky studiu těchto dostupných informací si mohou vybrat vhodnou platformu, která bude odpovídat jejich individuálním preferencím, potřebám a aktuální bonitě.

4.5 Bankovní úvěry pro začínající podnikatele

Jak bylo uvedeno výše, startupy nemají jednání s bankami zrovna jednoduché. Představa, že by subjekt bez podnikatelské historie získal bankovní úvěr zaměřený na podnikatelskou činnost, je naprosto nereálná. V poslední době lze ale pozorovat, že si banky uvědomují tuto svou „profesní slepotu“ a snaží se startupům alespoň „na oko“ vycházet vstříc – přichází s úvěry pro začínající podnikatele a se specifickými úvěry určenými pro inovace.

Jelikož mohou začínající podniky dosáhnout na záruky na bankovní úvěry poskytované jinými institucemi (více v kapitole 6), snižuje se tím pro bankovní instituce úroveň rizikovitosti těchto podniků. Jelikož je podpora poskytovaná fondy EU aktivně nabízena formou spolupráce (konkrétní rozložení nalezne čtenář v kapitole 6.5) při poskytování úvěrových produktů pro startupy, jeví se trend vzniku těchto specifických bankovních úvěrů za oboustranně výhodný. Jak se dá očekávat, mají tyto úvěry poněkud vyšší úročení, než je tomu u méně rizikových variant. Díky zárukám ale nemusí být tyto úrokové rozdíly příliš znatelné. Bankovní úvěry pro začínající podnikatele poskytují mimo jiné ČSOB, Česká spořitelna, Equa bank, Komerční banka či Reiffeisenbank. Úrokovou sazbu najdeme ve většině případů poblíž 9 % p.a. a maximální možná vypůjčená částka se pohybuje okolo 1 milionu korun českých. Dobu splácení můžeme najít jak jednoletou, tak dokonce až patnáctiletou.

Autorka diplomové práce by bankovní úvěry doporučila takovým startupům, které se bojí o své know-how při vstupu kapitálového partnera. Dalším možným adeptem by mohly být podniky s introvertními zakladateli, kteří mají strach z posměchu okolí při selhání, což ale samo o sobě může tvořit bariéru na cestě k úspěchu. Dále je tato forma financí vhodná pro firmy s kontroverzní oblastí působnosti, u které se zakladatelé mohou obávat jízlivých názorů okolí či v extrémních případech i ohrožení na životě, které by vyvstaly při počáteční komercializaci činnosti firmy při jiných variantách získávání peněžních prostředků.

4.6 Crowdfunding

Pod pojmem crowdfunding se nachází snad nejméně náročný (a zřejmě z toho důvodu také aktuálně velmi populární) způsob obstarávání finančních prostředků, který využívají nejen startupy či drobní podnikatelé. Často je využíván například vývojáři her, sportovci, cestovateli či influencery, a to za účelem získání finančních prostředků pro splnění jejich snu, profinancování účasti na soutěži na druhém konci světa, k proplacení cesty kolem světa apod. V krajních případech ho mohou využívat také politické strany k profinancování svých volebních kampaní. Jak již seznam uvedených účelů napovídá, pro úspěšnou crowdfundingovou kampaň je zapotřebí zaútočit na emoce lidí a přijít s něčím speciálním.

Pojem je složen ze slov crowd – dav lidí, a funding – zajišťování peněz, což vystihuje princip jeho fungování - dav lidí financuje. K financování startupového projektu dochází směrem od velkého množství jednotlivců, kteří se po menších či větších částkách skládají na sumu, která je startupem požadována (Buchalceová, 2018). Odměny za poskytnutý příspěvek se liší portál od portálu, startup od startupu. Dříve bylo možné získat pouze odměnu ve formě služby, výrobku nebo zážitku (poskytovaným tím, do koho investor vložil finanční prostředky), ale od tohoto principu se již pomalu upouští a můžeme najít portály, na kterých prostřednictvím crowdfundingu investor obdrží odměnu ve formě mikropodílu ve společnosti. Můžeme se setkat s členěním crowdfundingu na 4 typy (Crowder, 2018):

- **benefiční** – financování společensky prospěšných projektů, odměnou je pouze dobrý pocit z příspěvku;
- **odměnový** – běžná forma, kdy lidé za svůj příspěvek obdrží věcnou odměnu;
- **půjčkový** – P2P platformy, odměnou je úrok;
- **podílový** – odměnou je podíl ve firmě, do které je vložena investice.

Financování davem by se mohlo zdát jako naprostá jistota pro získání libovolného obnosu peněz, ale situace je ve skutečnosti mírně odlišná. Pro úspěch crowdfundingové kampaně je nutné, aby startup své potenciální investory dostatečně zaujal a aby určitým způsobem vyčníval nad jinými projekty, kterým běží kampaň současně. Racionální investor vždy ceteris paribus vybere takový projekt, který je atraktivnější a zajímavější, jelikož se u něj dá předpokládat větší šance na úspěch a větší zhodnocení vložených prostředků. Při snaze získat peněžní prostředky prostřednictvím crowdfundingu si startup v podstatě začíná budovat jakousi počáteční marketingovou kampaň, která se příliš neliší od způsobu propagace během pozdějšího chodu podniku. Principy jsou podobné, jen v této situaci se marketing nesoustředí

na prodej, ale na financování činnosti. Na základě vyzorovaných skutečností se autorka diplomové práce domnívá, že nejdůležitějším aspektem na cestě k úspěchu crowdfundingové kampaně je vytvořit zajímavý příběh a přicházet na trh s něčím originálním. Nejvhodnější produkty pro crowdfunding jsou takové, které mohou být obecně prospěšné (například vytvoření produktu šetrnějšího k životnímu prostředí než jsou jeho dosud existující substituty) nebo zjednodušující (zde se dá uvést například existující Turrus MOX a jeho router, který je lehčí a hezčí, než jeho předcházející verze Turrus Omnia (Kreč, 2018)).

Tento způsob financování není ale pouze o získávání peněz. Vedlejším „produktem“ kampaně je takzvaný Proof of Concept neboli ověřování, zda vůbec o nabízený produkt bude na trhu zájem. Pokud startup nedokáže vybrat „ani vindru“, je to jasným znakem budoucího neúspěchu v situaci kdy zakladatelé startupu svůj koncept nezmění a budou shánět peníze jinými způsoby. Pokud se povede získat potřebné peníze, může to být také příznivou motivací pro další, více sofistikovanější a majetnější investory. Startupové projekty orientované na B2C trhy mohou navíc za pomoci crowdfundingu získat zákazníky, kteří si rádi koupí produkt, do kterého investovali.

Jednoznačnou předností klasického davového financování je skutečnost, že se startup nemusí vzdát žádného podílu ve firmě, zároveň nemusí peněžní prostředky svým investorům vracet a nemusí platit žádné úroky. Výhodou je také to, že si zakladatelé projektu mohou vyzkoušet jeho propagaci naostro. Za poskytnutí peněz jsou investoři odměněni předem definovaným honorářem, který je většinou určen podle velikosti příspěvku. Nevýhodou je zákonitá nutnost platit daně z vybrané částky (po odečtení nákladů na její sesbírání). V podstatě jediným rizikem může být neúspěch, který nastane v důsledku nepovedené kampaně, na základě čehož se nepodaří žádanou sumu finančních prostředků od lidí získat. Jelikož v crowdfundingu platí pravidlo „všechno nebo nic“, tak v takové situaci startup odchází s nulovými financemi, ovšem v průběhu kampaně zcela jistě získá pozornost potenciálních zákazníků a může těžit z dalších zkušeností, které během kampaně nabral.

Autorka diplomové práce by doporučovala každému, kdo uvažuje o využití této metody financování, důkladné prozkoumání jednotlivých portálů, jejich podmínek, výhod a nevýhod a také provedení průzkumu, zda na těchto platformách již není „zavěšen“ projekt podobný tomu, který dotyčný plánuje.

Za celosvětově nejznámější jsou považovány weby Kickstarter a Indiegogo. Na území ČR působí aktuálně následující:

- Peněždroj;
- Fundlift;
- Investor.cz;
- Startovač;
- HitHit.

Data uváděná v následujícím textu jsou zjištěna z webových portálů jednotlivých platform. Za klasické představitele crowdfundingu je možné považovat Startovač či Hithit, které jsou zároveň nejznámějšími portály na našem území. Běžně na těchto portálech běží okolo 50 projektů, Hithit mívá běžících projektů obvykle více. Podílové crowdfundingové platformy v ČR představují Fundlift a Investor.cz (obě lze řadit také k období Business Angels sítí či platform pro investice do rizikového kapitálu startupů). Všechny uvedené platformy mají své sídlo v centru všeho dění – v Praze. Průměrná délka sbírky činí 39 dní, ale v závislosti na zvolené platformě se může délka pohybovat od 10 dní (Peněždroj) po 60 dní (Startovač). Všechny platformy poskytují možnost platby bankovním převodem, ale můžeme se setkat také navíc s možností platby prostřednictvím PayPal či SMS. Některé z platform mají určenou minimální výši příspěvku, jiné mají pouze doporučenou minimální výši. Provize portálu se pohybují od 5 % (Fundlift, Startovač) po 9 % (Hithit, Startovač). Například u Startovače můžeme pozorovat tři možné výše provize v závislosti na výši požadované vybrané částky. Provize se vyplácí pouze z úspěšných projektů, tudíž pokud se částka nevybere, portál provizi nezíská. Zajímavou odlišností portálů jsou také transakční poplatky. U Fundliftu se neplatí žádné, za to Peněždroj informuje o specifickém poplatku 10 Kč za každou vrácenou transakci, jestliže dojde k investici do neúspěšného projektu. Běžnou záležitostí zbývajících portálů je poplatky za platbu kartou či přes PayPal. Nejvyšší procento lze pozorovat u Startovače v rámci SMS plateb, kdy tento poplatek činí průměrně 15,315 %. Jelikož rozsah práce neumožňuje zkoumat portály příliš dopodrobna, je zapotřebí zmínit, že startup, který se rozhodne pro zveřejnění svého projektu přes crowdfundingovou platformu, by měl brát v potaz i jiné aspekty, než jaké jsou rozebírány.

5 ROZBOR METOD NEFINANČNÍ PODPORY START-UPŮ

V této kapitole dochází k vymezení způsobů, kterými lze podpořit start-upy, přičemž jejich primárním cílem není vkládat do podniku kapitál ani poskytovat finanční zdroje. Některé metody nefinanční podpory v rámci své činnosti poskytují start-upům peněžní prostředky, ale důležitou odlišností od finanční podpory je skutečnost, že větší pozornost věnují na výpomoc formou mentoringu⁸, poradenství, networkingu, poskytování zkušeností, zázemí či spolupráce.

5.1 Webové portály pro startupy

Pro existenci startupů je zásadní mít možnost získávat kvalitní zaměstnance, kteří budou schopní startup vystřelit rychle vzhůru. Velké korporace mají nespornou výhodu v dlouholeté existenci, z níž plyne stabilita existence firmy lákající potenciální zaměstnance. Další odlišností boje o zaměstnance u velkých společností je možnost zviditelnění se jednak běžným marketingem, a jednak prostřednictvím specializovaných portálů, jakým je například velmi propracovaný web Proudly. Startupy mají tedy mnohem omezenější možnosti, čehož si v roce 2012 všiml zakladatel pracovního portálu StartupJobs. Ten má za úkol propojovat zájemce o práci pro startupy a startupy, které prostřednictvím něj mohou inzerovat volné pracovní pozice. Tento portál selektuje pouze startupové projekty, čímž nedochází ke smísení s velkými firmami, které pouze hledají zaměstnance s chutí učit se a zlepšovat.

Portál ale neposkytuje pouze možnost najít si pro své podnikání zaměstnance, nýbrž umožňuje najít si spoluzakladatele. Dále zaměstnanci portálu napomáhají inzerujícím firmám s jejich inzeráty, aby fungovaly a nalákaly kvalitní zájemce. Velmi zajímavou součástí webu jsou také testy znalostí z oblastí marketingu, designu, programování, jazyků a dalších odborných dovedností. Kompletní seznam těchto testů je uveden v Příloze 3. Všechny testů se lze účastnit v základní „Junior“ verzi a to bezplatně. Další dvě verze jsou „Advanced“ a „Senior“, jejichž obtížnost se stupňuje, a podmínkou testování je pouze dosažení určité úspěšnosti v předcházející úrovni. Startupy mohou k posuzování uchazeče o pracovní pozici využívat tyto testy k posuzování jeho odborné způsobilosti. Aktuálně bylo vyplněno již 124 944 testů a to znamená, že jsou hojně využívány (StartupJobs, © 2012 – 2019a).

⁸ Mentoring představuje profesionální přístup mentora a mentorovaného. Mentor předává své cenné zkušenosti a rady z oblasti podnikání, které mentorovaný posléze využívá ve své činnosti.

5.2 Soutěže pro startupy

Pro začínající podniky je téměř bezrizikovou variantou podpory účast na start-up soutěži. Takovéto akce se pořádají jak na domácí půdě, tak i v zahraničí, a to v ne zrovna malém množství. Firma může vyhrát peněžní částku od desítek tisíc až po miliony, což ale není jediná věc, ze které při účasti na takové akci může těžit. Získává si konexe, zájem publika, upozorňuje na sebe, láká zákazníky a především také investory, získává zkušenosti a i v případě prohry se může poučit od ostatních startupů.

Existují soutěže, které jsou komplexní pro celé startupové odvětví, ale máme na výběr také soutěže zaměřené pouze pro ženy podnikatelky či pro různé obory. Mohou být jak lokální či národní, tak i mezinárodní, které většinou přináší mnohem lukrativnější odměny i zázemí.

Výhodou oproti většině forem podpor je úplně minimální selekce účastníků, takže se o výhru může ucházet v podstatě jakýkoliv startup. Četné množství výhod bylo definováno v prvním odstavci, k nimž je nutné připočítat i obdržení cenné zpětné vazby porotců soutěže, kteří zhodnotí kvalitu byznys plánu, který před nimi startup odprezentuje.

Na domácí půdě si popularitu získaly soutěže Vodafone Nápad roku, Startup roku, InnovMatch, StartupAwards či Startupper roku.

5.3 Coworking

Určitou formou podpory drobných začínajících podnikatelů je realizace coworkingových center, což jsou sdílené kanceláře. Většina zakladatelů v zárodku nemá k dispozici vlastní prostory a finanční prostředky vkládá do jiných, pro byznys důležitějších věcí. Z tohoto důvodu využívají sdílené kanceláře a mohou tedy šetřit na pronájmu prostor. Coworking nejenom že poskytuje střechu nad hlavou, ale také vytváří možnost spolupráce s dalšími členy sdílené kanceláře a eliminuje nedostatky vznikající při práci z domu (či internetové kavárny). Podnikatel má možnost nejen pronájmu sdílené kanceláře, ale může využívat také zasedací místnosti, tiskárny, skartovací zařízení, promítací zařízení i internetové připojení.

Coworkingová centra realizují různá školení, jazykové kurzy, workshopy, či specifické akce zaměřené na ženy – podnikatelky. Taková centra, která jsou kvalitnější, dokonce nabízejí možnost studia literatury z vlastní coworkingové knihovny a pronájem notebooků.

Startupy, které využívají coworking, nejsou sdílenými kanceláři většinou nijak omezovány. Právě naopak, mělo by zde docházet ke kooperaci a využívání mezioborových zkušeností, které se začínajícím podnikatelům mohou hodit. Zároveň si mohou předávat cenné

poznatky z praxe, radit se ohledně administrativních či právních náležitostí a motivovat se k činnosti. Centrem coworkingu je Praha, což lze vidět i z mapy těchto zařízení, která je zobrazená v Příloze 4.

5.4 Impact Hub

S pojmem coworking přímo souvisí jejich odnož, Impact Huby. Jsou to v podstatě coworkingová místa, která jsou soustředěna na inovace a rozvoj podnikání – oproti běžným coworkingovým prostorům se vyznačují více moderními prostory a aktivnějším přístupem. Význam slova Impact je v češtině překládán jako dopad či vliv, a mělo by napovídat, že Impact Hub (hub překládáme jako středisko) hledá přesah podnikání a zaměřuje se na nalézání určitého hlubšího smyslu (Cocuma, [2019]). Fungují jako kluby, nikoliv jen jednorázové prostory, díky čemuž se uvnitř každého buduje komunita a členové mohou těžit z pocitu sounáležitosti a vzájemné podpory. V České republice jsou veškerá tato střediska ve vlastnictví společností Hub Ventures a.s., která mimo ně vlastní i konzultační centrum Hub Innovation.

Výhodou využití Impact Hubu oproti coworkingu je možnost účastnit se na akceleračních programech, jelikož mnohdy bývají tato střediska jejich hostiteli. Aktivně pořádají vlastní akce a soutěže, kterých se členové hubu mohou účastnit. Díky nim si mohou vyzkoušet prezentaci svého podnikání, získat zpětnou vazbu a využít kritiku pro posun kupředu. Členové klubu také těží z poskytovaného mentoringu a konzultací.

Na rozdíl od běžných soukromých coworkingových center jsou Impact Huby součástí celosvětové sítě, která sdružuje přes 17 500 členů. Po celém světě existuje 106 těchto středisek a na území České republiky jsou využívány přes 1 700 lidmi. (Cocuma, [2019])

Jak je zřejmé, poskytují tato komunitní centra mnohem více příležitostí, než klasická coworkingová centra. Oproti nim ale mají nevýhodu v tom, že v ČR se nachází pouze v Praze (hned dvakrát), Brně a Ostravě. Náklady na využívání jsou ale překvapivě nižší, než je tomu u coworkingu. Zatímco za coworking v Praze běžně start-up zaplatí okolo 1 500 Kč až 8 000 Kč měsíčně, za měsíční členství v Impact Hubu vydá od 790 Kč po 6 890 Kč.

Následuje srovnání českých Impact Hubů. Výstupem srovnávání je tabulka, kterou může čtenář nalézt v Příloze 5. Pokud do ní čtenář nahlédne, uvidí veškeré dostupné tarify, jejich ceny a odlišnosti. Tarif Off Peak poskytující přístup pouze mimo běžnou otevírací dobu nabízí jako jediné brněnské centrum. Tento tarif je určený pro práci v noci a o víkendech, kdy

členové mohou čerpat stejné výhody, jako 60 hodinoví členové. Ti mají také shodnou cenu členství, jediný rozdíl je v časové přístupnosti.

Jako nejlepší tarify ve všech centrech se jeví Unlimited a Fix Desk, u kterých mohou členové čerpat kompletní spektrum výhod. Dotyčný si musí pouze rozmyslet, zda mu stojí za příplatek pevné pracovní místo, nebo mu nevadí, že si každé ráno sedne k jinému stolu. Tyto tarify mají dokonce neomezené časové rozpětí, během kterého mohou prostory využívat, což je nespornou výhodou oproti hodinovým tarifům.

Pokud se zaměříme na dostupné tarify a jejich ceny, pak je zřejmé, že Pražské prostory jsou značně finančně náročnější. V Ostravě zaplatí člen za tarif Fix Desk pouze 3 290 Kč měsíčně, kdežto na Vinohradech ho bude členství stát 6 890 Kč, což je o 109 % více. Značné cenové rozdíly lze najít u všech tarifů také mezi pražským Smíchovem a Vinohrady. Za denní přístup ale dotyčný zaplatí v obou pražských centrech stejnou sumu 390 Kč. V Brně a Ostravě zájemce o denní vstup zaplatí o 100 Kč méně. Nevýhodou denního členství je nedostupnost většiny členských výhod.

Huby umožňují také internetové připojení na komunitu, právě z důvodu jejich existence pouze ve třech českých městech. Členem online komunity se start-up může stát za 350 Kč měsíčně. Na základě členství může těžit ze vznikajícího networkingu, akceleračních programů a členských akcí. Navíc má k dispozici 90 minut konzultací od profesionálů.

Při pohledu do Tab. 1 lze vidět otevírací dobu jednotlivých Impact Hubů. Při analýze cen byly zjištěny rozdíly mezi pražskými centry, a pokud se podíváme na jejich otevírací dobu, můžeme vidět, že vzhledem k tomu, že vinohradské centrum je otevřeno o 3 hodiny denně déle oproti Smíchovu, můžeme považovat cenové rozdíly za smysluplné.

Tab. 1: Otevírací doba Impact Hubů

	Otevírací doba
Vinohrady	8:00 - 21:00
Smíchov	8:30 - 18:30
Brno	8:00 - 18:00
Ostrava	7:30 - 17:30

Zdroj: Vlastní zpracování

5.5 Inkubátory

Podnikatelské inkubátory jsou fyzická místa provozovaná soukromými osobami nebo jako součást vědeckotechnického parku⁹, kterých může startup využívat v podstatě po jakoukoliv dobu. Setkáváme se s obdobím na pár měsíců, i s několikaletými smlouvami. Během tohoto období cílí startup na svůj rozvoj, spolupracuje s jinými podnikateli v inkubátoru, mentory a případně i investory.

„Inkubace firem je další možností podpory vzniku a rozvoje inovačního podnikání především malých a středních podniků a je důležitým faktorem pro vznik podnikatelsko – inovační sítě mezi vysokými školami, výzkumnými institucemi a samotnými podniky.“ uvádí webové stránky CzechInvest (© 1994–2019b). Z této definice můžeme vyvodit, že inkubaci je nejvhodnější využívat v počáteční fázi podniku, která bývá nejkritičtější. Většina zdrojů se shoduje na tom, že podnik, který do inkubátoru vstupuje, by měl mít již rozpracovanou počáteční myšlenku, kterou by rád dotáhl do konce a kompletně ji dopracoval. Z výše uvedené definice je také vidět, že využití inkubátoru je z logiky věci umožněno pouze takovým podnikatelům, kteří přichází s inovativním nápadem v moderním oboru (jedná se zejména o obory zaměřené na biotechnologie, geotechnologie, nanotechnologie a jimi podobné).

Inkubátory primárně slouží k poskytování dotovaného pracovního prostředí (tj. kanceláří, laboratoří, výrobních dílen), k tomu i nových zkušenosti a znalosti prostřednictvím přednášek, workshopů či mentoringu. Každý projekt zapojený do inkubátoru mívá svého kopilota, což je taková osoba, která věnuje svou pozornost zejména tomuto projektu a to velmi detailně, přičemž na denní bázi poskytuje cenné rady a bývá požadováno, aby měl i určité slovo uvnitř podniku, aby ho mohl směřovat správným směrem. Co se týče financí, tak peněžní prostředky získané díky inkubaci bývají v menších částkách, většinou se jedná o šestimístné číslo. Za danou investici do podniku bývá požadován obvykle minoritní podíl, maximálně 10%.

V České republice se bavíme o velkém množství inkubátorů, jejichž kompletní seznam v podstatě není možné dohledat. Analýza jednotlivých inkubátorů by postrádala smysl, jelikož start-up sáhne většinou po tom nejbližším, který poskytuje konkrétní výhody požadované podnikem. Je tedy vždy na zvážení podniku, pro jaký inkubátor se rozhodne.

⁹ Vědeckotechnický park je akademicky blízká podnikatelská infrastruktura poskytující síťové spojení podniků a akademických zaměstnanců či studentů. V ČR máme téměř 50 vědeckotechnických parků.

