

UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2021

Gaynazarov Sardorbek

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Rizika a přínosy zahájení vlastního podnikání
Sardorbek Gaynazarov

Bakalářská práce
2021

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Sardorbek Gaynazarov
Osobní číslo:	E17602
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Management podniku: Management malých a středních podniků
Téma práce:	Rizika a přínosy zahájení vlastního podnikání
Zadávací katedra:	Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Zásady pro vypracování

Cílem práce je identifikovat rizika a přínosy spojená se založením malého podniku na základě rešerše literatury a analýzy modelových situací.

Osnova:

- Stanovení metod zpracování bakalářské práce.
- Teoretické vymezení problematiky založení malého a středního podniku.
- Charakteristika modelových situací.
- Analýza přínosů a rizik při zahájení vlastního podnikání.
- Zhodnocení výsledků a návrhy ke zlepšení.
- Formulace závěrů.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 35 stran**
Rozsah grafických prací: **–**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

FOTR, Jiří a Jiří HNILICA. Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. Expert. ISBN 978-80-247-5104-7.
RIES, Eric. Startup jako princip podnikání: jak dosáhnout dlouhodobého růstu v moderní firmě. Přeložil Petr SOMOGYI. Praha: Management Press, 2019. ISBN 978-80-7261-573-5.
SMEJKAL, Vladimír. Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích – 3., rozšířené a aktualizované vydání. Grada Publishing a.s. Praha, 2010. ISBN 9788024730516.
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. Praha: Grada, 2012. Expert. ISBN 978-80-247-4520-6.
MALACH, Antonín. Jak podnikat po vstupu do EU: právo a podnikání, podnikatelské řízení, podpora podnikání v ČR a EU, podnikatelské a podpůrné instituce, podnikání a veřejná správa. Praha: Grada, 2005. Expert. ISBN 80-247-0906-6.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Michaela Kotková Strítěská, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2020**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2021**

L.S.

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D.
děkan

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

V Pardubicích dne 1. září 2020

Prohlašuji:

Práci s názvem Rizika a přínosy zahájení vlastního podnikání jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, 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 01. 06. 2021

Gaynazarov Sardorbek v.r.

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych chtěl poděkovat paní Ing. Michaelé Kotkové Stříteské, PhD., za odbornou pomoc, věnovaný čas, cenné rady a trpělivost v průběhu vypracovávání práce. Dále také panu Ing. Viktoru Prokopovi, PhD, za cenné rady v těžkých začátcích. V neposlední řadě bych chtěl také poděkovat blízkým a kamarádům za podporu při studiu.

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá riziky a přínosy založení malého podniku. Teoreticky vymezuje problematiku založení malých a středních podniků. Na základě analýzy dostupných dat, jsou stanovena rizika a přínosy spojené se zahájením vlastního podnikání. V teoretické části bylo popsáno, jaká jsou rizika, bariéry a jejich důvody u začínajících podnikatelů. Analytická část se zabývá identifikací slabých stránek u vybraných startupů a doporučení či návrhů ke zlepšení.

KLÍČOVÁ SLOVA

Startup, riziko, přínos, case study, podnikání, podnik

TITLE

Risks and benefits of startup business

ANNOTATION

This bachelor thesis deals with the risks and benefits of establishing a startup business. Theoretically defines the issue of establishing small and medium-sized enterprises. Based on the analysis of available data, the risks and benefits associated with starting your own business are determined. The theoretical part describes the risks, barriers, and reasons in the early stages of startup. The analytical part deals with the identification of weaknesses in selected startups and recommends suggestions for improvement.

KEYWORDS

Startup, risk, benefit, case study, business, enterprise

OBSAH

ÚVOD	11
1 ZÁKLADY PODNIKÁNÍ	12
1.1 Podnikatel a jeho význam.....	12
1.2 Pojetí podnikání.....	13
1.3 Typy podnikání.....	14
1.4 Podnikatelský plán	16
1.5 Startup a jeho druhy	16
1.6 Jak se vyvíjejí startupy	18
1.7 Financování startupů	19
1.8 Vytvoření startupů.....	21
2 RIZIKA A PŘÍNOSY PODNIKU – STARTUP	22
2.1 Krátkodobé obtížnosti	22
2.2 Dlouhodobé výsledky.....	23
2.3 The lean startup metoda	24
2.4 Proč startupy selhávají.....	25
2.5 Analýza neúspěšných startupů	26
2.6 Startupy v České republice.....	27
3 CASE STUDY STARTUPŮ	29
3.1 Paysend Group	29
3.2 Rossum	36
3.3 Clubhouse.....	43
4 SHRUTÍ VÝSLEDKŮ A NÁVRHY A DOPORUČENÍ	49
ZÁVĚR	52
SEZNAM LITERATURY	53