5.6 Akcelerátory

Akcelerátor se v mnoha aspektech odlišuje od inkubátoru. Zatímco inkubátor je zaměřen primárně na inovativní projekty zaměřené na moderní témata v jejich počátečních stádiích, akcelerátor se soustředí na již nějakou dobu existující MSP, kterým napomáhá akcelarovat (zrychlit) jejich vývoj, hledat nové partnery a nové poskytovatele potřebného kapitálu. U akcelerátoru se setkáváme s mnohem kratší spoluprací, která je naplněna skutečnou intenzivní prací. Takovým průměrem časového horizontu jsou 3 měsíce.

Stejně jako inkubátor je i akcelerátor spojen ve většině případů s požadavkem na minoritní obchodní podíl ve start-upu. Akcelerátory nebývají spojovány s příliš vysokou finanční pomocí. Jejich investice dosahují podobné výše jako inkubátory, tj. šestimístné částky.

Využití akcelerátoru je vhodné až v situaci, kdy má podnik zajištěné seed investice, které by měly běžet paralelně s účastí na akceleračním programu. Během akcelerace by mělo dojít k přechodu od seed investic k jiným způsobům financování provozu podniku. Například JIC má speciální programy vytvořené na míru životní etapě podniku:

- JIC Enter – pro jednotlivce/tým s inovativním nápadem a alespoň prototypem výrobku, ještě bez platících zákazníků (Ceitec, 2015);
- JIC Master – pro maximálně tříleté firmy, které již mají platící zákazníky, mají inovativní produkt a jejich obrat nepřesahuje 10 milionů korun (JIC, 2019);
- JIC Platinn – pro technologické firmy starší tři let, které tvoří velkou přidanou hodnotu, mají škálovatelný produkt, více než 10 zaměstnanců (Pouchlá, 2017).

Jedná se spíše ale o výjimku, poněvadž většina akcelerátorů cílí pouze na skutečně počáteční fáze života startupu.

5.7 Univerzity

Vysoké školy ve značné míře mohou napomáhat v činnosti startupových projektů. Podnikatelé mohou přicházet s žádostí o provedení výzkumných prací za využití vybavení technicky či elektronicky zaměřených fakult, mohou žádat o spolupráci na různých úrovních či přicházet s náměty na závěrečné práce studentů, které by jim mohly pomoci například zmapovat jejich tržní příležitosti či aktuální ekonomickou situaci. Naprosto dokonalým příkladem je spolupráce Univerzity Pardubice a začínající společnosti Pastee v akademickém roce 2018/2019, kdy se studenti čtvrtého ročníku v rámci studia pokusili vymyslet smysluplný marketingový základ pro propagaci společnosti a jejích produktů. Při zmínění univerzitní podpory nelze opomenout ani vědecko-technické parky při jednotlivých univerzitách, které mohou startupy využívat rozličnými způsoby.

6 ROZBOR METOD STÁTNÍ A EVROPSKÉ PODPORY

Existence stabilního a aktivního podnikatelského sektoru v oblasti MSP je pro Evropskou unii i pro Českou republiku jedním z důležitých pilířů. Jejich orgány si jsou velmi dobře vědomy, jak důležité činnosti vykonávají a jaká je významnost MSP. Jak na státní úrovni, tak i na té evropské, dochází k zesilování podpory tohoto sektoru podnikatelů.

Za velmi významnou činnost Evropské unie autorka diplomové práce považuje snahu o stabilizaci hospodářských úrovní jednotlivých členských států, stejně tak jako eliminaci rozdílů mezi nimi. To vede k posilování konkurenceschopnosti evropských států (a tedy i ČR) ve světě. Společná obchodní politika a rozvíjení spolupráce mezi jednotlivými státy ve velké míře přispívá k příznivým podmínkám podnikání v České republice.

Podpora MSP v ČR na státní úrovni je orientována na zlepšování přístupnosti kapitálu (např. záruky za úvěry, příspěvky na úroky, dotace, záruky investorům rizikového kapitálu aj.), na zlepšování přístupu, který MSP má k různým formám informací a k poradenství (např. provozem Regionálních poradenských a informačních center, Regionálních rozvojových agentur aj.). Dále se stát snaží o zapojování MSP do Programů Evropské unie a v poslední době se stále více mluví o pokusech vedoucích ke zjednodušení legislativních aspektů podnikání (např. zahájení podnikání, daně, účetnictví). Státní finanční podpora bývá poskytována formou (Dvořáček, 2003, str. 131):

- návratné finanční výpomoci;
- dotace;
- finančního příspěvku;
- záruky;
- úvěru se sníženou úrokovou sazbou.

Můžeme pozorovat, že startupy preferují spíše nestátní formy podpory podnikání, což může být dáno například jejich nedostatečnou informovaností o různých způsobech podpory ze státního rozpočtu. Dalším důvodem může být legislativní náročnost a s tím související vysoké náklady na vypracování projektů na čerpání těchto prostředků (Ježková a Ježek, 2011).

6.1 CzechInvest

O státní podporu MSP v ČR se stará mimo jiné agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest, což je příspěvková organizace, která je podřízená MPO ČR. Její největší snahou je posílení konkurenceschopnosti MSP. V rámci této snahy se zajímá o zlepšení podnikatelské infrastruktury a podporu inovací. Velký význam má také dojednávání zahraničních investic do České republiky. Poskytuje celou škálu služeb (CzechInvest, © 1994–2019a):

- pomoc při realizaci investičních projektů;
- poradenství zahraničním investorům při investicích na území ČR a poskytování After Care služby;
- zprostředkovávání kontaktu s orgány státní správy a místní samosprávy;
- propojování podnikatelů s výzkumnou, vývojovou, či akademickou sférou;
- správa databáze podnikatelských nemovitostí;
- správa databáze českých dodavatelů;
- státní investiční podpora;
- napomáhání startupům v rozvoji prostřednictvím vlastních programů.

Pro účely této diplomové práce je z činnosti CzechInvestu nejdůležitější poskytování služeb cílených přímo na startupy. Těch má ve svém portfoliu hned několik. Obecně pomáhají jeho činnosti se startem firmy, s expanzí na zahraniční trhy či s hledáním investora. Základními projekty jsou CzechStarter, CzechAccelerator, CzechMatch, CzechDemo a CzechLink StartUp. Další zajímavou činností je organizace různých startupových soutěží (např. Creative Business Cup 2019). Nesporně významnou činností je také provozování projektu CzechStartups.

Czech Starter

Účast v tomto projektu dovoluje podniku až 7 měsíců rozvíjet své podnikatelské aktivity za pomoci poskytování služeb mentoringu a poradenství. Vybrané (ty nejlepší) startupy z tohoto programu mají navíc možnost načerpat cenné zkušenosti a absolvovat 2 týdenní program v Silicon Valley¹⁰, díky čemuž nahlédnou do vysoce vyspělého ekosystému startupů.

¹⁰ Silicon Valley je oblast v Kalifornii, kde se nachází nejvíce propracovaný podnikatelský ekosystém, jehož součástí jsou magnáti jako například Google, Apple, Hewlett-Packard, Philips či Facebook. Vzniklo zde centrum pro technologický rozvoj a vysoká koncentrace technologicky zaměřených firem zde umožňuje vytvářet extrémní množství inovací.

Program je určen pro MSP, které mají inovativní, již existující produkt, případně jeho prototyp či beta verzi (nejedná se tedy o seed). Stáří podniku musí být maximálně tři roky a množství zaměstnanců nesmí přesáhnout 50 osob. Podnik musí disponovat růstovým potenciálem a zároveň potenciálem k obsazení nadnárodního trhu. Zajímavou podmínkou účasti v programu je umístění provozovny mimo hlavní město Praha, čímž v podstatě umožňují participaci podnikatelů mimo centrum většiny startupového dění.

Konkrétně může podnik profitovat ze 4 aspektů tohoto projektu (CzechInvest, [2019d]):

- **mentoring** – 1v1 setkání s mentory, 40 až 150 hodin, v hodnotě až do 375 tis. Kč, předávání praktických zkušeností;
- **poradenství** – v hodnotě až do 800 tis. Kč;
- **networking** – v hodnotě až 50 tis. Kč, umožnění prezentace podnikatelského záměru před partnery a investory;
- **zkušenosti ze Silicon Valley** – v hodnotě až do 275 tis. Kč, nahlédnutí do centra podnikatelské exploze plné zkušeností, kdy mají start-upy k dispozici školení, překlady, networkingové akce, meetingy a jiné.

Od roku 2016 CzechStarter podpořil prozatím 20 startupů, může se pyšnit 60 mentory a celkovou částkou dosahující 5 milionů korun věnovanou na podporu těmto 20 startupům.

CzechAccelerator

Ačkoliv označení „český akcelerator“ může vzbuzovat dojem ryze českých aktivit s ním spojených, jedná se ve skutečnosti o inkubační proces uskutečňovaný v zahraničí. Tento program trvá 3 měsíce, během kterých má startup k dispozici kanceláře na zahraniční půdě a zároveň může využívat služby mentoringu a poradenství. Nejedná se ovšem jen o nějaké obyčejné zahraniční destinace, nýbrž o centra podnikatelských expertů. V aktuálním akceleračním programu (VII. výzva) mohou startupy vycestovat do Silicon Valley, New Yorku, Singapuru či Londýna.

Tento program je určen pro MSP obdobné charakteristiky jako u programu CzechStarter, s tím rozdílem, že podnik už nemusí být ryze startup, ale jeho stáří by mělo být mezi jedním rokem a sedmi lety. Navíc je důležité, aby jeho produkt měl potenciál dosáhnout komercializace v destinaci, ve které by během programu působil.

Startup může těžit z následujícího (CzechInvest, [2019a]):

- **podnikání v zahraničním inkubátoru** – 3 měsíce pronájmu pro 2 osoby, kryto 100 % nákladů;
- **zahraniční mentoring a poradenství** – kryto 100 % nákladů;
- **workshopy, networking** – nejen v rámci inkubátoru, ale také mimo něj, kryto 75 % nákladů;
- **marketingové materiály** – výpomoc s jejich přípravou (kryto 75 % nákladů) a s jejich překlady (kryto 50 % nákladů).

Mimo výše zmíněné CzechInvest proplácí také 50 % nákladů na poradenské služby týkající se ochrany duševního vlastnictví a 75 % nákladů na dopravu do cílové destinace. Prozatím mělo možnost účastnit se tohoto programu 25 podniků.

CzechMatch

Zahraničí se týká také projekt CzechMatch, což je týdenní akcelerační program v různých destinacích. Ten má za úkol připravit adekvátní prezentaci podnikatelského projektu pro úspěšné přesvědčení investorů a partnerů v zahraničí. Podniky, které se mohou účastnit tohoto programu, odpovídají podnikům s možností účasti v akcelérátoru, je ale zapotřebí aby navíc byl tento podnikatelský projekt schopný zaujmout investory, na které tento program cílí.

Přínosy CzechMatch mohou být (CzechInvest, [2019c]):

- **zkušenosti** – ty podnik získá prostřednictvím workshopů a mentoringu zkušených mentorů CzechInvestu;
- **investor** – možnost získat kapitálový vstup nejednoho zahraničního investora;
- **networking** – umožnění představení podnikatelského projektu na naprosto odlišném trhu, než je ten český, obdržení zpětné vazby a navázání kontaktů.

Součástí podpory CzechInvest je taktéž proplacení letenek pro 2 osoby do cílové destinace. Této formy podpory prozatím využilo 9 startupů.

CzechDemo

Zřejmě nepřístupnější formou startupové podpory poskytované CzechInvestem je právě tento program, jež umožňuje podnikům účastnit se některé z mezinárodních významných akcí jako vystavující. Samotné účasti předchází ještě běžný mentoring a příprava propagačních materiálů.

CzechDemo může využít takový český podnik, který má stejně jako v případě CzechStarteru alespoň beta verzi produktu, ale stáří firmy může dosahovat až 5 let. Oproti předcházejícím programům nemusí disponovat potenciálem k rychlému růstu, postačujícím kritériem je motivace k mezinárodnímu působení.

Podnik využívající této podpory získává (CzechInvest, [2019b]):

- **účast na akci** – zafinancování vstupného a poplatků vystavujícího podniku;
- **mentoring a poradenství** – až 10 hodin;
- **marketingové materiály** – výpomoc s přípravou a překlady;
- **networking** – prostřednictvím účasti na výstavě, žádný řízený.

CzechInvest stejně jako v předcházejících programech proplácí letenky pro dvě osoby. Aktuálně se podniky mohou přihlašovat k účasti na akcích Web Summit Lisbon a TechDay London. Tento program mohlo prozatím využít 41 startupů.

CzechLink StartUp

K propojování tuzemských i zahraničních investorů s tuzemskými startupy vytvořil CzechInvest svou vlastní platformu. Ta funguje na principu business angel sítě, která již byla rozebírána v předchozích kapitolách práce. Navíc ale umožňuje také propojení s fondy rizikového kapitálu, čímž je oproti běžné síti odlišná.

CzechStartups

Pro startupovou scénu je velmi významným projekt CzechStartups.org, což je portál sloužící k budování a podpoře české komunity startupistů. CzechInvest chápe, že startupy jsou mladým sektorem s rychlým rozvojem, který je hlavním zdrojem inovací a technologických pokroků. Právě z tohoto důvodu je důležité jejich komunitu podporovat nejen finančně, ale také informacemi a budováním jednoty.

Tento portál je online centrem pro začínající podniky na území ČR. Měl by poskytovat informace ze světa startupů, informace o organizovaných akcích, aktuálních programech a projektech podpory podnikání, soutěžích pro startupy a dalších podobných tématech.

6.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

MPO se prolíná mnoha různými druhy podpor, ale v samostatném vymezení je důležitou formou podporující start-upy jeho rozmanité programové portfolio. Autorku diplomové práce zaujal program **VADIUM**. Ten představuje realizaci fondu pro poskytování záruk pro MSP. Program cílí na podporu MSP co se týče realizace zakázek na území České republiky. Záruka je poskytována Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou, a.s., a to až do výše 5 milionů korun. (ČMZRB, [2019])

Dalším zajímavým programem, na kterém se podílí ČMZRB je **INOSTART**, který se také zabývá poskytováním záruk k úvěru poskytovaný od České spořitelny (požadavek). V rámci tohoto programu je možné úvěr využít nikoliv na realizaci zakázek, ale na pořízení zásob či majetku podniku. Podmínkou tohoto programu je délka života firmy maximálně tři roky. (Česká spořitelna, [2020])

Tyto programy samy o sobě nepřinášejí žádnou z dosud rozebíraných finančních či nefinančních podpor, ale umožňují podniku lepší přístup ke kapitálu. Nevýhodou jakéhokoliv procesu získávání podpory od MPO je dlouhé řízení, které probíhá jak na straně státu (ministerstva), tak i na straně banky poskytující finanční prostředky.

6.3 Technologická agentura ČR

Jako poslední z formy státní podpory rozhodně stojí za zmínku nepříliš známé programy Technologické agentury České republiky. Jedná se o organizační složku státu, jejíž náplní by mělo být zvyšování intenzity spolupráce mezi podnikateli a organizacemi zabývajících se výzkumem. Ve svém portfoliu se může pyšnit mnoha programy zaměřenými na různé aspekty své činnosti. Pro podporu start-upů jsou zajímavé zejména programy GAMA 2, EPSILON a ZÉTA.

GAMA 2

Cílem je podpora přesunu získaných znalostí při uskutečněných výzkumech a vývoji, a to navzájem mezi podniky a výzkumnými organizacemi. Snaha by měla směřovat k praktické realizaci poznatků z výzkumu a vývoje a využití ke komerčním účelům. Program má určenou dobu trvání na období let 2020 až 2022 a skládá se ze dvou podprogramů, které se liší zaměřením i tím, kdo je příjemcem poskytované podpory. (Technologická agentura ČR, [2019b])

EPSILON

Snaha směřuje ke zlepšování konkurenceschopnosti české ekonomiky, která by měla disponovat adekvátními znalostmi. Mělo by dojít k posílení české pozice na globálních trzích. Mimo jiné se program snaží také o tvorbu prostředí příznivého k prožívání kvalitního života. Cílem je podpořit takové projekty, které mají výsledky disponující potenciálem k rychlému uplatnění v inovacích všeho druhu. Realizace začala v roce 2015 a pokračovat by měla až po rok 2025. (Technologická agentura ČR, [2019a])

ZÉTA

Aby bylo možné vychovávat a budovat společnost smýšlející inovativně a moderně, je zapotřebí zapojit do činnosti také akademickou sféru. K tomu slouží program ZÉTA, jehož náplň směřuje k umožňování spolupráce v oblasti výzkumu a vývoje mezi podniky a studenty (studentkami) magisterských či doktorských programů. Nejen, že by mělo dojít ke zvýšení využívání poznatků výzkumu v praxi, ale zároveň si agentura klade za cíl zvýšení zájmu studujících o projekty, které mají praktický dopad, spíše než o teoretické poznatky. Právě tito studenti jsou následně nenásilně poháněni svými zkušenostmi, jež mohou být užitečné při zakládání vlastního start-upu či při zaměstnání uvnitř již rostoucího. Realizační období je stanoveno mezi lety 2017 a 2025. (Technologická agentura ČR, [2019c])

6.4 Regionální poradenská a informační centra

Poradenské společnosti pro podnikatele fungující na regionální příslušnosti jsou Regionální poradenská a informační centra (dále RPIC). K dnešnímu dni máme v ČR 34 RPIC, která mohou MSP poskytovat bezplatné konzultace a další poradenské služby

za zvýhodněné ceny. Cenově zvýhodněné je také poskytovaná pomoc při tvorbě plánů a projektování. RPIC navíc poskytují pomoc při získávání úvěrů u bankovních institucí a mohou začínajícímu podnikateli přinést zajímavé informace. Slouží také k organizaci vzdělávacích seminářů zaměřených na podnikatele, kdy může v jisté míře docházet k rozvoji networkingu. Neposkytují podniku žádné finance.

6.5 Finanční podpora ze strany Evropské unie

V dnešní době je téměř nemožné nevšimnout si, jak významnou pomoc českému podnikatelskému prostředí přináší Evropská unie. Nejen, že iniciuje spoustu aktivit podporujících startupy, ale také prostřednictvím svých fondů poskytuje finance pro české podnikatelské inkubátory, rozvoj podnikání v naší zemi i pro zvýšení inovativní perspektivy. Poskytuje mnohé varianty dotací a projekty cílící na konkurenceschopnost Evropy a rozvoj Průmyslu 4.0. Významnou oporou pro startupy mohou být například programy (Evropský účetní dvůr, 2019):

- **COSME** – záruky MSP na úvěry do 150 tis. EUR;
- **InnovFin** – záruky vč. úvěrů pro podniky s inovativním potenciálem, financování vývoje a výzkumu;
- **Kreativní Evropa** – úvěry pro MSP týkajících se kultury či kreativity;
- **Program pro zaměstnanost a sociální inovace** – úvěry do 25 tis. EUR pro mikropodniky a zájemce o založení mikropodniku;
- **ESI fondy** – Evropské strukturální a investiční fondy, víceleté programy spolufinancované EU.

Finanční systémy EU

Přístup MSP k úvěrům a dalším formám financí poskytují finanční systémy Evropské unie. K poskytování zvýhodněných úvěrů slouží zejména bankovní instituce, na jejichž bedrech následně leží veškeré rozhodovací pravomoci.

Na portále europa.eu (Evropská Unie, [2019]) lze nalézt komplexní pohled na přístupnost evropských finančních prostředků. Pokud je zadána charakteristika podle následujícího obrázku, pak najdeme 14 možných přístupových bodů.

Zvolte region
 Česko
 Česko
 - nezáleží -

Kategorie podniku
 mikropodniky (< 10 zaměstnanců)

Výše finančních prostředků
 Zobrazit vše

Druh financování
 Úvěr / Záruka Vlastní kapitál / Rizikový kapitál

Investiční zaměření
 Začínající podnikání, Počáteční fáze

Zdroje financování
 Vyberte některé z možností

Hledat klíčová slova:

Obr. 5: Vstup pro zjištění přístupnosti finančních prostředků EU

Zdroj: Evropská Unie, [2019]

Výstup je uveden v Příloze 6. V něm je zřetelné, že veškeré finanční prostředky poskytované z evropských peněz pro začínající podnikatele prostřednictvím nebankovních společností jsou charakterizovány jako rizikový kapitál. U bank se setkáváme s možností využití těchto peněz pro poskytnutí úvěrů či bankovních záruk. Nejčtenějším subjektem ve výstupu je Česká spořitelna, která se tedy jeví jako startupově nejpřívětivější.

Fond fondů OP PIK

Vzhledem k tomu, že MPO čerstvě vydalo prohlášení o spolupráci s Evropským investičním fondem, prostřednictvím které dochází k realizaci Fondu Fondů OP PIK, „v rámci něhož budou investovány prostředky do začínajících inovativních společností v seed a start-up fázi prostřednictvím vybraných nově vzniklých fondů“ (Ministerstvo průmyslu

a obchodu, 2017a), autorka diplomové považuje za důležité zmínit tuto spolupráci jako první možnost státní či evropské podpory podnikání startupů.

Samotné MPO uvádí, že účelem této spolupráce je podpořit trh rizikového kapitálu a jeho rozvoj, přičemž se pokusí poskytnout finance nadějným startupovým projektům, a to v jejich nejrizikovější fázi, čili v počátcích. V rámci tohoto mohou podnikatelé nejen dosáhnout na evropské finance, ale mohou se také účastnit akceleračního programu cíleného na rozvoj jejich podnikání, ve kterém obdrží poradenství a mentoring. Uvnitř tohoto fondu fondů se ukrývá 40 milionů EUR, které jsou rozděleny mezi dva samostatně působící fondy. Startupy se mohou o financování prostřednictvím těchto fondů ucházet až do konce roku 2023.

Prvním fondem z dvojice je **Nation 1 VC**, spravující investiční seed fond a akcelerační fond zaměřený na české startupy, které přichází s ambicí prorazit na globální trh. Druhým je **Lighthouse Seed Fund** poskytující 23 milionů EUR a zaměřující se na projekty technologického charakteru, které mají globální potenciál. Jeho součástí je také Lighthouse Ventures Accelerator, který připravuje pro startupy nejen mentoring a workshopy, ale jeho zajímavou součástí jsou zejména investice až do částky 200 000 EUR. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2017a)

Inovační vouchery

Na podporu spolupráce podnikatelů a výzkumných institucí se mimo jiné zaměřuje program inovačních voucherů fungující v rámci OP PIK. Jedná se o formu podpory, která je tvořena spojením unijní i státní pomoci – lze je nalézt u programů MPO, programů Technologické agentury ČR i u programů EU. Jedná se o dotace, jejichž příjemci mohou být jak MSP, tak i provozovatelé vědeckotechnických parků, inovačních center a podnikatelských inkubátorů.

Pro MSP se výše dotace pohybuje v rozmezí mezi 50 tis. Kč a 299 999 Kč (Dotace EU, © 2019). Dotace se poskytuje na nákup služeb ve formě poradenství, mentoringu a dalších podporných služeb týkajících se inovací, poskytované výzkumnými centry výše uvedenými. Zajímavostí je také příspěvek na spolupráci s doktorandy. Cílí na zlepšování komunikace a sdílení znalostí mezi podniky a výzkumnými zařízeními. Sdílené poznatky by měly vést k zahájení anebo zlepšení inovačních aktivit v podniku.

Výhodou státních dotací je skutečnost, že státní sféra na rozdíl od investorů soukromých nijak detailně neposuzuje obchodní myšlenku a její schopnost se uplatnit na trhu. Stát v podstatě předpokládá, že startup, pokud již má k dispozici jiné formy investic (soukromí investoři mu věří), bude úspěšný. Z tohoto pohledu jsou dotace více dostupnou formou finančních prostředků, které startup může získat, navíc stačí splnit pouze základní kritéria. Ale jak již plyne z předcházejících slov, je nutné, aby již existovaly investice vložené do něj, aby stát hleděl na projekt jako na potenciálně úspěšný. Za nevýhodu autorka diplomové práce považuje administrativní náročnost.

Erasmus pro mladé podnikatele

O programu Evropské unie Erasmus slyšel každý student vysoké školy, ale spíše ve spojení se studenty, než s podnikateli. Tento je ale zaměřen na podnikatele na startovní čáře, kteří díky pobytu v jiné zemi mohou načerpat zkušenosti od jiných podnikatelů. Tito podnikatelé bývají majiteli malých podniků a nabízí možnost spolupráce a informace o jejich trhu.

Účastnit se mohou podnikatelé, jejichž podnikatelská historie dosahuje maximálně tří let, ale navzdory sousloví „pro mladé podnikatele“ neexistuje žádná věková hranice podnikatele. Musí mít realizovatelný podnikatelský záměr v jakémkoliv odvětví. Zahraniční spolupráce požaduje, aby podnikatel chtěl spolupracovat s hostitelem a byl připraven na to, že nejen hostitel poskytne své zkušenosti, ale i host musí přispět k rozvoji hostitele svými schopnostmi a znalostmi.

Pobyt může trvat až půl roku a měl by hosta obohatit v oblasti zahajování podnikání, marketingu, účetnictví, zákaznických vztahů, finančního řízení a dalších. Výhodou je možnost aktivně pracovat na networkingu a přeshraniční obchodní spolupráci. Bezesporu je nutné uvést také výhodu v příležitosti zlepšit si své jazykové schopnosti. Účastníci mají specifické úkoly a závazky, které je nutné pro účast splnit. V rámci programu mají účastníci nárok na finanční podporu, která představuje proplacení cesty a diety po dobu trvání pobytu.

Poněkud netradiční možností je vybrat si hostitelskou firmu, která se zabývá odlišným odvětvím, než je odvětví vycestované firmy. Umožňuje to například nahlédnout pod pokličku takové firmě, ke které nový podnikatel v určitých aspektech vzhlíží. Například, pokud si je vědom, že podnik z jiného odvětví dosahuje naprosto výjimečných čísel ve finančních výkazech nebo ho například zaujme jeho firemní kultura, může se od něj přiučit v daných oblastech.

7 ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Pro následující kapitoly jsou použity zejména výstupy z uskutečněného dotazníkového šetření, jehož účelem bylo zjistit názory současných podnikatelů a jejich pohled na dostupné formy podpory podnikání. Tito podnikatelé byli oslovováni prostřednictvím různých internetových forem a dotazník byl tedy od každého z nich doručen online. Volba respondentů nebyla jednoduchá, poněvadž požadavkem autorky bylo, aby odpovídali definici startupu vymezené v kapitole 2. Podnikatelské subjekty (či projekty) byly oslovovány soukromě a individuálně dle uvážení autorky. Preferencí je kvalita získaných dat, nikoliv jejich kvantita. Právě z tohoto důvodu nebylo pro šíření dotazníku zvoleno žádné otevřené fórum, ale vždy bylo zaslání dotazníku přímo adresováno cílovému subjektu. Ze stejného důvodu nebyly oslovovány startupy prostřednictvím podnikatelských inkubátorů, akceleratorů či například na výstavách, poněvadž takto získaná data by nemusela být příliš objektivní z důvodu jistých vazeb, které z účasti v inkubátoru aj. vyplývají.

Dotazník byl spuštěn 30. srpna 2019 a byl rozšířen celkem mezi 84 subjektů, které odpovídají vymezené definici startupu. Dotazník byl ukončen po měsíci od poslední doručené odpovědi, tedy 20. října 2019. Celkem se šetření zúčastnilo 38 respondentů, z čehož jeden subjekt nelze zahrnovat do analýzy, jelikož nevyužíval žádnou formu podpory podnikání. K dispozici jsou tedy odpovědi od 37 relevantních subjektů, což činí 44% návratnost dotazníku. Ze strany velkého množství startupů přišla odpověď, že majitelé těchto subjektů nemají čas na vyplnění dotazníku, což autorka diplomové práce považuje za pochopitelné. Respondentům byla přislíbena anonymita a nelze tedy identifikovat, kdo z oslovených se výzkumu účastnil a kdo nikoliv.

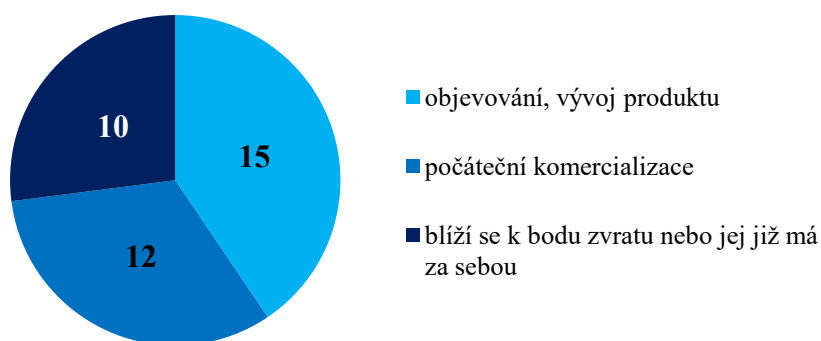
Dotazníkové šetření bylo navrženo s cílem ověřit **platnost hypotéz:**

- 1) Všechny formy podpory přináší startupům stejný užitek.
- 2) Startupy potřebují spíše nefinanční podporu, než finanční.
- 3) Státní podpora podnikání je lepší, než soukromá podpora podnikání.
- 4) Podpora podnikání v ČR je lepší, než podpora podnikání v jiných státech Evropy.

Veškeré analýzy budou prováděny na hladině významnosti $\alpha=0,01$.

7.1 Charakteristika respondentů

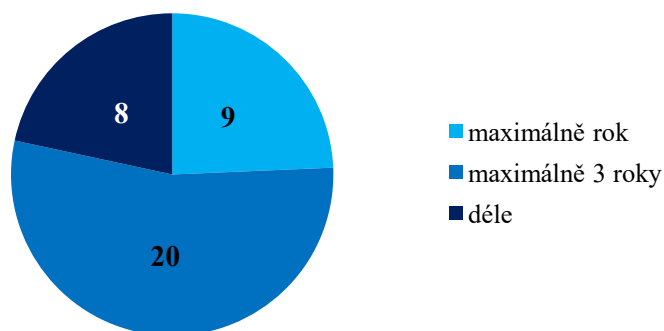
Jak bylo zmíněno, dotazník zodpovědělo 38 respondentů, ale 1 odpověď je pro analýzu nerelevantní z důvodu předčasného ukončení dotazníku. Zbývající vzorek respondentů je velmi rozličný. Nejvíce podnikatelů se v okamžiku vyplňování dotazníku nachází v počátcích, kdy objevují trh a vyvíjí produkt, tedy nemají ještě žádné platící zákazníky. O tři subjekty méně se nachází ve fázi počáteční komercializace, kdy již mají zákazníky a na trhu aktivně působí. Nejmenší četnost je u skupiny podniků, které se blíží k překonání bodu zvratu, případně jej již mají za sebou. To jsou takové podniky, které se buď stabilizují, nebo se připravují na exit, resp. se ze startupové struktury stává běžná podniková. Rozložení respondentů znázorňuje následující obrázek.



Obr. 6: Životní fáze startupů

Zdroj: Vlastní zpracování

Většina respondentů pracovala se svou podnikatelskou myšlenkou v období jednoho až tří let. U osmi subjektů padla prvotní myšlenka založit podnik před více, než 3 roky, a naopak devět startupistů je v úplných počátcích, kdy podnikatelský záměr zpracovávají méně než 12 měsíců. Grafické znázornění stáří podnikatelské myšlenky je znázorněno na Obr. 7.



Obr. 7: Startupy z hlediska stáří podnikatelské myšlenky

Zdroj: Vlastní zpracování

Zajímavou charakteristikou je také pohled na vlastněné podniky daných startupistů. Každý z respondentů byl dotázán, zda podnik (či teprve projekt), kterému je dotazník adresován, je jejich prvním podnikatelským pokusem, a zda je aktuálně jediným, který vlastní. Celkem 27 respondentů uvedlo, že je dotazovaný podnik jejich prvním, ale 7 z nich již mělo rozjeto více projektů, než pouze tento. Celkem 9 z respondentů má ve svém portfoliu více, než 1 podnik, přičemž z dotazovaných subjektů byly pouze dva jiným podnikatelským záměrem, než prvním. Přehledněji je možné strukturu odpovědí nastudovat v Tab. 2.

Tab. 2: Rozložení vlastnictví startupů

		JE TO JEJICH JEDINÝ PODNIK?		Σ
		NE	ANO	
JE TO JEJICH PRVNÍ PODNIK?	NE	2	8	10
	ANO	7	20	27
Σ		9	28	37

Zdroj: Vlastní zpracování

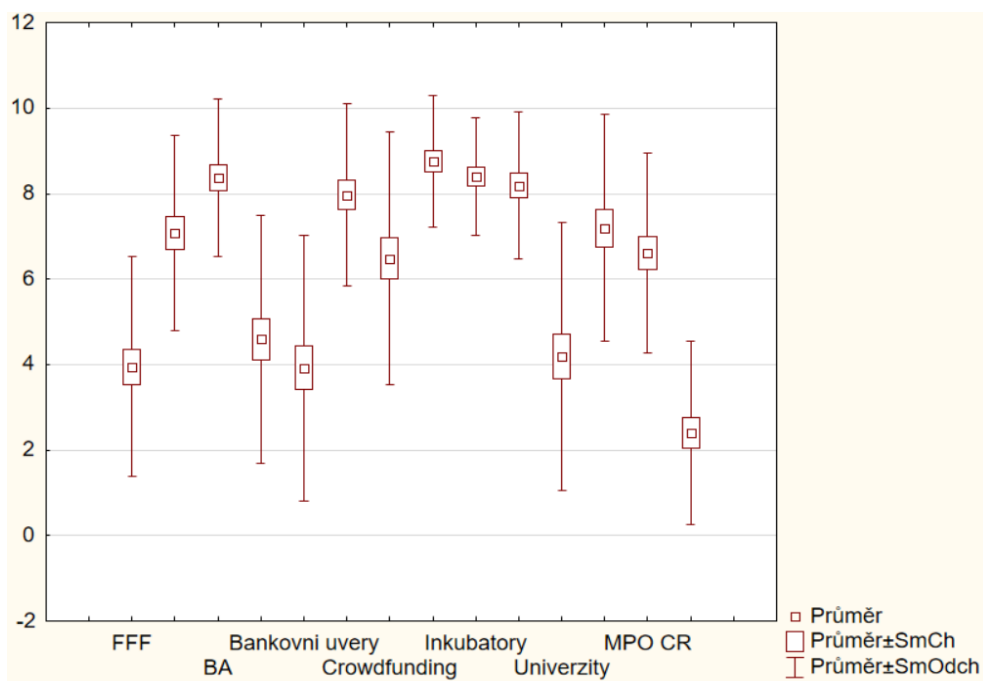
7.2 Hodnocení jednotlivých typů podpor

První otázkou, kterou analýza zodpoví, bude, zda všechny formy podpory podnikání přináší startupům stejný užitek. Dojde k identifikaci nejlépe hodnocených podpor a naopak také k nalezení těch nejméně žádaných. Vstupem pro tuto analýzu jsou odpovědi na ukončující část dotazníku, kdy otázka pro respondenty zněla následovně: „*Prosím, ohodnoťte dle Vašeho názoru jednotlivé formy podpory na základě užitku, který Vaši firmě mohou přinést.*“ Výstupy této části dotazníku poslouží pro zhodnocení následující hypotézy:

H0: Všechny formy podpory přináší startupům stejný užitek.

H1: Existují alespoň dvě formy podpory, které startupům nepřináší stejný užitek.

Jednotlivá podnikatelská hodnocení jsou uvedena v Příloze 8. Na základě neparametrického Friedmanova testu, jehož p-hodnota je zcela nulová, lze s naprostou jistotou říci, že nulovou hypotézu je nutno zamítnout ve prospěch hypotézy alternativní. Znamená to tedy, že mezi jednotlivými formami podpory podnikatelé vidí rozdíly v jejich přínosech a užitku pro jejich startup. Tuto skutečnost potvrzuje následující krabicový graf. Posloupnost hodnocených podpor podnikání je shodná s posloupností v hlavičce tabulky Přílohy 8.



Obr. 8: Krabicový graf znázorňující užitek startupů z jednotlivých forem podnikání

Zdroj: Vlastní zpracování

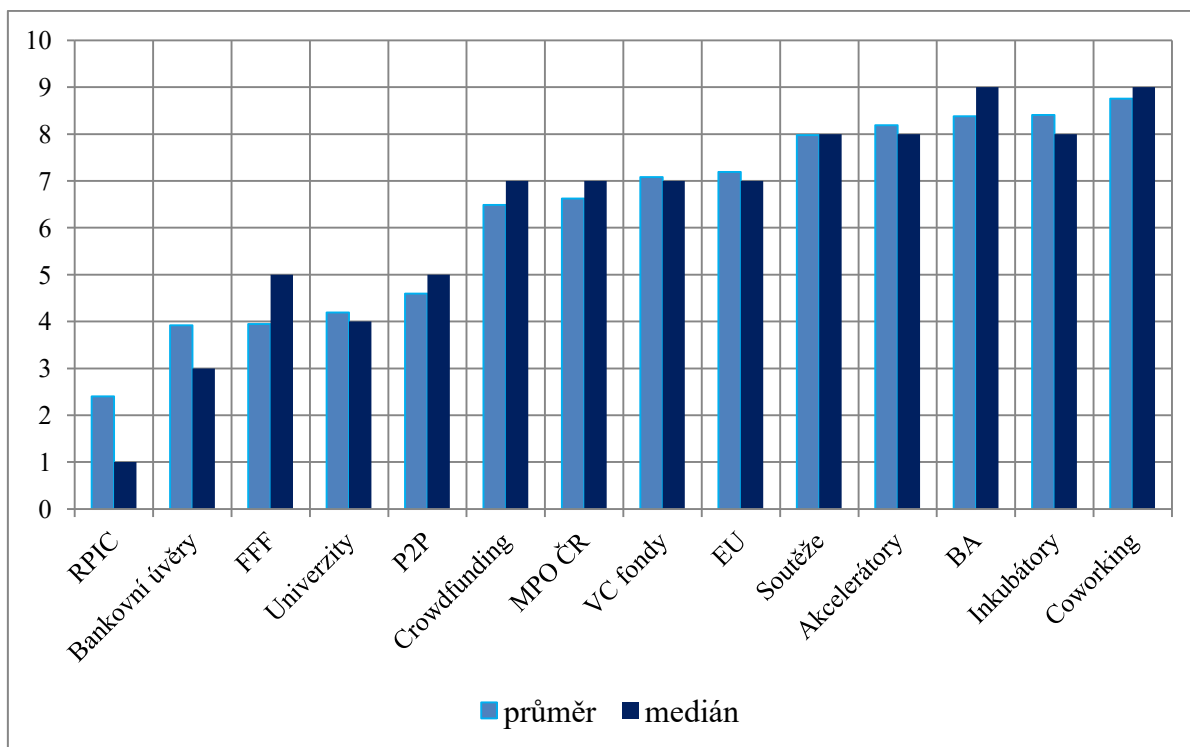
Z grafu můžeme vyčíst, že nejhorším hodnocením disponují služby RPIC, jejichž průměrný užitek podnikatelé hodnotí zhruba dvěma body (z desíti možných). Dále si příliš dobře nestojí FFF, bankovní úvěry, univerzitní podpora ani P2P půjčky. Největší rozptyl mezi hodnoceními lze pozorovat u crowdfundingu a již zmiňovaných univerzit, kdy při využívání těchto forem výpomoci značně záleží na charakteru startupu. Podnikatelé se nejvíce shodují v hodnocení inkubátorů, akceleratorů a coworkingových center. Tyto tři specifické formy podpory nejen že mají velmi obdobná hodnocení, ale zároveň jsou také nejlépe hodnocenými variantami podpory podnikání pro startupy obecně. Velkému užítku se těší také soutěže určené pro startupy. Z tohoto hodnocení zcela evidentně vychází najevo, že startupy preferují nefinanční formu podpory oproti finanční. I pro ověření této hypotézy bude vymezen prostor. Z oblasti finančních forem podpory startupů lze definovat jako nejvhodnější podporu Business Angels, kteří značně převýšili svým hodnocením jiné finanční možnosti. Pokud bychom se zabývali otázkou, zda podnikatelé preferují podporu poskytovanou napřímo MPO ČR, nebo prostřednictvím EU, pak se nám nedostane jasné odpovědi. Hodnocení těchto dvou forem je obdobné, přičemž průměrné hodnocení, které lze vidět v Tab. 3, vychází u obou forem okolo sedmi bodů z desíti. Výstižnější charakteristikou hodnocených variant je medián, který v obou těchto případech dosahuje hodnocení 7.

Tab. 3: Popisné statistiky užítku z jednotlivých forem podpor podnikání

	Průměr	Medián
FFF	3,95	5
VC fondy	7,08	7
BA	8,38	9
P2P	4,59	5
Bankovní úvěry	3,92	3
Soutěže	7,97	8
Crowdfunding	6,49	7
Coworking	8,76	9
Inkubátory	8,41	8
Akcelerátory	8,19	8
Univerzity	4,19	4
EU	7,19	7
MPO ČR	6,62	7
RPIC	2,41	1

Zdroj: Vlastní zpracování

Srovnání výstupů této analýzy nám poskytuje data ve formě pořadí jednotlivých forem podpor podnikání od těch, které startupům přináší nejmenší užitek, po ty, které jsou z pohledu startupů nejvíce k užítku, což zobrazuje Obr. 9.



Obr. 9: Podpora podnikání dle užítku pro startupy

Zdroj: Vlastní zpracování

Služby RPIC jsou startupy žádané nejméně. Pětice nejlépe zhodnocených podpor obsahuje 4 primárně nefinanční podpory, přičemž jediným zastáncem primárně finanční podpory jsou business angels. Z této analýzy se na první pohled zdá, že startupy potřebují spíše nefinanční, než finanční výpomoc, což práce řeší na straně 67.

Každá z hodnocených podpor podnikání má jistá specifika, která se liší. Některé varianty poskytují spíše peněžní prostředky, jiné spíše networking a poradenství. Některé jsou pro začínající podnikatele lehce získatelné a nezatěžují je zbytečnými administrativními úkony, jiné naopak představují dlouhou a obtížnou cestu k jejich dosažení.

Na to, jak daná hlediska hodnotí startupisté – respondenti, byli dotázáni v rámci šetření. V Tab. 4 je vyjádřena četnost zvolených charakteristik jednotlivých podpor podnikání respondenty.

Tab. 4: Specifika jednotlivých forem podpory podnikání dle startupových podnikatelů

	Je lehce získatelná pro podnik s krátkou podnikatelskou historií.	Je pro podnik administrativně nenáročná.	Je důležitá z hlediska financí.	Je důležitá z hlediska networkingu či mentoringu.
FFF	34	19	21	4
Venture Capital fondy	3	1	32	1
Business Angels	8	0	34	25
P2P půjčky	10	6	22	0
Bankovní úvěry	4	0	23	0
Soutěže pro startupy	30	28	5	22
Crowdfunding	25	8	26	5
Coworking	32	24	2	32
Inkubátory	23	10	6	27
Akcelerátory	21	9	6	26
Podpora od univerzit	32	31	0	6
Portály pro startupy	33	31	0	18
Podpora od EU	1	1	34	11
Podpora od MPO	1	1	33	4
Služby RPIC	15	13	2	1

Zdroj: Vlastní zpracování

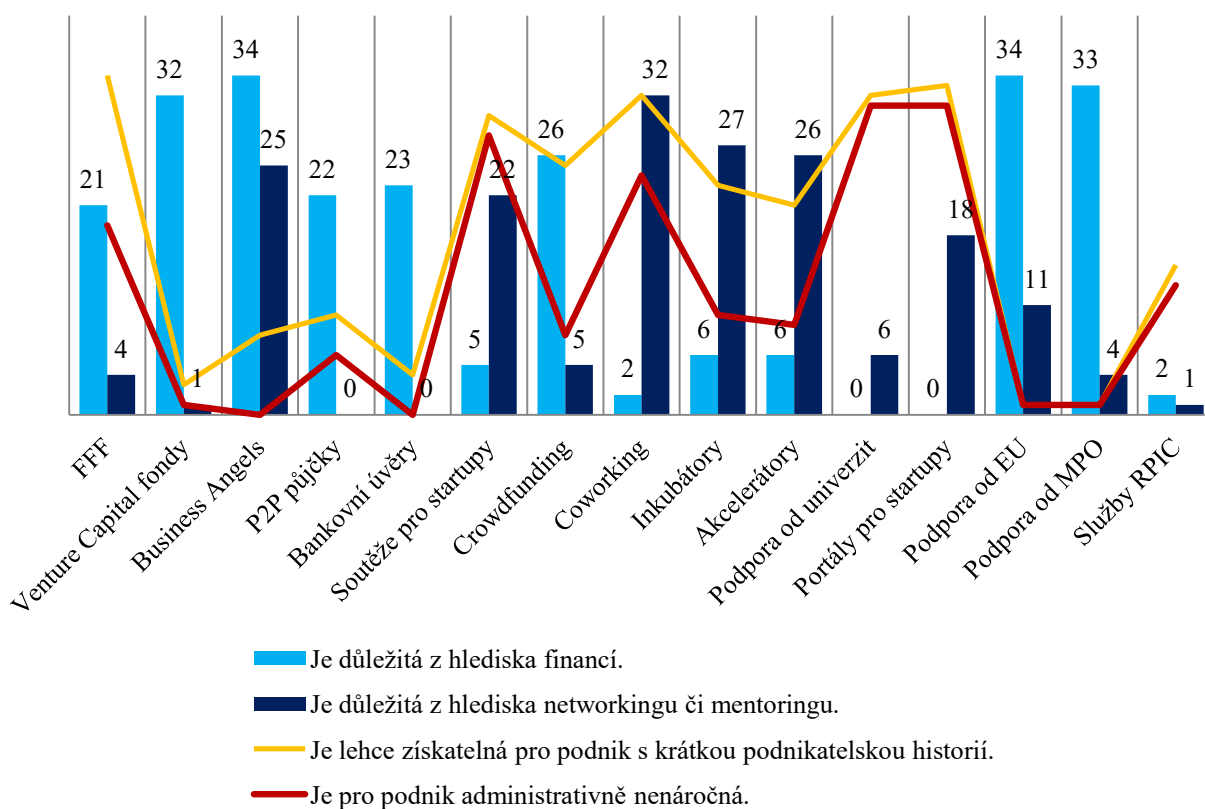
Dále uvedený Obr. 10 přináší zjištěná data v grafickém zobrazení. Stěžejními výstupy je vnímaná důležitost ze strany finanční výpomoci a ze strany nefinanční, což jsou různé služby, networking, mentoring zkušenějších či jednoduše kooperace a poradenství. Po stránce zajišťování finanční podpory jsou zřejmými favority VC fondy i BA. V tomto pohledu nelze opomenout významnou podporu EU i přímo MPO, což stvrzují odpovědi respondentů. Pro jednoduchou orientaci v grafu postačí jednoduchý teorém – čím výše jsou veškeré hodnocené parametry, tím lépe si daná podpora podnikání stojí.