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: 10 Důvodů neúspěšných startupů	26
Graf 2: Největší problémy startupů.....	27
Graf 3: Hodnocení zákazníků Paysend	33
Graf 4: 5 zemí využívajících Paysend.....	33
Graf 5: Hodnocení zákazníků Rossum	40
Graf 6: 5 zemí nejvíce využívajících Rossum	40
Graf 7: 5 zemí nejvíce využívajících Paysend	47

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: 10 nejlepších startupů dle Forbes 2019	27
Tabulka 2: Profil společnosti Paysend	29
Tabulka 3: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Paysend	30
Tabulka 4: Financování Paysend.....	32
Tabulka 5: Potenciální rizika Paysend	34
Tabulka 6: Přínosy Paysend	35
Tabulka 7: Profil společnosti Rossum.....	36
Tabulka 8: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Rossum.....	37
Tabulka 9: Financování Rossum	39
Tabulka 10: Potenciální rizika Rossum	41
Tabulka 11: Přínosy Rossum.....	42
Tabulka 12: Profil společnosti Clubhouse.....	43
Tabulka 13: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Clubhouse.....	44
Tabulka 14: Financování Clubhouse	46
Tabulka 15: Potenciální rizika Clubhouse.....	47
Tabulka 16: Přínosy Clubhouse.....	48
Tabulka 17: Stručné porovnání.....	49
Tabulka 18: Návrhy ke zlepšení Paysend.....	50
Tabulka 19: Návrhy ke zlepšení Rossum	51
Tabulka 20: Návrhy ke zlepšení Clubhouse	51

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

AI – Artificial intelligence

CEO – Chief executive officer

Co. – Company

FinTech – Financial Technology

FCA – Financial Conduct Authority

IPO – Initial public offering

IT – Information technology

OCR – Optical Character Recognition

PCI DSS – Payment Card Industry Data Security Standard

SPF – Sender Policy Framework

WBPRO – Software development company

tzv. - takzvaný

ÚVOD

Účelem této práce bylo ukázat, jak se startupy úspěšně zakládají a spravují. Dále upozornit na silné a slabé stránky, výzvy a bariéry, kterým startupy čelí, a také na jejich výhody a rizika. Kromě toho se práce zabývá konkurenčními účinky startupů na trhu a jejich rychlým růstem, což vede k flexibilnímu obchodnímu modelu. Rychlý technologický pokrok v důsledku ekonomické globalizace učinil ze startupů jednu z nejdůležitějších konkurenčních zbraní v podnikání. Inovativní nápad je ve skutečnosti základním nástrojem pro rozvoj a růst společností v průběhu času, který je schopen zajistit konkurenceschopnost společností. V dnešní době je tradiční přístup k výzkumu a vývoji v mnoha ekonomických odvětvích zastaralý. Z tohoto důvodu se podnikatelé v minulých letech začaly zaměřovat na startupy, na jejich rizika a přínosy, která jsou spojena se založením malého podniku a na analýzu modelových situací.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola se zabývá základními pojmy problematiky podnikání. Vysvětluje, kdo je podnikatel a jeho významy, jaké typy podnikání existují a co je podnikatelský plán. Dále se věnuje startupům, jejich druhům, způsobům financování, možnostem rozvoje a hlavním přednostem.

Druhá kapitola se věnuje identifikaci rizik a přínosům startupů. Jaké potenciální problémy mohou vzniknout u nových startupů a čeho se dá z pohledu různých autorů v budoucnu dosáhnout. Vysvětluje, proč je metoda "The lean startup" tak známá a hojně využívaná u nových společností. Dále se zabývá identifikací a analýzou startupů, které selhaly.