Státní úroveň i evropská je tedy významnou finanční výpomocí pro české startupisty, ovšem po nefinanční stránce se ani zdaleka nepřibližují špičce žebříčku. Evropská unie je hodnocena v této oblasti o poznání lépe, než MPO, což autorka diplomové práce přisuzuje například programu Erasmus pro mladé podnikatele zajišťovaným EU. A to bez ohledu na to, že některá podpora od MPO je poskytována na základě podpory EU (fondy EU čerpané přes MPO aj.).

Nefinanční spektrum podpory podnikatelů je dle přisuzované významnosti zaštitováno coworkingem, inkubátory, akcelerátory, BA a soutěžemi pro startupy. Coworkingu na jeho významnosti přihrává do karet také fakt, že je jednou z podnikatelsky nejpřívětivěji hodnocených podpor. Dle zjištěných dat je totiž lehce získatelný pro začínající podnikatele, a zároveň s sebou nese břímě administrativní náročnosti. Autorka diplomové práce se

domnívá, že právě mírně obsáhlé smlouvy a specifické podmínky inkubátorů a akceleratorů ubírají těmto formám podpory na jejich atraktivitě, což mohlo rozhodnout o prvenství na žebříčku nefinanční podpory.

Specifického hodnocení dosáhli BA. Jako jediná z hodnocených podpor mají vysoké skóre jak v oblasti finanční podpory, tak i v oblasti nefinanční, a to i přes administrativní náročnost a nepříliš pozitivní hodnocení v oblasti ziskatelnosti pro startup. Administrativní náročnosti jistě přikládá fakt, že Business Angels jsou zpravidla zkušení podnikatelé, kteří své smlouvy mohou koncipovat tak, aby obelstili startup, jemuž nabízí své služby. Autorka diplomové práce se domnívá, že startupisté si toho jsou vědomi a administrativní náročnost přikládají právě nutnosti velmi důkladně prostudovat podklady, které je zavážou ke službám BA. Při opomenutí těchto skutečností lze ale říci, že z hlediska poskytované podpory jsou BA nejlépe hodnocenou variantou. Je jim přikládána jak vysoká významnost z hlediska poskytování finančních prostředků, tak i z hlediska mentoringu zkušenějších podnikatelů. Je ale poněkud překvapující, o kolik hlasů méně v oblasti nefinanční podpory získaly VC fondy, jelikož právě prostřednictvím těchto fondů se účastní koordinovaného mentoringu mnoho individuálních BA.



Obr. 10: Specifika jednotlivých forem podpory podnikání dle startupových podnikatelů

Zdroj: Vlastní zpracování

Po převedení hodnot na srovnatelné měřítko lze provést srovnání výstupů a získat komplexní žebříček složený ze všech čtyř hodnocených charakteristik. Převodní tabulka včetně výpočtů je uvedena v Příloze 9. Autorkou vytvořený faktor nazvaný „důležitost“ představuje součet převedených hodnot z artiklů důležitosti z hlediska financí a důležitosti z hlediska networkingu a mentoringu. Faktor nazvaný „přívětivost“ je veličinou vytvořenou součtem převedených hodnot z veličin týkajících se administrativní náročnosti a přívětivé šance na získání pro nově založený podnik bez historie. Výsledná veličina představuje součet těchto dvou vytvořených specifických veličin. Výsledné pořadí je uvedeno v Tab. 5.

Tab. 5: Žebříček podpor podnikání dle startupových podnikatelů

Pořadí	Typ	Výsledné hodnocení
1	Coworking	0,433
2	Soutěže pro startupy	0,405
3	Portály pro startupy	0,390
4	FFF	0,336
5	Podpora od univerzit	0,320
6	Inkubátory	0,312
7	Business Angels	0,304
8	Akcelerátory	0,293
9	Crowdfunding	0,269
10	Podpora od EU	0,207
11	Podpora od MPO	0,165
12	P2P půjčky	0,159
13	Venture Capital fondy	0,152
14	Služby RPIC	0,140
15	Bankovní úvěry	0,108

Zdroj: Vlastní zpracování

Lze konstatovat, že předchozí slova jsou stvrzena i provedeným výpočtem, poněvadž coworking je na první příčce tabulky. Dle začínajících podnikatelů představuje tedy nejméně administrativně náročnou formu pomoci v začátcích podnikání, kdy je významnost poskytované podpory zřejmě významnější, než je tomu u jiných podpor (autorka diplomové práce se dotýká absence finanční pomoci). Lze říci, že nízkonákladové formy podpory s nízkým administrativním zatížením jsou varianty, které představují základ celého systému podpory podnikání. Výsledná tabulka také stvrzuje, že klady BA jsou sráženy dolů výše zmíněnými záporů. V celkovém hodnocení zaostávají bankovní úvěry pro začínající podnikatele a také služby RPIC, přičemž RPIC mají pro startupy dle jejich hodnocení nejnižší přínos v pohledu na finanční i nefinanční stránku podpory podnikání.

Na základě provedených srovnání je tedy potvrzeno, že mezi jednotlivými formami podpory podnikání existují rozdíly. Jedná se jak o rozdíly z podstaty věci (forma poskytované podpory), tak i o rozdíly v užitku, jaký mohou podnikatelům do jejich podnikání přinést.

Na základě předchozího textu se lze domnívat, že startupy požadují zejména výpomoc nefinančního charakteru, tj. poradenství, mentoring, networking a jiné. Pro zjištění, zda tomu tak skutečně je, byl vymezen prostor i v dotazníku. Dochází tedy ke stanovení hypotéz:

H0: Startupy potřebují spíše nefinanční podporu, než finanční.

H1: Startupy potřebují spíše finanční podporu, než nefinanční.

Respondenti svými odpověďmi projevovali názor na alternativní hypotézu. Znamená to tedy, že odpovídali na otázku, zda startupy potřebují spíše finanční podporu než nefinanční. Shrnutí odpovědí je následovné:

Rozhodně souhlasím	Spíše souhlasím	Je to nerozhodně	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
3	9	6	12	7

Z hodnocení dotazovaných tedy vyplývá náklonnost více k názoru, že startupy potřebují spíše nefinanční podporu, jelikož celkem 19 osob s předloženým tvrzením spíše nesouhlasilo, než souhlasilo. Oproti tomu 12 dotázaných se domnívá, že startupy potřebují spíše finanční podporu. Závěrem vyplývajícím z této části dotazníku tedy je, že položenou nulovou hypotézu nelze zamítnout. Lze tedy říci, že startupy potřebují spíše nefinanční podporu, než finanční. Autorka diplomové práce se ovšem domnívá, že hranice mezi převládající potřebou na finanční a nefinanční straně je velmi malá a vždy záleží na povaze startupu a jeho aktuálních potřebách a bezesporu také na zdrojích a zkušenostech zakladatelů daného subjektu.

7.3 Hodnocení podpory podnikání v ČR vůči celé Evropě

Zajímavý je také názor dotazovaných na významnost a rozdílnost podpory, která je k dispozici v naší zemi. Jednak se lze zabývat myšlenkou, zda je podpora v ČR na lepší úrovni, než podpora v jiných evropských státech. Dále zdali je u nás podpora obecně postačující a zda je lepší soukromá či státní podpora. Můžeme se na podpory podívat také více do hloubky a zabývat se otázkou, zda státní i nestátní sféra poskytují kompletní podporu. Na všechny zmíněné otázky byli respondenti dotázáni a jejich odpovědi jsou shrnuty do následující tabulky:

Tab. 6: Názor respondentů na téma státní versus nestátní podpora

	Naprostou souhlasím	Spíše souhlasím	Je to nerozhodně	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím
Stát poskytuje komplexní podporu začínajícím podnikatelům (jak startupům, tak běžným MSP).	4	9	8	13	3
Nestátní sféra poskytuje komplexní podporu začínajícím podnikatelům (jak startupům, tak MSP obecně).	5	12	11	8	1
Podpora podnikání ze strany státu je lepší, než podpora ze strany soukromníků.	4	6	11	11	5
Podpora podnikání (státní i nestátní) je v ČR lepší, než v jiných evropských státech.	0	3	7	11	16
Podpora podnikání obecně je v ČR postačující.	4	6	9	16	2

Zdroj: Vlastní zpracování

Analýza odpovědí shrnutých do výše uvedené tabulky bude zaštitěna dvěma hypotézami shrnujícími veškeré aspekty položených otázek, a to konkrétně:

H0: Státní podpora podnikání je lepší, než soukromá podpora podnikání.

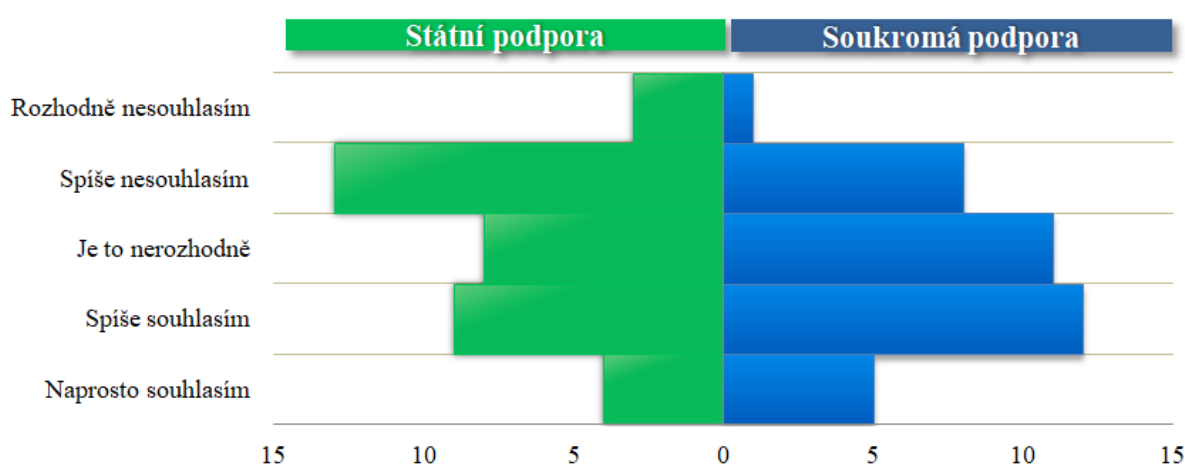
H1: Státní podpora podnikání není lepší, než soukromá podpora podnikání.

a dále

H0: Podpora podnikání je v ČR lepší, než podpora podnikání v jiných státech Evropy.

H1: Podpora podnikání není v ČR lepší, než podpora podnikání v jiných státech Evropy.

První zmíněnou hypotézu lze zhodnotit na základě porovnání názorů respondentů na komplexnost obou stran podpory. Pokud se takto zjištěné závěry shodnou s názorem respondentů na přímo položenou otázku, zda je podpora státní lepší, než nestátní, lze hovořit o tom, že by bylo vhodné nulovou hypotézu nezamítat. Obr. 11 znázorňuje hodnocení komplexnosti zmiňovaných variant podpor. Můžeme vidět, že soukromá podpora jeví větší spokojenost v oblasti komplexnosti poskytované podpory. Zatímco většina hlasů u státní podpory směřovala spíše k nesouhlasným verdiktům, u nestátní sféry lze pozorovat tendenci spíše nerozhodnou až souhlasnou. Nicméně ani o jedné z variant nelze říci, že by se dala považovat za naprosto komplexní a tudíž je optimální je kombinovat.



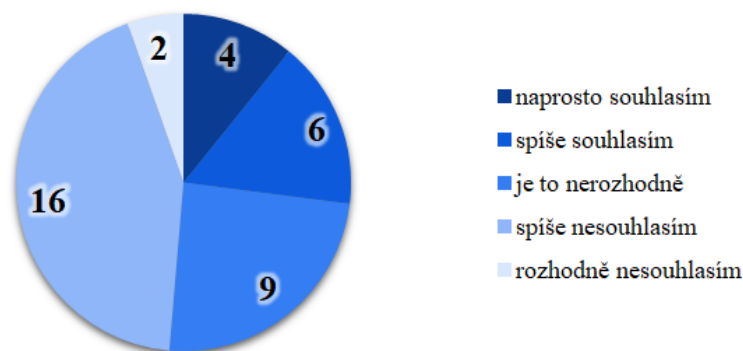
Obr. 11: Názor respondentů na komplexnost poskytované podpory (státní oproti soukromé)

Zdroj: Vlastní zpracování

S uvedenými zjištěními je v souladu také vyhodnocení přímého názoru respondentů na danou problematiku. Nelze říci, že by se mísky vah nakláněly jedním či druhým směrem, jelikož 16 dotázaných vyjádřilo preferenci pro soukromou sféru podpory podnikání, 11 bylo nerozhodných a 10 se domnívá o tom, že je na tom lépe podpora státní. Zjištění diference nejsou nijak výrazné a nelze proto říci, že by jedna či druhá forma byla výrazně více preferována. V důsledku zjištěných skutečností nelze říci, že by státní podpora byla v České republice lepší, než nestátní podpora, tudíž je nutno nulovou hypotézu zamítnout ve prospěch alternativní. Nicméně ačkoliv hodnocení respondentů směřovalo spíše směrem k preferenci podpory ze strany soukromých subjektů, nelze z důvodu malých rozdílů říci ani to, že by byla soukromá sféra lepší, než státní.

Obecný pohled na možnosti dostupné na území našeho státu a na území celé Evropy jsou znepokojující. Jakožto členové Evropské unie jsme získali mnoho možností pro rozvoj

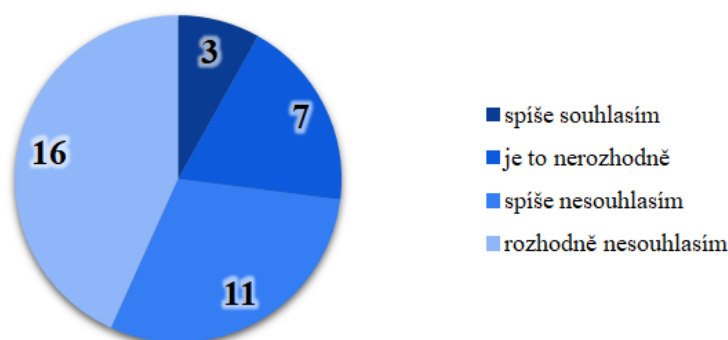
podnikatelských příležitostí, ať už jako běžný malý či střední podnik, tak dnes i jako startup. I přesto ale podnikatelé vyjadřují svou nespokojenost s aktuálním stavem podpory podnikání na našem území (viz Obr. 12). Pouze 10 z dotázaných zastává názor, že jsou možnosti v naší zemi dostačující. K překvapení autorky je 18 osob s poskytovanou podporou nespokojeno a tvrdí, že potřebám českých podniků nepostačuje.



Obr. 12: Názor respondentů na otázku, zda je podpora podnikání v ČR dostačující

Zdroj: Vlastní zpracování

Po tomto značně negativním zjištění je nutno informovat o dalším, nikterak pozitivním názoru dotázaných podnikatelů, jež vyplývá z Obr. 13. Z něj můžeme vyčíst, jaký postoj mají dotázaní podnikatelé na situaci v České republice oproti jiným evropským státům (nikoliv oproti státům v Evropské unii). S tvrzením, že je podpora na území našeho státu lepší, než v jiných státech Evropy, naprosto nesouhlasí žádný z dotázaných podnikatelů. Pouze 3 respondenti souhlasí jen částečně a 7 respondentů k dané otázce zastává neutrální postoj. Nesouhlasný verdikt (ať už částečný či úplný) byl zaznamenán u 27 osob, to je tedy přes 70 % z celkových 37 respondentů.



Obr. 13: Názor respondentů na otázku, zda je podpora v ČR lepší, než v jiných evropských státech

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě zjištěných skutečností je nutno konstatovat, že nelze považovat podporu podnikání na území České republiky za dostačující, zejména v kontextu celé Evropy. Je tedy zřejmé, že hypotézu, která říká, že je podpora podnikání na území našeho státu lepší, než podpora na území jiných evropských států, je nutno zamítnout.

Vzhledem k rostoucím tendencím k tlaku na vystoupení z Evropské unie si autorka diplomové práce dovolila respondentům položit také otázku, zda považují EU za významný subjekt v oblasti podnikatelské podpory. Výstupem je téměř jednohlasný souhlas s daným tvrzením. Markantní část respondentů s výrokem souhlasí (viz Obr. 14). Nesouhlas vyjádřil pouze jediný podnikatel. Toto zjištění je potěšující, neb dokládá, že si jsou podnikatelé vědomi nezbytnosti a (nejen) podnikatelských přínosů setrvávání v tak významném společenství, jakým Evropská unie bezesporu je.

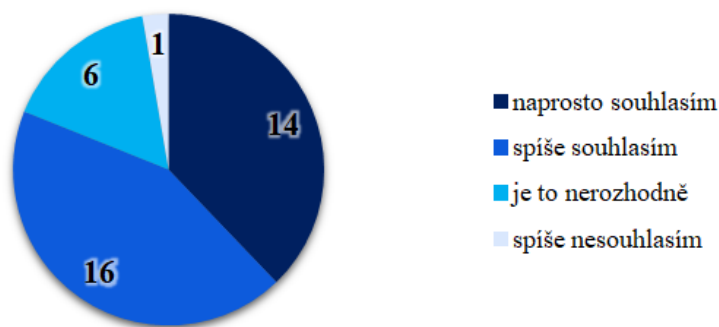


Obr. 14: Názor respondentů na otázku, zda je EU významným subjektem v oblasti podnikatelské podpory

Zdroj: Vlastní zpracování

Částečně již bylo započato téma geografických aspektů. Respondenti do námětu byli přímo zasazeni prostřednictvím otázky, zda se domnívají, že za předpokladu dvou zcela identických startupů v různých městech lze očekávat, že větší šanci na úspěch bude mít ten, který bude sídlit v hlavním městě ČR, tedy v Praze. O Praze již na základě předchozích kapitol víme, že je centrem koncentrace subjektů poskytujících podnikatelskou podporu a zároveň je v naší zemi městem s největší četností startupů (viz Příloha 1). Město Šumperk, jež bylo zvoleno pro porovnání, leží v Olomouckém kraji, a jak lze vidět v Příloze 1, za startup se v něm považují pouze dva podnikatelské projekty.

Obr. 15 zobrazuje výsledky položeného dotazu. Úplný souhlas vyjádřilo 14 respondentů, většinový souhlas poté 16 respondentů, což dohromady činí přesně 30 osob z celkových 37. Můžeme tedy říci, že 81 % podnikatelů zastává názor, že větší šanci na úspěch má pražský startup oproti šumperskému. S jistotou lze tedy potvrdit významnost geografického umístění podniků.



Obr. 15: Názor respondentů na tvrzení: „Kdybychom založili dva naprosto identické startupy - jeden v malém městě Šumperk, druhý v Praze, určitě by měl větší šanci na úspěch ten pražský.“

Zdroj: Vlastní zpracování

Lze si ale položit otázku, proč tomu tak je. Autorka diplomové práce se domnívá, že na této skutečnosti má svůj podíl početnější spektrum dostupnějších podpor podnikání, ale nejen to. Odněpaměti se lidé usídlovali v takových lokalitách, které disponovaly optimálními klimatickými podmínkami a související možností zajištění obživy a tedy i přežití. Tuto myšlenku lze velmi jednoduše převést do podnikatelského prostředí. Větší města zcela bezesporu přináší větší množství podnikatelských příležitostí a tedy i platících zákazníků, což znamená šanci na přežití. Zároveň je nezbytné zmínit větší dostupnost používaných zdrojů, ať už co se týče výrobních surovin, tak i lidské práce. Hlavní město Praha díky zvýšené koncentraci podnikatelů disponuje poněkud kvalitním zázemím v oblasti dostupnosti komplementárních služeb, což může být například v Šumperku problémem. Za předpokladu neexistence dokonalé konkurence na trhu ale Praha oproti Šumperku představuje nevýhodu v ceně zejména lidské práce, ale i v pořizovací ceně surovin pro výrobu. Stejně tak je potřeba zohledňovat geografickou vzdálenost konkurence, která dle názoru autorky Prahu částečně znevýhodňuje v důsledku současného přesycení většiny trhů.

Lokalizační faktory představují významný aspekt nejen „klasických“ malých a středních podniků, ale také startupů. Ačkoliv se čtyři pětiny z dotázaných kloní k vyšší šanci na úspěch v Praze než v Šumperku, autorka diplomové práce by situaci neviděla až tak černě. A to proto, že lze na základě současného vývoje ekonomiky a realizace nepřirozeného „pumpování“ ekonomiky ze strany státu očekávat příchod recese a tedy i pročištění některých přesycených trhů, což by mohlo alespoň částečně vyrovnat misky vah lokalizačních faktorů¹¹.

¹¹Lokalizační faktory by mohly být ovlivněny například změnou struktury konkurence jednotlivých trhů, „pročištěním“ trhu od části konkurence a substitučních produktů, přesunem podnikatelských subjektů do finančně méně náročných oblastí (zejména mimo Prahu) či změnou podnikatelských preferencí.

8 KLASIFIKAČNÍ ANALÝZA

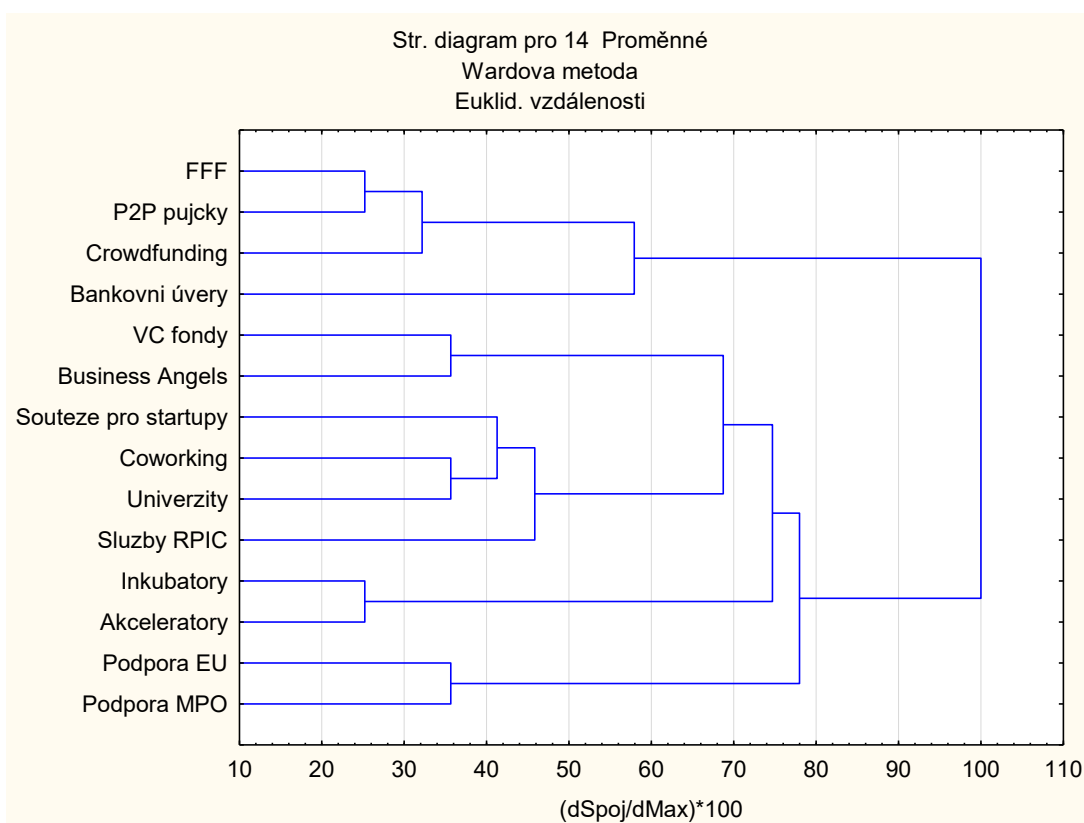
Tato kapitola je věnována klasifikační analýze uskutečněné na základě zjištěných dat a rešerše literatury v úvodu diplomové práce. Vzhledem k zamítnuté hypotéze, jež tvrdí, že všechny formy podpory přináší startupům stejný užitek, je smyslem této analýzy nalezení podstatných rozdílů mezi jednotlivými formami podpor podnikání a identifikace skupin, které je od sebe nezbytně odlišit.

V předcházejícím textu byly vymezeny nejdůležitější formy podpory, které mohou startupy využívat při své cestě k úspěchu. Na toto vymezení nyní navazuje komparační analýza sloužící k posouzení jednotlivých typů podpory podnikání na základě různých forem podpory, které startupům poskytují. Komparace je prováděna na různých úrovních. Z prvního úhlu pohledu jsou jednotlivé formy podpory hodnoceny podle fáze životního cyklu podniku, ve které je vhodné jejich využití dle dříve uvedených specifik. Oblast přínosů autorka diplomové práce primárně člení na finanční a nefinanční přínosy. Každá z těchto definovaných kategorií je rozčleněna na individuální bližší formy výpomoci, jež startupu z dané podpory mohou plynout. Poslední oblastí zahrnovanou do komparace jsou jakési obecné předpoklady, kdy je hodnocena například administrativní zátěž či stupeň racionality poskytovatele podpory. Pro celou tuto kapitolu jsou využity jednak výstupy z rešerše literatury, a jednak také výstupy z provedeného dotazníkového šetření. Výstup celkového šetření lze shlédnout v Příloze 10.

Při hodnocení vhodnosti podpor podnikání vzhledem k jednotlivým životním fázím startupu je důležité poznamenat, že bezesporu lze dané formy využít i v jiných fázích, než k jakým byly autorkou přiřazeny. Při tvorbě tohoto modelu byly zvažovány různé aspekty, které mohou ovlivňovat nejvhodnější čas pro volbu dílčích forem podpory podnikání. Pro příklad lze uvést business angels, kteří mohou pokaždé v podniku setrvávat různě dlouho. Každý business angel jedná dle svého uvážení a každý podnik zvažuje vstup takového investora dle konkrétní situace a podmínek, které angel na podnik klade. Nejčastěji lze ale vidět vstup BA do podniku v první polovině života startupu, ačkoliv nelze vyloučit, že angel nevstoupí až v okamžiku plného rozvoje (i přestože to není příliš typické, neb to nepřináší takový očekávaný zisk, jaký lze u BA předpokládat). Za vhodnou fázi využití služeb BA jsou na základě zmíněného zvoleny pouze fáze před bodem zvratu, ačkoliv nelze vyloučit využití i v další době existence startupu. S totožným přístupem byly zvoleny fáze životního cyklu i u ostatních forem podnikání. Stejně tak autorka diplomové práce rozhodovala o přiřazení různých charakteristik daným formám podpory. Pro příklad lze uvést FFF a nezvolení

charakteristiky kapitálového vstupu. U FFF lze za poskytované finance požadovat spoluúčast na firmě, ale není to příliš běžné – proto není u této formy podpory zvolena tato charakteristika.

Základem je tvorba shluků na základě podobností v charakteristických rysech dílčích forem podpor podnikání. Na základě Přílohy 10 lze vytvořit následující diagram shlukování (Obr. 16), který znázorňuje průběh shlukování a umožňuje identifikovat jednotlivé shluky. Pro proces shlukování byla zvolena Wardova metoda, která je autorkou diplomové práce považována za nejpřesnější díky snaze o minimalizaci heterogenity vytvořených klastrů. Lze říci, že má vysokou vypovídající hodnotu, jelikož vytváří poměrně malé množiny podobné velikosti.



Obr. 16: Diagram shlukování podpor podnikání Wardovou metodou

Zdroj: Vlastní zpracování

Můžeme pozorovat několik vytvořených shluků. Při určení počtu shluků na úrovni šesti dostáváme skupiny, které jsou charakteristické společnými znaky, a to konkrétně:

Tab. 7: Roztřídění podpor podnikání do 6 klastrů

Forma podpory	Klastr
Bankovní úvěry	1
Inkubátory	2
Akcelerátory	2
FFF	3
P2P půjčky	3
Crowdfunding	3
VC fondy	4
Business Angels	4
Podpora EU	5
Podpora MPO	5
Soutěže pro startupy	6
Coworking	6
Univerzity	6
Služby RPIC	6

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak je vidět, tak bankovní úvěry a soutěže pro startupy tvoří samostatné kategorie, které se nepodobají žádné z jiných forem podpor podnikání. Na základě vstupních dat můžeme říci, že je tomu tak zejména z toho důvodu, že bankovní úvěry jsou specifickým produktem bankovních institucí a oproti substitučním podporám s sebou nenesou žádný z nefinančních přínosů a zároveň přináší značnou administrativní zátěž, a stejně tak i finanční zátěž ve formě úroků, což nelze dohromady tvrdit u žádné jiné podpory.

Zcela zřejmý klastr je tvořen inkubátory a akcelerátory. Ačkoliv jsou inkubátory záležitostí spíše prvních fází podnikání, a akcelerátory spíše těch navazujících, fungují na obdobném principu. Startupy mohou těžit ze všech dílčích složek nefinančních aspektů v závislosti na individuální nabídce daného inkubátoru či akcelerátoru. U obou typů je možné realizovat kapitálový vstup do startupu, stejně tak to ale není nezbytností a za „inkubaci“ či „akceleraci“ se dá zaplatit i jiným způsobem, např. podílem na budoucí produkci. Každý inkubátor i akcelerátor má své vlastní smluvní podmínky a i přestože se v mnoha ohledech budou podobat, zcela bezesporu budou existovat i rozdílná specifická ujednání.

Samostatný shluk tvoří FFF, P2P půjčky a crowdfunding, což se dalo očekávat. Po bankovních úvěrech se jedná o další zástupce finančních injekcí pro startupy, ale oproti bankovním institucím nelze o těchto formách v žádném případě tvrdit, že zafinancování startupu probíhá na základě racionálního rozhodování, nýbrž zejména na základě emocí a aktuálního rozpoložení subjektu, který poskytuje finanční prostředky. Zároveň u těchto typů

nedochází ke kapitálovému vstupu (pokud neuvažujeme specifický typ crowdfundingu, který lze přirovnat spíše k principu BA). Dalším společným rysem je přívětivá dostupnost pro startupové projekty a podniky bez historie v podnikání.

Dalším z klastrů je seskupení dvou variant pro kapitálový vstup investora, a to Venture Capital fondy a Business Angels. Ačkoliv BA jsou záležitostí spíše seed investic a s VC fondy se setkáváme spíše o něco později, stále vstupují do startupu v době, kdy se jedná o značně rizikovou investici, ať už se jedná o early stage nebo later stage financování startupu. Často se lze setkat také s tím, že BA jsou součástí VC fondů, což činí další pojitko mezi těmito dvěma formami podpory. Zřejmým společným znakem je tedy kapitálový vstup do podniku. Dochází také k racionálnímu uvažování a důslednému hodnocení startupů, poněvadž v obou případech je cílem profitovat z růstu společnosti, a právě proto je kladen důraz na inovační potenciál startupů. Charakteristický je také mentoring, jehož snahou je docílit růstu úspěšnosti a tržní ceny startupu.

Různé formy podpory ze strany EU a MPO jsou zařazeny do samostatného klastru. Mají nespočet společných znaků. V podstatě lze tvrdit, že podpora ze strany ministerstva vychází z evropské podpory, poněvadž dochází k čerpání prostředků EU i k uskutečnění evropských programů, jež ovšem bývají realizovány prostřednictvím českých úřadů. MPO má samozřejmě i své vlastní činnosti, kterými cílí na příznivé podnikatelské klima v naší zemi, a na rozdíl od EU je mírně vstřícnější k podnikům, jejichž inovační potenciál není příliš vysoký. Lze ale hovořit o významném propojení těchto dvou typů podpory podnikání a jejich zařazení do samostatného klastru je tedy na místě.

Posledním shlukem vytvořeným na základě vstupních dat je seskupení skládající se ze soutěží pro startupy, coworkingu, univerzitní podpory a služeb RPIC. Tyto formy jsou typičtější spíše v období před akcelerací a podstatným přínosem je zejména poskytované poradenství v různých oblastech podnikání. Nepřináší s sebou finanční výpomoci a nelze tedy hovořit o tom, že by se jednalo o varianty vhodné v situaci, kdy firma potřebuje zachránit před utopením se v údolí smrti. Jsou vhodné v takových chvílích, kdy je podnik připraven přednést svůj nápad a potřebuje pouze „pošťouchnout“ ke správným zákazníkům a trhům či popostrčit správným směrem v některé z oblastí, ve které zaostává. Shluk je typický také tím, že pro získání této formy podpory není nezbytné disponovat podnikatelskou historií a nejedná se ani o příliš administrativně zatěžující podpory podnikání.

Při celkovém pohledu na proces shlukování je zřetelné, že uskupení FFF, P2P půjček, crowdfundingu a bankovních úvěrů tvoří samostatnou větev vytvořeného stromu. Tyto formy

podpory podnikání jsou totiž odlišné od těch ostatních zejména v tom, že nepřináší téměř žádné nefinanční obohacení pro podnik a jedná se tedy zejména o finanční injekce bez přidané hodnoty. Jiné formy primárně finanční výpomoci s sebou přináší také větší spektrum nefinančních aspektů, které mohou startupy náležitě ocenit a využít je při svém rozvoji a akceleraci. Lze se tedy domnívat, že toto uskupení lze považovat za nejméně vhodné formy podpory podnikání pro podnikatelské projekty zakládané ve formě startupu.

9 PŘÍPADOVÁ STUDIE

Pro demonstraci výstupů jsou vytvořeny dva imaginární startupové projekty, na základě jejichž charakteristik dochází ke klasifikaci do jednoho z vytvořených shluků a zvolení vhodné podpory podnikání pro danou situaci. Pro zvolení vhodné varianty jsou využity zejména výstupy vytvořené diskriminační analýzou prostřednictvím softwaru Statistica, kdy na základě maximalizačního kritéria klasifikační funkce dochází k určení, zda je vhodná danou formu podpory podnikání zvolit či nikoliv. Vzhledem k neomylnosti této klasifikace autorka diplomové práce následně přehodnocuje konkrétní situaci v podniku a přihlíží ke svému subjektivnímu názoru.

Pro diskriminační analýzu jsou jako vstupy zvoleny výstupy z dotazníkového šetření. Odpovědi na 4 základní deskriptivní otázky jsou překódovány, aby mohly posloužit jako vstup do analýzy. Otázky, zda se jedná o první podnik zakladatele a jediný podnik zakladatele, nabývají pouze hodnot ANO a NE, proto jsou překódovány na binární proměnné, přičemž v celé analýze je použito pravidlo, že hodnota 1 představuje odpověď ANO, a 0 lze tedy vyložit jako odpověď NE.

9.1 Charakteristika startupů

V první řadě je nezbytné charakterizovat startupy, jimž bude určována vhodná forma podpory podnikání dle jejich individuální situace.

Fiktivní podnik A

Projekt byl založen před 6 měsíci dvěma kamarády z farmaceutických studií, kteří se rozhodli podnikat v oblasti výroby svíček a jejich cílem je dodat na trh svíčky, které hoří čtyřikrát déle, než svíčky dostupné v dnešní době. Konkrétně si nastavili metu v délce hoření 600g svíčky po dobu 560 hodin, což je přesně čtyřnásobek maximální délky hoření na trhu. Při doporučené době zapálení 3 hodin denně představuje 560 hodin ve výsledku 186 dní existence svíčky, což je dnes nepředstavitelné. Tento nápad vzešel na svět v důsledku zvyšujících se tlaků na snižování odpadu domácností, a ačkoliv se nejedná o primárně diskutovaný plast, tak rozdíl ve vypálení 4 svíček oproti pouze 1 kusu představuje 3 ušetřené sklenice, které ne vždy končí jako součást tříděného odpadu.

Zakladatelé jsou stále ve fázi vývoje, zkouší nové a nové složení vosku a stále se jim nedaří překonat 200 hodin hoření svíčky. Mají několik nápadů, ale nemají dostatek prostředků pro zajištění materiálu a zároveň si myslí, že potřebují výpomoc zkušených chemiků. Zároveň by rádi uplatnili své vzdělání, a pokud se jim podaří dosáhnout cíle, rádi by pokračovali a pokusili se takovouto svíčku obohatit o léčivé účinky přesahující hranice aromaterapie. Rádi by tedy ve finále vyvinuli „trvanlivé“ svíčky s léčivými účinky.

Oba zakladatelé jsou extroverti, ale bojí se o své know-how. S nikým se o své činnosti nebaví a děsí je představa, že by přijali zaměstnance – chemika, který by představoval nebezpečí vyzrazení firemního tajemství. Výzkum probíhá na černo ve školní laboratoři. Jelikož měli zakladatelé během studia dobrý vztah s jedním z kantorů, dovolil jim v noci bezplatně využívat jeho laboratoř, ovšem smluvně si nárokuje 10 % ze všech akcií, které by podnik kdy v budoucnu emitoval. Zakladatelé nyní žijí v pronájmu ve sdílených bytech, poněvadž veškerý svůj majetek zastavili, aby měli kapitál na vývoj. Zásoba se tenčí a není již žádná možnost, jak kapitál vlastními silami získat.

Finance potřebné pro 1. fázi vývoje vyčíslili na 10 milionů Kč. Za předpokladu, že po první fázi bude vyvinut prototyp, očekávají se tržní testy s finanční náročností 900 000 Kč. Pokud prototyp v testech obstojí, bude pokračovat další fáze vývoje, kdy se pokusí do výroby začlenit i léčivé účinky. Tuto fázi zakladatelé předběžně ocenili na 45 milionů Kč.

Fiktivní podnik B

První myšlenka založit podnikatelský projekt padla jedním ze zakladatelů před 18 měsíci při nákupu v supermarketu. Zakladatel procházel koutek se „zdravou výživou“ a hledal skutečně zdravé potraviny, které by mohl zařadit do svého jídelníčku. Jelikož má zakladatel ale znalosti a vzdělání ve výživě, byl nespokojen s nabízeným zbožím a rozhodl se, že už nechce být pouhým konzumentem a vyrobí si potřebné produkty sám doma. Tento zakladatel si nastudoval nezbytné materiály a metodou pokus-omyl začal v domácím prostředí vyrábět produkty, které jsou v obchodech dostupné jako „zdravé“ či „bio“, ale zároveň mají jisté nedostatky. Jedná se například o příliš velký obsah soli, obsah nadbytečných konzervantů pro prodloužení trvanlivosti, barviva pro zatraktivnění vzhledu či cukr pro zlepšení chuti.

Nyní si je zakladatel jistý svými výrobními postupy a díky nákladným testům je také schopný deklarovat výživové hodnoty pro jednotlivé výrobky a jejich trvanlivost. Pronajal si prostory, které mu umožňují výrobu, ale pracuje pouze s klasickým kuchyňským vybavením. Prozatím dodává své výrobky pouze známým a vybrané sortě lidí. Rád by byl

součástí výroby i nadále a rád by přenechal činnosti související s vedením firmy někomu zkušenějšímu. Má vytvořený podnikatelský plán, vložil veškeré své úspory do nezbytných úkonů pro výkon dané činnosti a nyní je připraven začít své výrobky oficiálně prodávat. Nemá ekonomické vzdělání, nerozumí marketingu a aktuálně nemá disponibilní vlastní kapitál. Cizí zdroje zatím nikdy nepoužil. Jeho žena mu navrhuje, že může využít finance odkládané pro děti na stavebním spoření. Manželka je výřečná a v její práci vzbudila „domácí“ výroba pozornost, v důsledku čehož je jeden z jejích kolegů ochoten opustit současnou práci a výměnou za třetinový obchodní podíl začít pracovat na tomto projektu. Druhý kolega, který již 5 let pracuje v marketingu, nabízí své zkušenosti oproti 10% podílu.

Pro rozjezd testovacího provozu podnikatel odhaduje, že bude potřebovat přibližně 900 000 Kč na nákup nezbytného dlouhodobého majetku pro výrobu, 280 000 Kč musí zaplatit zálohou za pronájem výrobních prostor na nadcházejících 12 měsíců a zvažuje také nákup dodávky s chladicím boxem z bazaru za 390 000 Kč. Předběžný rozpočet na marketingové činnosti je v deficitu 770 000 Kč a běžné provozní náklady jsou očekávány ve výši 150 000 Kč. Podnikatel je opatrný a rád by měl rezervu, a proto by rád získal finance v celkové sumě 3 miliony Kč. Podstatnou informací je skutečnost, že by zakladatel preferoval, aby jeho podnik nezaměstnával více, než 3 osoby. Ačkoliv sám zakladatel chce řídit výrobu a naplno se jí věnovat, nenárokuje si mzdu a nepovažuje se za zaměstnance.

9.2 Volba vhodné varianty

Nyní dochází k aplikaci diskriminační analýzy na konkrétní situace charakterizovaných startupů. Za pomoci softwaru Statistica byla vytvořena prostřednictvím diskriminační analýzy klasifikační funkce, na základě níž dochází k rozhodnutí o aplikovatelnosti či neaplikovatelnosti podpory na daný podnik. U takových klasifikačních funkcí, které byly softwarem Statistica vytvořeny s větší, než 15% chybovostí, dochází vždy k přehodnocení klasifikace autorkou. Přehlednou tabulku sestavenou z jednotlivých výstupů diskriminačních analýz lze shlédnout v Příloze 11 a celá tato podkapitola vychází z údajů v ní uvedených.

Fiktivní podnik A

Diskriminační analýzou bylo určeno, že podnikatelé z prvního startupu by měli pro své podnikání na základě vzorku respondentů zvolit coworking. Vzhledem k vysokému procentu chybných klasifikací modelu se o tom ale dá polemizovat, což je zde zcela na místě.

Je to zejména z toho důvodu, že se zakladatelé bojí o své know-how a mají strach z vyzaření firemního tajemství, což by při práci v coworkingovém prostředí mohlo být značně rizikovým aspektem.

Z nefinanční oblasti by bylo dobré zvážit požadavek na výpomoc zkušených chemiků. To by se dalo zakomponovat do specializovaných podnikatelských inkubátorů, které spolupracují s vědeckotechnickými parky při univerzitách. Při správné volbě by mohli podnikatelé nejen získat legální zázemí pro svůj vývoj, ale zároveň by existovala možnost kooperace s odborníky v daném oboru. Navíc by mohl inkubátor představovat perspektivního partnera pro nadcházející tržní testy a obecně prvotní oslovování zákazníků. Volba inkubátoru nebyla na základě klasifikační funkce zahrnuta s příliš velkou diferencí, a proto by se nad inkubátory dalo zčásti uvažovat i v rámci výstupu analýzy.

Faktorem, který diskriminační analýza nehodnotí, je aktuální finanční situace a potřeba peněžních prostředků. Jak se lze dočíst, podnikatelé jsou na tom špatně a v první fázi potřebují téměř 11 milionů Kč. Jelikož ale svou činnost chtějí stupňovat, autorka diplomové práce by podnikatelům doporučila zkusit své štěstí s fondy VC. Právě ty by totiž byly ochotny podnik zafinancovat postupně, v jednotlivých kolech a přizpůsobit finanční injekce potřebám podnikatelů. Zároveň by se dalo očekávat, že smlouvy těchto fondů budou propracované a bude v nich ošetřena právní ochrana firemního tajemství a zachování mlčenlivosti. Vzhledem k tomu, že 10% podíl již drží univerzitní kantor, bylo by vhodné, aby si zakladatelé pohlídali, aby se v důsledku vstupu fondu nerozředil vlastní kapitál společnosti takovým způsobem, kdy by se ze zakladatelů stali nemajoritní vlastníci. Pro získání investora ve formě fondu bývá obvykle nezbytné mít propracovaný podnikatelský plán, k jehož prezentaci je potřeba výstižný pitch deck.

Za předpokladu, že by se podnikatelům vydařily po první fázi i tržní testy, mohli by vedle rizikového kapitálu sáhnout i po státní či evropské podpoře. Zajímavou možností by byly zejména dotace, jejichž využití by ale bylo podmíněno souladem podnikatelského plánu a aktuálně běžících dotačních programů pro MSP. Bezesporu by mohlo být zajímavé vyzkoušet také síly internetu a nabídnout projekt léčivých svíček na crowdfundingové portály, kde by mohl vzbudit zájem veřejnosti.

Na základě výše uvedeného zhodnocení by tedy autorka diplomové práce doporučila, aby podnik nejdříve zvážil využití podnikatelského inkubátoru přidruženému k některému z vědeckotechnických parků. Služby inkubátoru by mohly sekundárně posloužit ke zpracování podnikatelského plánu, jenž by byl následně představen potenciálním investorům

ve fondech rizikového kapitálu (eventuelně andělům). Bylo by vhodné ale nejprve prodiskutovat svůj cíl první fáze s jinými odborníky, aby bylo možné spočítat rentabilitu celého projektu a vůbec zjistit, zda je reálné cíl naplnit. V situaci, kdy by první fáze byla vyhodnocena jako nerentabilní, autorka diplomové práce by doporučila plný fokus na fázi, jejímž cílem je překonání účinků aromaterapie. Investice do svíček s léčivými účinky by mohla představovat lukrativnější investici, než jakou nabízí déle hořící svíčky.

Fiktivní podnik B

Pro výrobu potravin by měl podnikatel na základě vzorku respondentů dotazníku zvolit FFF a coworking. Pokud se nad tím zamyslíme, dá se to považovat za reálnou a rozumnou volbu. Je to zejména z toho důvodu, že podnikatel má reálnou možnost využít peníze ukládané na stavebním spoření. Za předpokladu propočtů rentability s pozitivním vývojem lze tuto možnost považovat za vhodnou, a to i z toho důvodu, že při vkladu do podnikání je možnost zhodnotit finance mnohem výrazněji, než je tomu za pomoci spoření. Je nezbytné ale zvažovat také riziko podnikání, které u peněz vložených na spořicí účet neexistuje. Proto je tedy nutné zvažovat reálné šance na úspěch na cílových trzích.

U coworkingu by mohlo být nespornou výhodou nabytí poznatků z oblasti obchodu, ale jak se lze dočíst, tak zakladatel by rád tuto činnost přenechal někomu jinému a na plno se věnoval výrobě. Za zvážení stojí nabídka potenciálního společníka, který oproti 10% podílu nabízí cenné zkušenosti z oblasti marketingu, a dá se tedy očekávat, že by našel uplatnění i v obchodu jako takovém. Vzdání se třetinového podílu ve prospěch druhého z potenciálních společníků představuje značně extrémní úbytek vlastnických práv, a právě z toho důvodu by autorka diplomové práce doporučila přijmout za společníka pouze specialistu na marketing.

U tohoto podnikatelského záměru lze očekávat, že by některá z přívětivějších bank mohla příznivě zhodnotit riziko a tedy nabídnout této firmě podnikatelský úvěr. Tuto variantu nijak razantně ani nezamítla diskriminační analýza, což lze považovat za dobré znamení. Pro získání bankovního úvěru by mohly být nápomocné záruky za úvěr nabízené MPO či EU. Při této úvaze by autorka diplomové práce zavrhlá P2P půjčky, protože by se dalo spekulovat o výši úroků, která by díky zárukám mohla u bankovních společností nabývat menší úroveň než u P2P půjček. Další možností obstarání kapitálu pro činnost firmy by mohly představovat samotné dotační programy EU či MPO. Zajímavým by mohlo být také využití programu Erasmus pro mladé podnikatele, na který by byl vyslán společník – marketér, zatímco

zakladatel startupu by mohl zodpovědně zabezpečovat výrobu po dobu absence tohoto společníka, který by čerpal zkušenosti z jiných koutů světa.

Pokud by se společníci pokusili o crowdfundingovou kampaň, potenciální přispěvatelé by mohli být pozitivně ovlivněni jejich snahou o skutečně zdravou stravu a jejich kampaň lze považovat za potenciálně úspěšnou. Zde je ale nutná velmi důkladná analýza aktuálních kampaní na všech crowdfundingových portálech. Podnikatelský záměr je totiž podobný velkému množství jiných podnikatelských pokusů na trhu a je nutné tedy zhodnotit, zda již nejsou tyto portály podobnými projekty přesyceny. V důsledku toho by startup nemusel dosáhnout cílové částky a odešel by tedy s prázdnou.

Finanční zdroje je vhodné v případě daného startupu získat charakterizovanými variantami, anebo kombinací výše uvedeného. Právě kombinace více zdrojů je autorkou považována za nejvhodnější. Autorka diplomové práce v žádném případě nedoporučuje VC fondy. Domnívá se totiž, že by se jednalo o ztracený čas, poněvadž fondy rizikového kapitálu cílí na lukrativnější trhy, než jakými jsou trhy s potravinami. Jelikož má podnikatel výrobní postupy a další výrobní aspekty již detailně vymyšlené, není nezbytné v této fázi uvažovat ani o podnikatelských inkubátorech. Možnost, která ale stojí za zvážení, je účast v podnikatelském akcelérátoru, která může pomoci s nalezením zákazníků. Zároveň by posléze mohla účast v akcelérátoru přinést i nové inovační myšlenky pro zatraktivnění a zlepšení vyráběných statků.

Za předpokladu pozitivního vývoje by na základě uvedeného bylo nejlepší, aby zakladatel přijal do firmy společníka se zkušenostmi z marketingu a mohl se tedy plně věnovat výrobě. Následně je nezbytný fokus na obstarání finančních zdrojů, a na základě uvedené charakteristiky je doporučeno zkombinovat podporu poskytovanou EU (či MPO), úvěry poskytované bankovní institucí a crowdfunding. V neposlední řadě lze zvažovat také využití služeb podnikatelských akcelérátorů.

9.3 Zhodnocení případové studie

Jak si čtenář bezpochyby všimnul, ne vždy se dalo souhlasit s výstupy diskriminační analýzy. Toto zjištění je zapříčiněno zejména tím, že každý jednotlivý startup je zcela jedinečný a má jak jiné potřeby, tak i jiné schopnosti. Vzorek respondentů, na základě něhož byla vytvořena klasifikační funkce, není zcela jednotný a lze pozorovat mnohonásobné diference ve formách využívaných podpor mezi startupy obdobných charakteristik. Můžeme

mít dva v podstatě identické startupy, přičemž ale jeden trpí nouzí z důvodu absence zkušeností, a ten druhý naopak nedisponuje finančními zdroji. Každý využije jinou formu podpory podnikání dle svých potřeb. A právě na základě individuálních potřeb a konkrétní situace podniku byly zvoleny vhodné podpory podnikání pro fiktivní podniky v této případové studii. Byly využity jednak výstupy diskriminační analýzy, ale také znalosti autorky, které nabyla v průběhu psaní této diplomové práce. U obou podniků je očekáván pozitivní vývoj a byly zvoleny takové možnosti podpory podnikání, které dle výše uvedeného odpovídají tomuto scénáři.

Zajímavým poznatkem autorky, který vyplývá z této kapitoly je, že v podstatě každý podnikatelský problém lze řešit některou z forem nabízených podpor podnikání. Může se jednat o více výhodné řešení, ale také o méně výhodné řešení, ale vždy lze nějaké najít. Otázkou ale je, zda se v případě zvolení méně výhodného řešení podnik nedočká pouze jakéhosi Pyrrhova vítězství, kdy spíše ztratí než získá.

10 ZHODNOCENÍ REALIZOVANÝCH ANALÝZ

Předchozí tři kapitoly byly věnovány analýzám, jejichž cílem bylo zhodnotit stávající možnosti podpor podnikání pro startupy, zjistit názory podnikatelů na momentální stav a klasifikovat a nevhodnější formy pro dva navržené startupy, na základě kterých došlo k demonstraci výsledků. Jako základ pro veškeré analýzy sloužil dotazník rozeslaný mezi 84 subjektů, přičemž se výzkumu zúčastnilo 38 subjektů. Za relevantní pro výzkum bylo 37 navrativších odpovědí, jelikož jeden podnikatel ještě nebyl v takové fázi, že by kdy využil některou z forem podpory podnikání. V první řadě bylo stěžejní ověřit platnost čtyř hypotéz.

1) Všechny formy podpory přináší startupům stejný užitek.

ZAMÍTNUTA

Tato hypotéza byla ověřována neparametrickým Friedmanovým testem, jehož výsledek vede k zamítnutí hypotézy. Mezi jednotlivými formami podpory existují rozdíly již z podstaty věci, jak potvrzují další analýzy. Dle dotázaných podnikatelů přináší hodnocené formy podpory rozdílné užítky. Nejméně užítku podnikatelům přináší služby RPIC, podpora ze strany FFF, univerzit, P2P portálů či bankovních institucí. Vzorek respondentů je typický příznivým postojem k inkubátorům, akcelérátorům a coworkingu.

2) Startupy potřebují spíše nefinanční podporu, než finanční.

PLATNÁ

Z výsledků dotazníkového šetření vychází najevo náklonnost k potřebě nefinanční podpory, která plyne z absence zkušeností a vědomostí začínajících podnikatelů. Hypotézu tedy nelze zamítnout a platí tvrzení, že startupy potřebují spíše podporu nefinančního charakteru.

3) Státní podpora podnikání je lepší, než soukromá podpora podnikání.

ZAMÍTNUTA

Rozdíly mezi hodnocením státní a nestátní podpory nejsou nijak závratně markantní. Respondenti nezastávají jednotný názor. U státní podpory jsou podnikatelé nakloněni spíše k negativnímu názoru, kdežto u soukromé lze pozorovat tendenci k pozitivnějšímu názoru.

Ze vzájemného hodnocení vyplynulo najevo, že je optimální kombinovat státní i nestátní formy podpory podnikání. Hypotéza je tedy zamítnuta ve prospěch alternativní, poněvadž nelze ani o jedné straně říci, že by byla výrazně na lepší úrovni, než strana druhá.

4) Podpora podnikání v ČR je lepší, než podpora podnikání v jiných státech Evropy.

ZAMÍTNUTA

Hodnocení zaměřené na rozdílnost kvality podpory podnikání v ČR a v jiných evropských státech vyznívá nepříliš pozitivně. Respondenti se téměř jednoznačně přiklání k názoru který tvrdí, že jiné evropské státy jsou na tom lépe. Zcela evidentně je tedy hypotéza zamítnuta a hovoříme o tom, že v jiných státech je podpora podnikání lepší. Respondenti se také shodují na tom, že podpora českých podniků je ze strany EU velmi významná.

Mimo jiné byly hodnoceny formy podpor podnikání z hledisek jako lehké získatelnosti bez podnikatelské historie, administrativní náročnosti, a v neposlední řadě také důležitost co se týče finanční i nefinanční stránky existence startupu. Bylo zjištěno, že v oblasti financí jsou významnými články fondy VC spolu s BA, následované státní (příp. evropskou) podporou. Nefinanční podporu přináší v nejvyšší míře různá podnikatelská centra, od jednoduchého coworkingu přes inkubátory až k akceleratorům, a nelze opomenout ani startupové soutěže. Článkem, který je výrazně odlišný od zbývajících typů podpor podnikání, jsou BA. Ačkoliv jejich primárním přínosem pro startup je přísun kapitálu, podnikatelé velmi kladně hodnotí i nefinanční aspekty spolupráce s BA. Administrativní náročnost je sice vyšší a získat kvalitního angela není mnohdy jednoduché, v oblasti přínosů ale nelze pochybovat o tom, že by existovala jiná forma podpory podnikání s komplexnějšími službami.

Geografické umístění startupů může na základě provedeného výzkumu hrát významnou roli při cestě k úspěchu. Za předpokladu dvou zcela identických startupů založených v různých městech (Šumperk a Praha) lze očekávat, že větší šanci na úspěch bude mít pražský podnik. Může to být v důsledku různých aspektů podnikání, od dostupnosti a nasycenosti trhů, přes konkurenci a dodavatele až po podnikatelskou podporu. Právě ta má koncentraci ve větších městech. Ačkoliv některé formy podpor podnikání se úmyslně snaží nabízet svou pomoc v méně lukrativních oblastech, stále nelze v menších městech porovnávat možnosti dostupné podpory s oblastmi velkých měst.

Pro klasifikaci podpor podnikání a nalezení významných rozdílů mezi nimi byla využita klasifikační analýza, v rámci níž došlo za pomoci shlukové analýzy k tvorbě klastrů seskupujících podpory podnikání na základě významných podobností. Hodnoceny byly jak rozdíly ve vhodnosti jednotlivých podpor vzhledem k aktuálnímu životnímu stádiu, tak i dle oblasti přínosů a dalších důležitých specifik.

Bankovní úvěry se netěší příliš velké podobnosti s jinými formami podnikání a tvoří samostatný shluk. Dle očekávání jsou inkubátory a akcelerátory spolu v jednom shluku. V jistých aspektech jsou naprosto identické, ale jsou vhodné pro mírně odlišné fáze podnikání. Shluk vytvořený FFF, P2P půjčkami a crowdfundingem má jako zřejmý společný rys poskytování finančních injekcí bez zásadní nefinanční podpory. A nelze také opomenout fakt, že tyto tři podpory podnikání jsou zastoupeny v jednom shluku také z toho důvodu, že při rozhodování o vložení peněz do startupu nelze hovořit ve valné většině případů o racionálním rozhodování a analýzám vkladatele, nýbrž spíše o emočním rozhodování nepodloženým žádnými důkladnými analýzami. Peníze do podniku „tečou“ od lidí, kterým je sympatický.

Dvě základní formy, u kterých hovoříme o značně rizikovém kapitálu, jsou VC fondy a BA. A právě ty můžeme na základě analýzy nalézt ve společném shluku. Oproti poskytnutému kapitálu se očekává podíl ve společnosti. Rozhodování je zcela racionální a jeho cílem je dosažení rychlého růstu a odprodeje podílu ve firmě po tomto růstu. Kapitál do startupu „teče“ od lidí, kteří věří v jeho úspěch na základě čísel a faktů. Zároveň se takovíto investoři podílí na tom, aby byl růst reálný, a poskytují tedy řadu nefinančních služeb.

Shluk vytvořený soutěžemi, coworkingem, univerzitami a RPIC se vyznačuje využíváním zejména v období před akcelerací a významným poradenstvím. Slouží spíše pro popostrčení správným směrem, nelze očekávat velkou a významnou podporu jako u jiných podpor podnikání.

Pro demonstraci výstupů byla vytvořena případová studie, v rámci níž došlo k představení dvou startupů. Každý z nich je specifický jinou primární potřebou a dalšími, sekundárními okolnostmi. Za pomoci diskriminační analýzy byla ze vzorku respondentů vytvořena klasifikační funkce, jejímž účelem bylo klasifikovat startupy pro využití či nevyužití jednotlivých forem podpor. S výstupy diskriminační analýzy se ne vždy dalo souhlasit, za což může jedinečnost každého individuálního podniku a jeho potřeb. Díky nabytým znalostem

v průběhu zpracovávání diplomové práce nebylo obtížné rozhodnout, zda lze danou podporu pro ten či onen podnik považovat za relevantní. Pro oba dva podniky se podařilo najít vhodné formy podpory k využití, ale nejúčinnější by měla být kombinace několika z nich. Lze tedy tvrdit, že lze najít řešení v rámci podpory podnikání pro velké spektrum podnikatelských problémů a osvědčila se také kombinace státní a soukromé formy podpory.

ZÁVĚR

Diplomová práce se věnuje podpoře podnikání se zaměřením se na specifickou formu podnikání ve formě startupu. Pro zajištění srozumitelnosti práce pro čtenáře je v úvodu vysvětleno několik základních termínů, na něž navazuje charakteristika různých forem podpory podnikání využitelných pro podniky typu startup. Samostatné kapitoly jsou věnovány jak finanční podpoře podnikání, tak i podpoře s jinými primárními cíly, jakými může být například mentoring či poradenství v různých oblastech podnikání.

Z teoretické rešerše je nutné zmínit nešťastnou skutečnost, a to že pojem startup není oficiálně vymezen jednou definicí. Různí autoři jej definují odlišně a zároveň lze pozorovat, že někteří podnikatelé se automaticky po založení považují za startup bez splnění jakékoliv jiné definující podmínky. Pozitivním zjištěním je fakt, že počet startupů v České republice narůstá a roste také počet investorů, jejichž cílem je zhodnocení kapitálu prostřednictvím těchto startupů, což hraje do karet rozvoji podnikání v České republice.

Analýzy provedené v druhé polovině práce vychází zejména z provedeného dotazníkového šetření mezi podnikateli, kteří založili startupové projekty. Dochází ke zjištění, že každá z forem podpory podnikání přináší podnikatelům jiný užitek. Jak z literární rešerše, tak pak i z výsledků provedeného šetření lze zcela jasně vyvodit závěr o odlišnosti jednotlivých podpor. Podnikatelé si jsou vědomi rozdílů mezi různými typy podpory podnikání, a tedy i jejich přínosů a využití pro podnik. Z nefinančních typů jsou preferována coworkingová centra, inkubátory a akcelerátory, naopak finanční podpora obstála nejlépe ve formě business angels a to s velkým odstupem od jiných variant finanční podpory. Bylo zjištěno, že se analyzované podpory liší nejen v přínosech pro podnik, ale také v administrativní zátěži či v délce trvání. Rozdíly lze pozorovat také v obtížnosti danou formu získat, pokud má podnik pouze krátkou podnikatelskou historii anebo nemá historii žádnou.

Celkové shrnutí provedených analýz je uvedeno v samostatné kapitole. Stěžejním závěrem této kapitoly je, že potřeba každého podniku je jiná, což vychází z předpokladu, že nelze nalézt dva zcela identické podniky. Každý disponuje jinými zdroji a schopnostmi a potýká se s jinými problémy. Některý podnikatel je ve finanční tísní, jiný zase naopak nezbytně potřebuje radu a nasměrovat správným směrem. Jednomu zapadne do podnikatelského plánu spíše soukromá cesta podpory podnikání, druhý naproti tomu dokáže lépe využít podporu ze strany státu či Evropské unie. Z provedených analýz vyplývá, že je vhodné kombinovat různé formy podpor podnikání, což umožní konfrontovat konkrétní problém a spojit síly pro

jeho překonání. Ačkoliv jednotlivé typy samy o sobě nebývají nijak provázány, pro podnikatele by nemělo být problémem je provázat dle svých vlastních potřeb a možností.

Všeobecným doporučením pro podnikatele je, aby volili podporu podnikání dle své vlastní aktuální situace a „neopisovali“ od konkurence a jiných podniků. Každý podnikatelský projekt je jedinečný, nelze tedy spoléhat na okopírování způsobů konkurence při cestě k úspěchu. Zatímco jeden podnik dokáže naplno využít potenciál některého způsobu podpory podnikání, pro jiný podnik může být daná podpora cestou k ukončení činnosti. Každý podnikatel by měl zvážit své aktuální potřeby a řešené problémy a na základě toho volit podporu podnikání dle dostupných možností. Zároveň by si měli podnikatelé zodpovědět otázku, co jim může každá ze zvažovaných variant podpory podnikání přinést a co jim naopak může vzít, aby předešli nepříjemným překvapením. S tím souvisí doporučení důkladně nastudovat zvažované možnosti podpory podnikání, a před podpisem jakékoliv zavazující listiny probrat veškerá její ustanovení s právníkem. Toto doporučení platí dvojnásobně pro využívání business angels a venture capital fondů, pro které jsou nepříjemná překvapení schovaná uvnitř smluv charakteristická. Co lze podnikatelům doporučit dále, je důkladné promyšlení, zda je startupový přístup podnikání pro jejich podnikatelský záměr vhodným. Podnikatelé označení startup nadužívají a zcela tím zastírají jeho skutečný význam, protože často ani zdaleka nenaplnují jeho charakteristiku.

Závěrem lze říci, že současná situace na trhu umožňuje ztlumit velké spektrum podnikatelských problémů a pokud se podnikatel aktuálně potýká se zdánlivě neřešitelným problémem, za pomoci kombinace různých variant podpor podnikání by nemělo být nemožné situaci překonat a najít řešení. Podnikatelské prostředí v České republice lze sice označit za horší, než v jiných státech Evropy, a to zejména z důvodu existence překážek ve formě složité legislativy či právních předpisů, ale lze jej označit za vhodné pro založení startupu díky existenci velkého množství podpor podnikání. Autorka diplomové práce by pro zlepšení situace na českém trhu doporučila větší spolupráci jednotlivých subjektů poskytujících podnikatelskou podporu a oporu ze strany státu. Vzhledem k nadužívání pojmu startup běžnými, zejména malými a středními podniky, by autorka diplomové práce také doporučovala uvedení charakteristiky startupu do zákonné roviny, díky čemuž by byly za startupy považovány pouze takové podnikatelské projekty, které skutečně startupy jsou.

POUŽITÁ LITERATURA

- (1) AUDRETSCH, David B., Isabel GRILO, a A. Roy THURIK, 2007. *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited. ISBN 978-1845424091.
- (2) BLANK, Steve a Bob DORF, 2012. *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a Great Company*. 1st ed. New York: K&S Ranch. ISBN 978-0984999309.
- (3) DVOŘÁČEK, Jiří, 2003. *Podpora podnikání: (průmyslová politika)*. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0502-9.
- (4) DVOŘÁK, Ivan a Pavel PROCHÁZKA, 1998. *Rizikový a rozvojový kapitál: venture capital*. Praha: Management Press. ISBN 80-85943-74-3.
- (5) EARL, E. Peter a Bruce LITTLEBOY, 2014. *G.L.S. Shackle: (Great Thinkers in Economics)*. New York: Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-137-28189-9.
- (6) GRAY, David a Thomas VANDER WAL, 2012. *The connected company*. Sebastopol: O'Reilly. ISBN 978-1-449-31905-2.
- (7) HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS, 1996. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85865-07.
- (8) JEŽKOVÁ, Renáta a Jiří JEŽEK, 2011. *Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora*. Bratislava: Eurokódex. ISBN 978-80-89447-47-3.
- (9) KISLINGEROVÁ, Eva a Ivan NOVÝ, 2005. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 80-7179-847-9.
- (10) KOTTER, John P., 2015. *Přidejte na rychlosti!: 8 urychlovačů transformace vaší firmy v turbulentní ekonomice*. Přeložil Tomáš PIŇOS. Praha: Management Press. Knihovna světového managementu., sv. 38. ISBN 978-80-7261-301-4.
- (11) MAURYA, Ash, 2016. *Lean podnikání: přejděte od plánu A k plánu, který funguje*. Přeložil Lukáš DUŠEK. V Brně: BizBooks. Lean. ISBN 978-80-265-0506-8.
- (12) NÝVLTOVÁ, Romana a Mária REŽŇÁKOVÁ, 2007. *Mezinárodní kapitálové trhy: zdroj financování*. Praha: Grada. Finanční trhy a instituce. ISBN 978-80-247-1922-1.
- (13) PRIESTLEY, Daniel, 2015. *Revoluce v podnikání: nebojte se zbohatnout na tom, co vás baví*. Přeložil Daniel HELEKAL. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5421-5.

- (14) RIES, Eric, 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Currency. ISBN 978-0-307-88791-7.
- (15) SENOR, Dan a Saul SINGER, 2011. *Start-up nation: příběh izraelského hospodářského zázraku*. Přeložil Hana ŠKAPOVÁ. Praha: Aligier. ISBN 978-80-904895-0-9.
- (16) VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ, 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.

INTERNETOVÉ ZDROJE

- (17) BLANK, Steve, 2010. *What's A Startup? First Principles*. In: *SteveBlank.com* [online]. 25.01.2010 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- (18) BUCHALCEVOVÁ, Zuzana, 2018. *8 tipů, kde získat peníze na rozjezd podnikání*. In: *Podnikatel.cz* [online]. 06.03.2018 [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/8-tipu-kde-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>
- (19) CB INSIGHTS, 2019. *The Global Unicorn Club. Current Private Companies Valued At \$1B+*. In: *cbInsights.com* [online]. © 2019 [cit. 2019-07-01]. Dostupné z: <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- (20) Ceitec, 2015. *JIC spouští nový program JIC ENTER*. In: *CEITEC - Středoevropský technologický institut* [online]. 15. ledna 2015 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.ceitec.cz/jic-spousti-novy-program-jic-enter/t2031>
- (21) COCUMA, [2019]. *Impact Hub*. In: *Cocuma.cz* [online]. [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <https://www.cocuma.cz/company/impact-hub/>
- (22) CROWDER, 2018. *Typy crowdfundingu*. In: *Crowder.cz* [online]. 19. března 2018 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.crowder.cz/typy-crowdfundingu/>
- (23) CZECHINVEST, [2019a]. *CzechAccelerator*. In: *Podporastartupu.cz* [online]. [cit. 2019-07-09]. Dostupné z: <http://www.podporastartupu.cz/projekty/czechaccelerator-2/>
- (24) CZECHINVEST, [2019b]. *CzechDemo*. In: *Podporastartupu.cz* [online]. [cit. 2019-07-09]. Dostupné z: <http://www.podporastartupu.cz/projekty/czechdemo-2-2/>
- (25) CZECHINVEST, [2019c]. *CzechMatch*. In: *Podporastartupu.cz* [online]. [cit. 2019-07-09]. Dostupné z: <http://www.podporastartupu.cz/projekty/czechmatch-2/>
- (26) CZECHINVEST, [2019d]. *CzechStarter*. In: *Podporastartupu.cz* [online]. [cit. 2019-07-09]. Dostupné z: <http://www.podporastartupu.cz/projekty/czechstarter-2-2/>
- (27) CZECHINVEST, © 1994–2019a. *O nás*. In: *CzechInvest.org* [online]. [cit. 2019-07-01]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>
- (28) CZECHINVEST, © 1994–2019b. *Využití nových finančních nástrojů: Inkubátory*. In: *CzechInvest.org* [online]. [cit. 2019-07-01]. Dostupné z:

<https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Vyuziti-novych-financnich-nastroju/Inkubatory>

- (29) Česká spořitelna, [2020]. *INOSTART*. Česká spořitelna, a. s. In: csas.cz [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/korporace/produkty/poradenstvi/specializovane-programy/inostart>
- (30) ČMZRB, [2019]. *Program VADIUM poskytne podnikatelům zvýhodněnou záruku za nabídku. Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.* In: cmzrb.cz [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.cmzrb.cz/program-vadium-poskytne-podnikatelum-zvyhodnenou-zaruku-za-nabidku/>
- (31) DOTACE EU, © 2019. *OP PIK Inovační vouchery – Výzva IV*. In: *Dotační.Info* [online]. 18.12.2018 [cit. 2019-08-01]. Dostupné z: <https://www.dotacni.info/op-pik-inovacni-vouchery-vyzva-iv/>
- (32) EVROPSKÁ UNIE, [2019]. *Přístup k finančním prostředkům z EU. European Commission*. In: *Europa.eu* [online]. [2019] [cit. 2019-08-01]. Dostupné z: https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/access-finance/search/cs/financial-intermediaries?shs_term_node_tid_depth=180&field_company_category_tid_i18n=72&field_amount_of_finance_range_value_i18n=All&field_type_of_finance_tid_i18n%5B%5D=2103&field_type_of_finance_tid_i18n%5B%5D=2104&field_investment_focus_tid_i18n%5B%5D=1874&combine=&=Vyhledat%0D%0A
- (33) Evropský účetní dvůr, 2019. *Zvláštní zpráva č. 3/2019. Evropský fond pro strategické investice: pro zajištění skutečného úspěchu jsou nutná další opatření*. In: *op.europa.eu* [online]. © Evropská unie, 2018. 8. ledna 2019 [cit. 2019-12-20]. Dostupné z: <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/efsi-3-2019/cs/>
- (34) GRAGAM, Paul, 2012. *Want to start a startup? Get funded by Y Combinator*. In: *PaulGraham.com* [online]. September 2012 [cit. 2019-07-03]. Dostupné z: <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- (35) INVEST EUROPE, 2019. *European Private Equity Activity 2018. Statistics on Fundraising, Investments & Divestments*. In: *InvestEurope.eu* [online]. Brussels, Belgium, 03 May 2019 [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <https://www.investeurope.eu/news-opinion/publications/>

- (36) IPODNIKATEL, 2011a. *Andělé začínajících podnikatelů*. In: *iPodnikatel.cz* [online]. 12.08.2011 [cit. 2019-07-01]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Financovani-zacatku-podnikani/andele-zacinajcich-podnikatelu.html>
- (37) IPODNIKATEL, 2011b. *Je Česká republika rájem pro podnikání nebo podnikatelům nepřeje?* In: *iPodnikatel.cz* [online]. 10.08.2011 [cit. 2019-07-01]. ISSN 1802-8012. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/je-ceska-republika-rajem-pro-podnikani-nebo-podnikatelum-nepreje.html>
- (38) JIC, 2019. *JIC MASTER: Raketový růst pro začínající podnikatele*. In: *Jic.cz* [online]. © JIC 2019 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.jic.cz/akce/deadline-jic-master-raketovy-rust-pro-zacinajici-podnikatele/>
- (39) KREČ, Luboš, 2018. *Router servírovaný jako sendvič. Jak Češi opakují úspěch na Indiegogo*. In: *Forbes.cz* [online]. 5. dubna 2018 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/router-servirovany-jako-sendvic-jak-cesi-znovu-zkousi-stesti-na-indiegogo/>
- (40) LUGER, I. Michael a Jun KOO, 2005. *Defining and Tracking Business Start-Ups*. In: *SpringerLink. Springer Science and Business Media* [online]. January 2005 [cit. 2019-07-01]. ISSN 1573-0913. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-005-8598-1>
- (41) MANAGEMENT MANIA, 2015. *Podnikatelská rizika*. In: *ManagementMania.com* [online]. Wilmington (DE) 2011-2019, 16.10.2015 [cit. 21.06.2019]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/podnikatelska-rizika>
- (42) MANAGEMENT MANIA, 2016. *Údolí smrti (Valley of Death)*. In: *ManagementMania.com* [online]. Wilmington (DE) 2011-2019, 09.08.2016 [cit. 23.06.2019]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/udoli-smrti>
- (43) MANAGEMENT MANIA, 2017. *Venture kapitál, rizikový kapitál (Venture Capital)*. In: *ManagementMania.com* [online]. Wilmington (DE) 2011-2019, 23.10.2017 [cit. 24.06.2019]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/venture-capital>
- (44) Mapy Google, [2019]. *Coworking v Česku (Czech Republic)*. In: *Google* [online]. [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1AJVJ3PRMr4yEc4u3HzemVZV6nBc&ll=49.87766383475744%2C15.589863459433332&z=8>

- (45) MAZOCHOVÁ, Barbora, 2015. *7 věcí, které mít na mysli, než se vrhnete do víru P2P*. In: *StartingUp* [online časopis]. 2015, roč. 2, č. 4 [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: https://www.nastartujtese.cz/data/documents/6-mist-kde-vam-daji-peniz-do-startu_StartingUp_12-2015.pdf
- (46) MĚSÍČNÍK EU AKTUALIT, 2016. EU Office. Knowledge Centre. *Česká republika: Ministerstvo kultury ČR* [online]. Říjen 2016, č. 157 [cit. 2019-06-14]. ISSN 1801-5042. Dostupné z: https://www.csas.cz/static_internet/cs/Evropska_unie/Mesicnik_EU_aktualit/Mesicnik_EU_aktualit/Prilohy/mesicnik_2016_10.pdf
- (47) MINISTERSTVO FINANCÍ, 2019. *Struktura a subjekty finančního trhu: Sektory finančního trhu* [online]. MFČR, 21.12.2017 [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <https://www.psfv.cz/cs/popis-financniho-trhu/struktura>
- (48) MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2017a. *OP PIK bude ve spolupráci s EIF podporovat začínající inovativní společnosti* [online]. MPO ČR, [cit. 2019-07-08]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/financni-nastroje/eif/fond-fondu-op-pik/program-rizikovy-kapital---fond-fondu-op-pik-ve-sprave-eif--247397>
- (49) MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2017b. *Přeměření administrativní zátěže podnikatelů 2016* [online]. MPO ČR, [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/cz/podnikani/regulace-podnikani-a-snizovani-administrativni-zateze/2017/9/Desatero-pro-podnikatele.pdf>
- (50) MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2017c. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpore v roce 2016* [online]. MPO ČR, [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/zprava-o-vyvoji-maleho-a-stredniho-podnikani-a-jeho-podpore-v-roce-2016--232792/>
- (51) MURPHY, L. M. a Philip L. EDWARDS, 2003. *Bridging the Valley of Death: Transitioning from Public to Private Sector Financing*. In: *Semanticscholar.org* [online]. [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://www.semanticscholar.org/paper/Bridging-the-Valley-of-Death%3A-Transitioning-from-to-Murphy-Edwards/a87a31ce0544c58a4032bdcbe708efe258ab90a1>
- (52) POUCHLÁ, Martina, 2017. *Kyjovská firma zásobuje světové automobilky lankovými systémy. Inovovala se díky programu JIC PLATINN*. In: *Jic.cz* [online]. 20. 2. 2017,

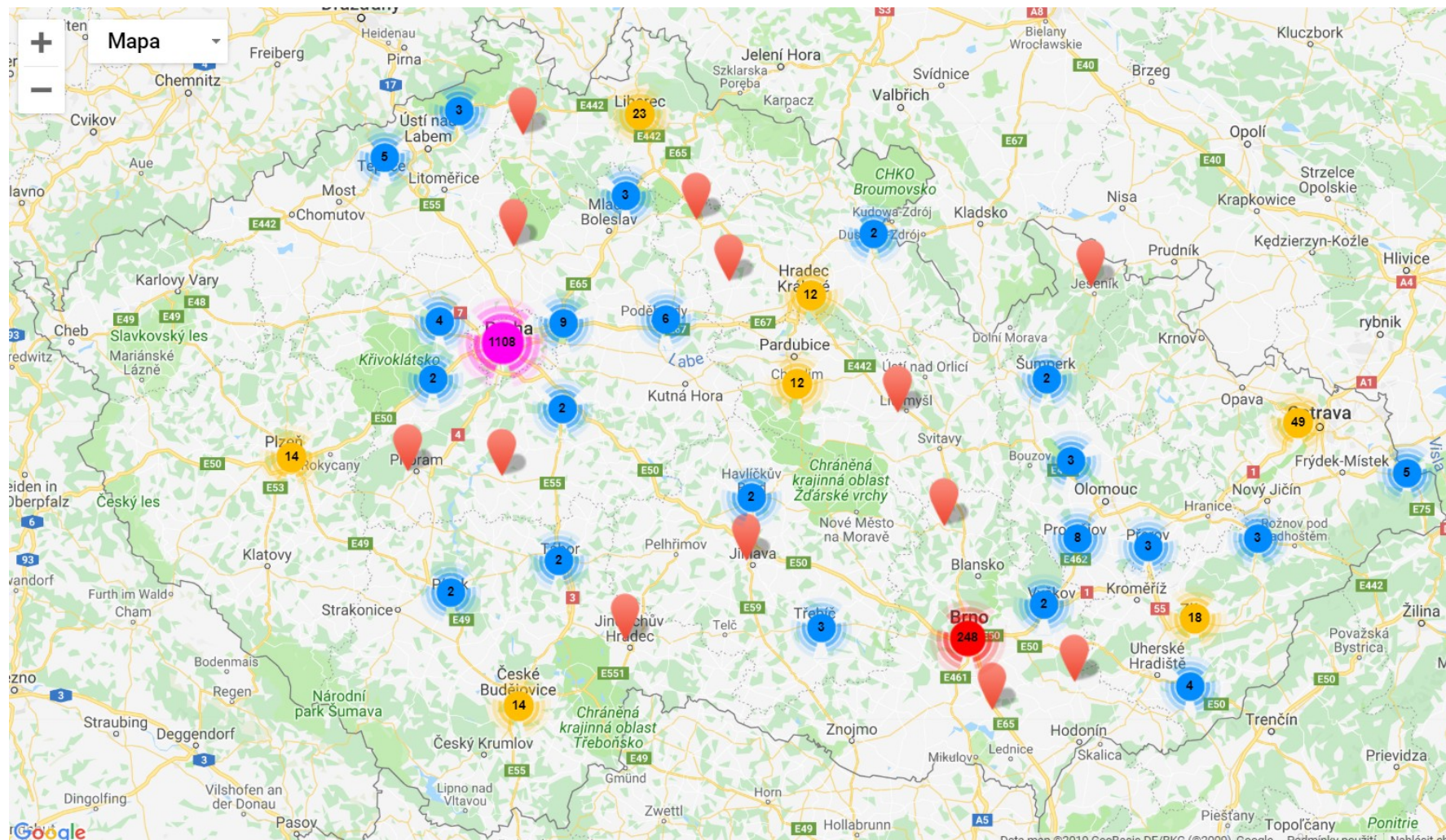
- © JIC 2019 [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: <https://www.jic.cz/pro-media/kyjovska-firma-zasobuje-svetove-automobilky-lankovymi-systemy-inovovala-se-diky-programu/>
- (53) ROBEHMED, Natalie, 2013. *What Is A Startup?* In: *Forbes.com* [online]. Dec 16, 2013, 08:42am [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#4a53c47b4044>
- (54) SHONTELL, Alyson, 2014. *This Is The Definitive Definition Of A Startup*. In: *BusinessInsider.com* [online]. Dec 31, 2014, 5:56 PM [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/what-is-a-startup-definition-2014-12>
- (55) SØRHEIM, Roger a Hans LANDSTRÖM, 2010. *Informal Investors – A Categorisation With Policy Implications. Entrepreneurship & Regional Development*. In: *ResearchGate.net* [online]. October 01, 2010, roč. 13, č. 4, s. 351–370. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/232910010_Informal_investors_A_categorization_with_policy_implications
- (56) STARTUPJOBS, © 2012 – 2019a. *StartupJobs živě: Počet vyplněných testů* [online]. [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.startupjobs.cz/newsroom>
- (57) STARTUPJOBS, © 2012 – 2019b. *StartupJobs: Testy* [online]. [cit. 2019-07-10]. Dostupné z: <https://www.startupjobs.cz/testy>
- (58) STARTUPJOBS, Roman SKLENÁŘ a Martin MACHÝČEK, [2019]. *Mapa startupů v ČR*. In: *StartupMap.cz* [online]. [cit. 2019-07-01]. Dostupné z: <http://startupmap.cz/>
- (59) SZÖKE, Igor, 2012. *Slovníček Lean(ého) Startupu - Pozicování a Product-Market Fit*. In: *Leaný blog* [online]. 13. 1. 2012 [cit. 2019-06-29]. Dostupné z: <http://blog.igor.szoke.cz/2012/01/slovnicek-leaneho-startupu-pozicovani.html#.XRidFIgzZPY>
- (60) Technologická agentura ČR, [2019a]. *Program EPSILON. Podpora projektů zaměřených převážně na průmyslové technologie, jejichž výsledky mají rychlé uplatnění na trhu*. In: *tacr.cz* [online]. 02. 08. 2019 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.tacr.cz/program/program-epsilon/>
- (61) Technologická agentura ČR, [2019b]. *Program GAMA 2. Ověřování výsledků VaV vzniklých ve výzkumných organizacích pro praktické uplatnění a komerční využití*. In: *tacr.cz* [online]. 02. 08. 2019 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.tacr.cz/program/program-gama-2/>

- (62) Technologická agentura ČR, [2019c]. *Program ZÉTA. Podpora začínajících výzkumníků a výzkumníků v inovačních aktivitách a kultuře rovných příležitostí*. In: *tacr.cz* [online]. 02. 08. 2019 [cit. 2020-01-02]. Dostupné z: <https://www.tacr.cz/program/program-zeta/>
- (63) VLČEK, Ondřej, 2019. Interview. In: *DVTV. Video.Aktualne.cz* [online]. 8. 7. 2019 15:06 [cit. 2019-07-09]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/z-brigadnika-miliardarem-hackeri-utoci-i-pres-lednici-platu/r~d9437156a15211e989de0cc47ab5f122/>
- (64) WONDER, Markos, 2015. *What is the origin of the term "startup", and when did this word start to appear?* In: *Quora.com* [online]. Dec 6 2015 [cit. 2019-06-30]. Dostupné z: <https://www.quora.com/What-is-the-origin-of-the-term-startup-and-when-did-this-word-start-to-appear>
- (65) ZACHOVÁ, Aneta, 2017. *Komise doporučila ČR, aby snížila podnikatelům administrativní zátěž*. In: *Euractiv.cz* [online]. 23. 5. 2017, akt. 26. 5. 2017 [cit. 2019-07-18]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/aktualne-v-eu/news/komise-doporucila-cr-aby-ulehcila-podnikatelum-od-administrativnich-povinnosti/>
- (66) Zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 3. února 2012, Občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 22. 3. 2012, částka 33.

SEZNAM PŘÍLOH

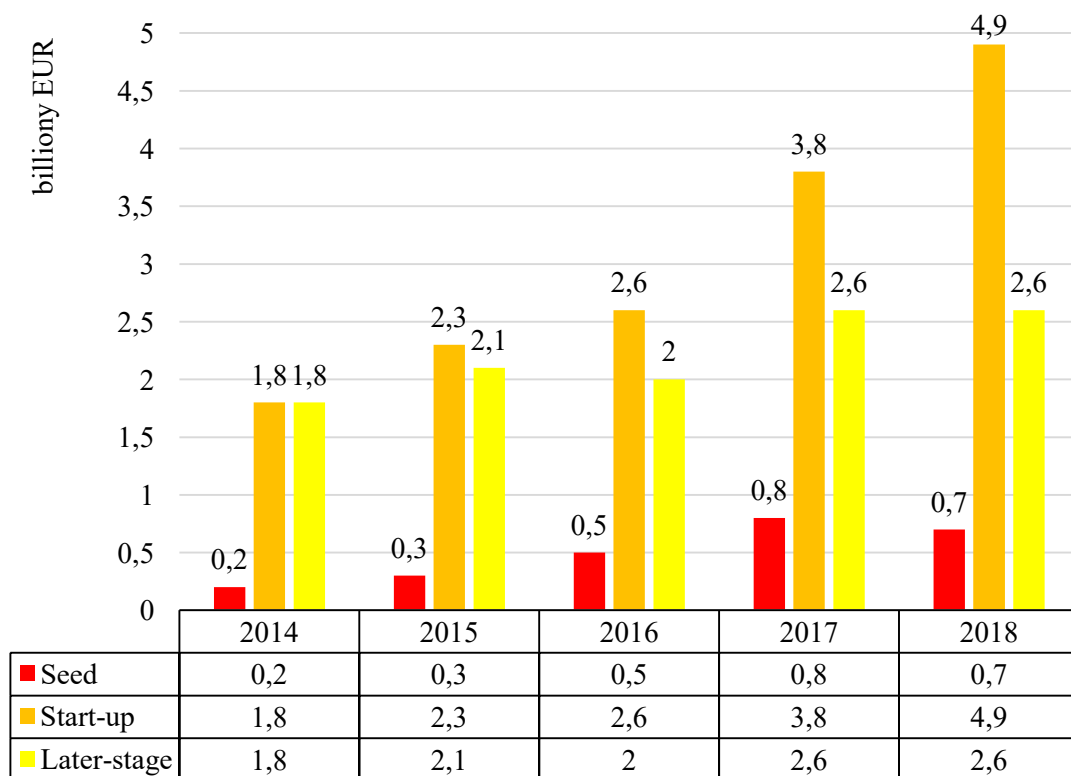
- Příloha 1 Mapa startupů k 01.07.2019
- Příloha 2 Typy rizikových investic podle fáze podniku
- Příloha 3 Znalostní testy na StartupJobs.cz
- Příloha 4 Coworkingová centra v ČR k 10.07.2019
- Příloha 5 Tarify Impact Hubů v ČR
- Příloha 6 Přístup k finančním prostředkům Evropské unie v České republice
- Příloha 7 Dotazník pro podnikatele
- Příloha 8 Zhodnocení podpor podnikání dle užitku pro daný startup
- Příloha 9 Zhodnocení podpor podnikání dle základních charakteristik
- Příloha 10 Klasifikační analýza
- Příloha 11 Výstup diskriminační analýzy případové studie

Příloha 1: Mapa startupů k 01.07.2019



Zdroj: StartupJobs, Sklenář a Machýček, [2019]

Příloha 2: Typy rizikových investic podle fáze podniku



Zdroj: Vlastní zpracování dle Invest Europe, 2019

Příloha 3: Znalostní testy na StartupJobs.cz

Testy programování



PHP

Junior Advanced Senior



HTML

Junior Advanced Senior



CSS

Junior Advanced



JavaScript

Junior Advanced Senior



Java

Junior Advanced Senior



MySQL

Junior Advanced



Android English

Junior



iOS

Junior



HTML (english)

Junior Advanced



Ruby

Junior



Python

Junior



Android CZ

Junior



GIS

Junior



Perl

Junior



.NET/C#

Junior Advanced



Funkcionální programování

Junior Advanced



Nette

Junior Advanced



Finance

Junior Advanced



React

Junior



Laravel

Junior



Python English

Junior



Marketingové testy



Facebook reklama

Junior



Google Analytics

Junior



Affiliate marketing

Junior



Google Ads

Junior



Analýza marketingových dat

Junior



Advanced



Social media

Junior



Advanced



Testy grafiky



Grafické dovednosti

Junior



Advanced



UX

Junior



Advanced



3D grafika

Junior



Sketch

Junior



Jazykové testy



English

Junior Advanced Senior



English IT

Junior Advanced Senior



Čeština

Junior



Čeština pro copywritery

Junior



Ostatní testy



Matematické dovednosti

Junior



Matematika

Junior



Testing & analýza

Junior



Technologický přehled

Junior



Kritické myšlení a objektivita

Junior



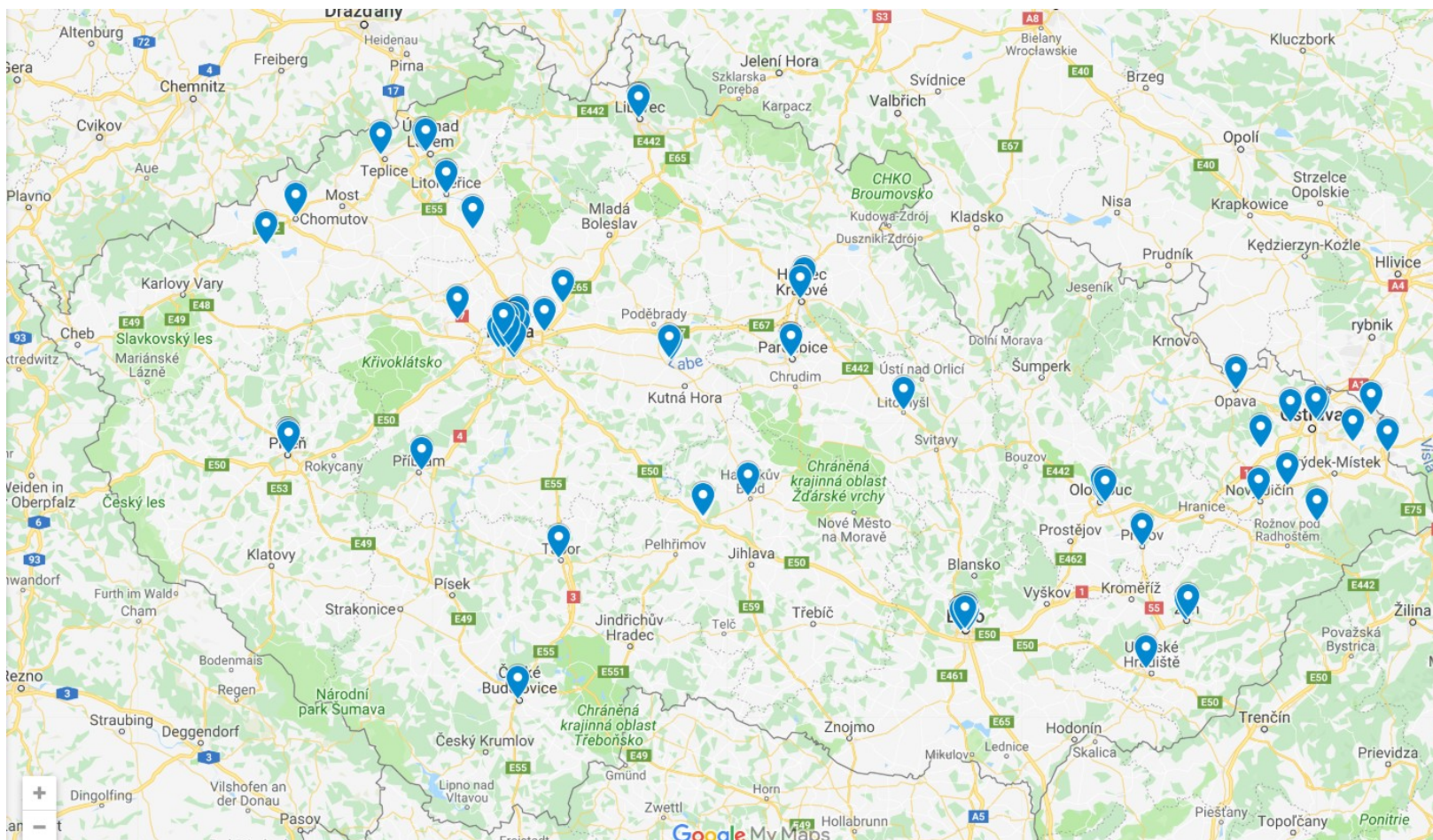
HR

Junior



Zdroj: StartupJobs, © 2012 – 2019b

Příloha 4: Coworkingová centra v ČR k 10.07.2019



Zdroj: Mapy Google, [2019]

Příloha 5: Tarify Impact Hubů v ČR

	Off Peak	10 hodin	30 hodin	60 hodin	100 hodin	Unlimited	Fix Desk	Day Pass	Connect
Měsíční členství - Vinohrady	nelze	890 Kč	1 890 Kč	2 890 Kč	3 890 Kč	4 890 Kč	6 890 Kč	390 Kč / den	350 Kč
Měsíční členství - Smíchov	nelze	790 Kč	1 790 Kč	2 490 Kč	3 190 Kč	3 990 Kč	5 490 Kč	390 Kč / den	350 Kč
Měsíční členství - Brno	1 990 Kč	690 Kč	1 490 Kč	1 990 Kč	2 390 Kč	2 990 Kč	3 690 Kč	290 Kč / den	350 Kč
Měsíční členství - Ostrava	nelze	690 Kč	1 390 Kč	1 890 Kč	2 190 Kč	2 590 Kč	3 290 Kč	290 Kč / den	350 Kč
Přístupnost využívaných prostor	pouze mimo otevírací dobu, víkendy, svátky	otevírací doba	otevírací doba	otevírací doba	otevírací doba	neomezeno	neomezeno	otevírací doba	neomezeno, pouze síťový
Přístup do sdílených prostor	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne
Zlevněné pronájmy prostor	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano
Balíček partnerských slev	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Bezplatný vstup na akce pořádané Impact Hubem	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Služby komunitního manažera	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Podpora	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Zlevněné parkování	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Poskytnutí kancelářských potřeb	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne
Možnost čerpání 30 % tarifu až 30 hodin v dalších IH v ČR	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ano
Poštovní schránka	ano	ne	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ne
Možnost zřízení sídla firmy	ano	ne	ano	ano	ano	ano	ano	ne	ne
Uzamykatelná skříňka	ne	ne	ne	ne	ano	ano	ano	ne	ne
Stálé pracovní místo	ne	ne	ne	ne	ne	ne	ano	ne	ne



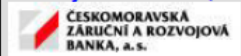

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 6: Přístup k finančním prostředkům Evropské unie v České republice








Published on *Přístup k finančním prostředkům z EU* (<http://access2finance.eu>)

zobrazeno 14 záznamů


Finanční zprostředkovatelé	region působnosti	Druh financování	Výše finančních prostředků	Investiční zaměření	Další informace	Zdroje financování
Česka Sporitelna 		Úvěr / Záruka	< 600 000 CZK	Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze		EaSI, EFSI
Equa bank 		Úvěr / Záruka	> 35.000 € < 150.000 €	Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze		COSME, EFSI
Českomoravská záruční a rozvojová banka (CMZRB) 		Úvěr / Záruka	< 150.000 € < 4 057 575 CZK	Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze	Program ZÁRUKA 2015 až 2023: Žadatel o záruku musí být malým podnikatelem s méně než 50 zaměstnanci.	COSME, EFSI
Raiffeisenbank 		Úvěr / Záruka	< 650 000 Kč	Začínající podnikání, Počáteční fáze		EaSI



Published on *Přístup k finančním prostředkům z EU* (<http://access2finance.eu>)

Finanční zprostředkovatelé	region působnosti	Druh financování	Výše finančních prostředků	Investiční zaměření	Další informace	Zdroje financování
Raiffeisen Bank Czech Republic S.A. 		Úvěř / Záruka	> 25.000 € < 50 000 000 CZK	Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze		InnovFin, EFSI
Česka Sporitelna  Jsme Vám blíž.		Úvěř / Záruka	> 25.000 € < 7.000.000 €	Všechna odvětví / Obecné, Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze	Úvěry a záruky pro inovativní podniky	InnovFin, EFSI
Česka Sporitelna 		Úvěř / Záruka		Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze, Sociálními podniky		EaSI
SG Equipment Finance Czech Republic s.r.o. 		Úvěř / Záruka	> 25.000 € < 7.500.000 €	Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze		InnovFin, EFSI
Česka sporitelna, a.s. 		Úvěř / Záruka	< 25.000 €	Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze		EaSI, EFSI



Finanční zprostředkovatelé	region působnosti	Druh financování	Výše finančních prostředků	Investiční zaměření	Další informace	Zdroje financování
Ceskoslovenska obchodní banka, a.s. 		Úvěr / Záruka	< 25.000 €	Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze		EaSI, EFSI
Impact Ventures II 		Vlastní kapitál / Rizikový kapitál		Všechna odvětví / Obecné, Začínající podnikání, Počáteční fáze		EFSI
ENERN Tech III podfond 		Vlastní kapitál / Rizikový kapitál		Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze, Fáze expanze (růst), Odvětví IKT		InnovFin, EFSI



Finanční zprostředkovatelé	region působnosti	Druh financování	Výše finančních prostředků	Investiční zaměření	Další informace	Zdroje financování
42CAP II GmbH & Co. KG 		Vlastní kapitál / Rizikový kapitál		Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze, Odvětví IKT		InnovFin, EFSI
Espira Investments		Vlastní kapitál / Rizikový kapitál		Všechna odvětví / Obecné, Výzkum, vývoj a inovace, Začínající podnikání, Počáteční fáze	Zaměření: spotřební zboží, zdravotní péče, vzdělávání, služby a výroba	EFPI, EIF

Příloha 7: Dotazník pro podnikatele

Podpora podnikání pro startupy

pokud jste se dostali na tuto stránku, máte již přečtenou úvodní zprávu, která Vám byla adresována. Proto mi nyní nezbývá nic jiného než Vám poděkovat za Váš čas věnovaný vyplnění tohoto dotazníku, který mi pomůže k tvorbě výstupů v mé závěrečné práci.

Petra Janků

—

Využívané zkratky:

MSP = malé a střední podnikání

FFF = family, friends and fools

P2P = peer to peer

EU = Evropská unie

MPO ČR = Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

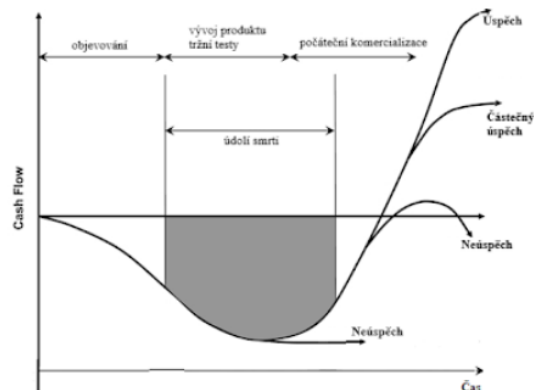
*Povinné pole

Identifikace podniku

Tato část dotazníku mi pomůže klasifikovat Váš podnik do předdefinovaných skupin, podle kterých budu následně analyzovat další části dotazníku.

Prosím uveďte, do jaké fáze dle Vašeho názoru nejspíše spadá Váš podnik: *

Určit Vaši vývojovou fázi může pomoci přiložený obrázek, není ale nutné z něj vycházet. Obrázek je vlastní úpravou dle Lonnie M. Murphy a Phillip L. Edwards.



- objevování, vývoj produktu (tj. teprve začínáme, nemáme platící zákazníky)
- počáteční komercializace (tj. již máme své první zákazníky)
- blížíme se k bodu zvratu nebo jej již máme za sebou (tj. stabilizujeme se, připravujeme podnik pro exit, formujeme se do běžného podniku aj.)

Jak dlouhá doba uplynula od okamžiku, kdy vznikla prvotní myšlenka založit Váš podnik? *

- maximálně rok
- maximálně 3 roky
- déle

Je současný podnik Vaším prvním podnikem? *

ano

ne

Je dotazovaný podnik jediným podnikem, který v tento okamžik vlastníte? *

ano

ne

Využíval v minulosti / využívá nyní Váš podnik / chystáte se využívat nějakou formu podpory podnikání? *

Pokud zvolíte možnost „ne“, bude dotazník ukončen.

ano

ne

DALŠÍ

Strana 1 z 3

Identifikace využívaných podpor podnikání

Tato část se zaměřuje na identifikaci metod podpory podnikání, které Váš podnik dosud využil či využívá. Prosim, při zodpovídání otázek pečlivě čtete, na jaké časové období jste dotazováni.

Jako formu podpory podnikání z uvedených jste již v minulosti využili? *

- FFF - (nejen) finanční pomoc od přátel, rodiny a fanoušků
- Venture Capital fondy
- Business Angels
- P2P půjčky
- bankovní úvěry pro začínající podnikatele
- soutěže pro startupy
- crowdfunding
- coworking
- inkubátory
- akcelerátory
- jakákoliv forma pomoci od univerzitní sféry
- portály zaměřené na startupy (např. StartupJobs)
- podpora poskytovaná EU (fondy, dotace, inovační vouchery, Erasmus pro mladé podnikatele...)
- podpora poskytovaná MPO ČR (vč. služeb a projektů agentury CzechInvest)
- služby Regionálních poradenských a informačních center
- dosud jsme žádnou podporu nevyužili
- Jiné:

Jakou formu podpory podnikání využíváte v tuto chvíli, případně jakou formu se pokoušíte získat? *

- FFF - (nejen) finanční pomoc od přátel, rodiny a fanoušků
- Venture Capital fondy
- Business Angels
- P2P půjčky
- bankovní úvěry pro začínající podnikatele
- soutěže pro startupy
- crowdfunding
- coworking
- inkubátory
- akcelerátory
- jakákoliv forma pomoci od univerzitní sféry
- portály zaměřené na startupy (např. StartupJobs)
- podpora poskytovaná EU (fondy, dotace, inovační vouchery, Erasmus pro mladé podnikatele...)
- podpora poskytovaná MPO ČR (vč. služeb a projektů agentury CzechInvest)
- služby Regionálních poradenských a informačních center
- aktuálně nevyužíváme ani nevyhledáváme
- Jiné: _____

Prosím, zaškrtněte u jednotlivých druhů podpory taková tvrzení, se kterými souhlasíte.

Pokud o některé formě podpory nemáte dostatek informací pro zodpovězení otázky, nechte řádek prázdný.

	Je lehce získatelná pro podnik s krátkou podnikatelskou historií.	Je pro podnik administrativně nenáročná.	Je důležitá z hlediska financí.	Je důležitá z hlediska networkingu či mentoringu.
FFF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Venture Capital fondy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Business Angels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2P půjčky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bankovní úvěry pro začínající podnikatele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soutěže pro startupy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
crowdfunding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
coworking	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
inkubátory	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akcelerátory	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
jakákoliv forma pomoci od univerzitní sféry	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
portály zaměřené na startupy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
podpora poskytovaná EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
podpora poskytovaná MPO ČR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
služby Regionálních a poradenských	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Prosím, uveďte, v jaké míře souhlasíte s jednotlivými tezemi: *

	Naprostou souhlasím	Spíše souhlasím	Je to nerozhodně	Spíše nesouhlasím	Rozhodně nesouhlasím	Netroufám si soudit
Podpora podnikání obecně je v ČR postačující.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podpora podnikání ze strany státu je lepší, než podpora ze strany soukromníků.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stát poskytuje komplexní podporu začínajícím podnikatelům (jak startupům, tak běžným MSP).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nestátní sféra poskytuje komplexní podporu začínajícím podnikatelům (jak startupům, tak MSP obecně).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podpora podnikání (státní i nestátní) je v ČR lepší, než v jiných evropských státech.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podpora podnikání je pro startupy nezbytností.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Startupy potřebují spíše finanční podporu, než nefinanční (tj. mentoring, networking aj.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Startupy mají více možností podpory, než běžné MSP.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kdybychom založili dva naprosto identické startupy - jeden v malém městě Šumperk, druhý v Praze, určitě by měl větší šanci na úspěch ten pražský.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evropská unie je významným podporovatelem startupového podnikání.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ZPĚT

DALŠÍ

Strana 2 z 3

Inkubátory *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Akcelerátory *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Jakákoliv forma podpory od univerzitní sféry *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podpora poskytovaná EU *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podpora poskytovaná MPO ČR *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Služby Regionálních a poradenských center *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ukončení dotazníku

Pokud máte jakékoliv připomínky, můžete je zde uvést. Po kliknutí na "odeslat" bude dotazník ukončen. Děkuji za Váš čas a přeji mnoho dalších nejen podnikatelských úspěchů.

Vaše odpověď

ZPĚT

ODESLAT

Strana 3 z 3

Příloha 8: Zhodnocení podpor podnikání dle užitku pro daný startup

č.	FFF	Venture Capital fondy	Business Angels	P2P půjčky	Bankovní úvěry pro začínající podnikatele	Soutěže pro startupy	Crowd-funding	Co-working	Inkubátory	Akcelerátory	Jakákoliv forma podpory od univerzitní sféry	Podpora poskytovaná EU	Podpora poskytovaná MPO ČR	Služby RPIC
1	0	5	5	7	3	10	10	10	10	10	10	10	8	0
2	5	5	3	6	2	7	7	7	7	3	3	5	5	1
3	2	10	10	10	10	10	10	10	10	10	3	5	5	1
4	3	6	6	6	6	4	5	8	6	4	4	6	5	5
5	3	8	10	1	1	7	4	8	8	8	1	5	5	1
6	5	9	10	1	1	5	9	10	9	9	5	10	10	1
7	5	5	5	5	1	10	10	10	10	10	5	1	1	1
8	1	1	10	1	10	10	10	10	10	10	10	1	1	1
9	1	7	9	5	1	9	10	10	10	10	5	5	5	1
10	5	10	10	5	1	10	5	5	10	10	1	10	5	5
11	5	10	10	5	10	10	10	9	9	9	10	10	8	8
12	5	10	10	5	5	10	10	10	8	8	8	10	7	5
13	5	10	10	5	5	10	10	10	8	8	8	10	7	5
14	5	10	10	5	5	10	10	10	8	8	8	10	7	5
15	7	8	9	7	8	8	7	8	8	9	8	10	10	1
16	8	8	8	1	1	8	8	7	7	7	7	10	8	5
17	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	4	7	7	3
18	1	7	9	8	1	8	1	9	8	8	1	9	9	1
19	5	5	10	9	9	7	5	9	9	7	1	8	6	5
20	6	6	6	7	7	8	8	8	8	8	1	5	5	1
21	1	1	7	7	5	6	6	7	7	8	1	7	8	8
22	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	1	10	10	1
23	1	9	9	1	1	10	6	6	7	7	1	10	9	1
24	1	7	7	4	3	1	1	7	9	9	1	1	2	1
25	6	9	10	1	1	7	5	10	8	8	5	9	9	1
26	7	8	10	1	1	7	8	10	9	9	5	8	8	5

27	5	5	5	1	1	8	5	10	10	10	5	7	7	1
28	1	8	8	1	1	7	5	9	8	8	1	9	9	1
29	1	10	10	2	2	7	1	10	8	8	1	6	6	1
30	10	7	9	5	1	10	1	10	10	10	10	5	5	1
31	1	6	8	1	2	8	8	10	8	8	5	6	9	1
32	5	5	9	4	5	10	5	10	10	10	4	7	7	3
33	5	5	9	4	5	10	5	10	10	10	4	7	7	3
34	5	8	10	1	1	7	1	9	7	8	1	8	8	1
35	1	6	8	10	2	8	6	9	10	7	1	8	8	1
36	1	7	7	9	6	9	8	9	7	7	5	6	6	1
37	3	6	9	4	5	3	4	4	4	4	1	5	3	2

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 9: Zhodnocení podpor podnikání dle základních charakteristik

	Je důležitá z hlediska financí.	Je důležitá z hlediska networkingu či mentoringu.	Je lehce získatelná pro podnik s krátkou podnikatelskou historií.	Je pro podnik administrativně nenáročná.	Důležitost	Přívětivost	Výsledek
FFF	0,085365854	0,021978022	0,125	0,104395604	0,107343876	0,229396	0,336739
Venture Capital fondy	0,130081301	0,005494505	0,011029412	0,005494505	0,135575806	0,016524	0,1521
Business Angels	0,138211382	0,137362637	0,029411765	0	0,275574019	0,029412	0,304986
P2P půjčky	0,089430894	0	0,036764706	0,032967033	0,089430894	0,069732	0,159163
Bankovní úvěry	0,093495935	0	0,014705882	0	0,093495935	0,014706	0,108202
Soutěže pro startupy	0,020325203	0,120879121	0,110294118	0,153846154	0,141204324	0,26414	0,405345
Crowdfunding	0,105691057	0,027472527	0,091911765	0,043956044	0,133163584	0,135868	0,269031
Coworking	0,008130081	0,175824176	0,117647059	0,131868132	0,183954257	0,249515	0,433469
Inkubátory	0,024390244	0,148351648	0,084558824	0,054945055	0,172741892	0,139504	0,312246
Akcelerátory	0,024390244	0,142857143	0,077205882	0,049450549	0,167247387	0,126656	0,293904
Podpora od univerzit	0	0,032967033	0,117647059	0,17032967	0,032967033	0,287977	0,320944
Portály pro startupy	0	0,098901099	0,121323529	0,17032967	0,098901099	0,291653	0,390554
Podpora od EU	0,138211382	0,06043956	0,003676471	0,005494505	0,198650943	0,009171	0,207822
Podpora od MPO	0,134146341	0,021978022	0,003676471	0,005494505	0,156124363	0,009171	0,165295
Služby RPIC	0,008130081	0,005494505	0,055147059	0,071428571	0,013624587	0,126576	0,1402
Kontrolní řádek	1	1	1	1	2	2	0

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 10: Klasifikační analýza

		FFF	VC fondy	Business Angels	P2P půjčky	Bankovní úvěry	Soutěže pro startupy	Crowdfunding	Coworking	Inkubátory	Akcelerátory	Univerzity	Podpora EU	Podpora MPO	Služby RPIC
Fáze života startupu	Objevování, počáteční vývoj	X		X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
	Počáteční komercializace		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Rozvoj a akcelerace		X			X					X		X	X	
Finanční přínosy	Finanční úvěry	X			X	X		X							
	Obdržení dotací, grantů, inovačních voucherů												X	X	
	Úvěrové záruky					X							X	X	
	Kapitálový vstup		X	X						X	X				
	Jiné (např. ocenění ve formě peněžních prostředků)						X	X		X	X		X	X	
Nefinanční přínosy	Networking			X			X		X	X	X				
	Mentoring		X	X					X	X	X			X	
	Poradenství			X			X		X	X	X	X		X	X
	Zvýhodněná spolupráce, pronájem aj.								X	X	X			X	X
	Účast na soutěžích, výstavách, přednáškách aj.						X		X	X	X	X	X	X	
	Jiné (např. prohlídky úspěšných podniků, propagace)				X		X	X		X	X		X	X	
Jiné aspekty	Zpravidla racionální rozhodování poskytovatele podpory		X	X		X							X	X	X
	Zpravidla dostupná podpora i bez podnikatelské historie	X	X	X	X		X	X	X			X	X	X	X
	Zpravidla administrativně nenáročná forma podpory	X			X		X		X			X			
	Zpravidla kladen důraz na inovační potenciál		X	X			X			X	X		X		

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha 11: Výstup diskriminační analýzy případové studie

Typ podpory	Verdikt	Hodnoty klasifikační funkce					Podnik		% chybných klasifikací modelu
		fáze podniku	doba od založení	první podnik	jediný podnik	k ¹²	A	B	
FFF	nezvolit	4,47	2,35	10,37	4,56	-12,82	8,94	5,38	35%
	zvolit	3,55	3,21	8,67	5,94	-12,66	8,71	6,79	
VC fondy	nezvolit	3,98	2,92	9,41	5,17	-11,99	9,48	6,97	5%
	zvolit	4,15	5,65	8,03	1,84	-18,85	0,81	2,58	
Business Angels	nezvolit	3,92	2,83	9,48	5,33	-12,04	9,52	6,79	11%
	zvolit	6,29	2,08	8,81	4,01	-15,75	5,44	4,99	
P2P půjčky	nezvolit	3,57	3,31	9,33	5,65	-12,34	9,52	7,06	8%
	zvolit	5,19	1,32	9,85	4,25	-13,33	7,28	3,95	
Bankovní úvěry	nezvolit	3,19	3,83	9,83	4,83	-12,36	9,32	6,51	11%
	zvolit	7,01	-1,12	8,04	7,11	-14,66	6,39	4,24	
Soutěže pro startupy	nezvolit	4,02	2,75	9,44	5,17	-12,17	9,21	6,53	41%
	zvolit	3,66	3,25	9,62	6,29	-13,77	9,06	6,34	
Crowdfunding	nezvolit	3,11	3,62	10,68	6,42	-13,46	10,37	6,42	16%
	zvolit	4,48	2,34	8,76	4,65	-12,35	7,88	5,94	
Coworking	nezvolit	4,99	2,14	10,16	5,89	-14,11	9,06	6,04	35%
	zvolit	3,95	2,83	9,44	5,28	-12,14	9,36	6,70	
Inkubátory	nezvolit	3,95	2,89	9,51	5,26	-12,08	9,53	6,87	24%
	zvolit	3,60	4,12	10,16	4,61	-15,08	7,41	4,97	
Akcelerátory	nezvolit	4,12	2,66	10,42	5,82	-12,81	10,22	6,59	14%
	zvolit	3,77	3,01	8,13	4,57	-12,46	7,03	5,68	
Univerzity	nezvolit	4,88	2,39	9,83	5,85	-12,60	10,36	7,80	5%
	zvolit	8,69	0,64	11,37	8,16	-23,67	5,19	3,14	
Podpora EU	nezvolit	4,31	2,55	9,75	5,49	-12,34	9,76	6,88	8%
	zvolit	2,87	3,65	8,54	4,67	-12,96	6,78	4,75	
Podpora MPO	nezvolit	4,32	3,51	9,32	6,00	-12,97	10,18	8,70	8%
	zvolit	5,32	5,58	8,89	8,04	-24,37	3,47	5,48	
Služby RPIC	nezvolit	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1	1	0%
	zvolit	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	0	0	

Zdroj: Vlastní zpracování

¹² k = konstanta klasifikační funkce