Třetí kapitolou začíná analytická část práce, která se zabývá výzkumem u vybraných startupů. Jedním z nich je moderní FinTech startup, ten je zaměřen na finanční služby Paysend. Druhý vybraný úspěšný startup je český Rossum, který s pomocí umělé inteligence uspořádá a automaticky zpracuje veškerý přenos dokumentů. Jako poslední startup byla vybrána sociální síť Clubhouse, která inovativním způsobem komunikace dokázala za krátkou dobu dosáhnout úrovně startupu Unicorn. Kromě toho tato kapitola zahrnuje celý popis těchto startupů, jejich historii, služby a produkty a shrnuje, jaké jsou konkurenční výhody před jejich alternativními podniky a jejich potenciální nevýhody. Práce identifikuje financování, potenciální rizika a přínosy startupů.

Poslední kapitola se věnuje shrnutí výsledků, jejich porovnání s teoretickými východisky a formulování návrhů ke zlepšení.

1 ZÁKLADY PODNIKÁNÍ

1.1 Podnikatel a jeho význam

Podnikatel je jinak viděn ekonomy, psychology, byznysmeny i politiky (Hisrich, 1985). Vyslovíme-li slovo podnikatel, musíme si říct, kterým jazykem hovoříme.

Podnikatel je jednotlivec, který vytvoří nový podnik, nese většinu rizik a těší se z většiny odměn. Proces založení firmy je znám jako podnikání. Podnikatel je obecně považován za inovátora, zdroj nových nápadů, zboží, služeb a obchodních postupů. Podnikatelé hrají klíčovou roli v každé ekonomice, využívají dovednosti a iniciativu nezbytnou k předvídání potřeb a přinášejí na trh dobré nové nápady. Podnikání, které se osvědčilo při převzetí rizik spojených s vytvořením startupu, je odměněno zisky, slávou a příležitostmi pro další růst. Neúspěšné podnikání má za následek ztráty a menší prevalenci na zúčastněných trzích (Hayes, 2021).

Pojem podnik lze identifikovat jako každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. Pojem podnikatel z anglického jazyka znamená „*entrepreneur*“ a dá se obecně definovat jako osoba, který realizuje podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty svého vlastního kapitálu. Osoba, která je schopná identifikovat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení svého finančního a osobního uspokojení a připraven přijmout související rizika. Tvůrce a nositel podnikání (Veber a Srpová, 2006).

Zda se vyjadřujeme například právním jazykem, nebo jazykem ekonomů a teorie podnikání.

Podnikatel podle zákona § 2 je:

- Osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- Osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- Osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- Fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.

Definice podnikatele v nauce o podnikání:

Podle nauky o podnikání lze rozlišit na dva typy podnikatele.

- **Primární podnikatel** je vždy fyzická osoba, vlastník podniku, přičemž pro vlastníka je podnik nástrojem podnikání.
- **Sekundární podnikatel** deleguje své podnikatelské role a funkce na podnik v zájmu vlastníka. Reálné funkce a role sekundárního podnikatele – podniku naplňují však rovněž fyzické osoby tvořící správní rady, řídící, orgány, top management podniku (Srpová a Řehoř, 2011).

Takže, existují desítky definic od desítek autorů, většina z nich uvádí podobné definice. Osobně je pro mě vhodnější definice Vebra a Srpová. Riskovat a snažit se získat zisk není snadné. Každý podnikatel čelí mnoha problémům a bariéry od počátku až do konce. Vyžaduje to hodně trpělivosti a vášně.

Existuje další pojmy, které jsou spojeny s pojmem „podnikatel“ takové například jako jsou:

- **Manažer** – (anglický manager, původ z řízení "manage") - vedoucí, zabývající se řízením procesů a personálu v určité oblasti podniku nebo organizace. Může to být jeho vlastník, ale často je zaměstnancem.
- **Leader** – osoba v jakékoli skupině, organizaci, týmu, jednotce, která má velkou a uznávanou autoritu, má vliv, který se projevuje jako manažerské akce.
- **Management** – řízení, vedení, správa, schopnost disponovat nebo řízení výroby – vývoj a tvorba organizace, nejefektivnější využívání řízení a kontrola sociálně-ekonomických systémů.
- **Marketing** – činnost, jejímž cílem je dosahovat zisku uspokojováním potřeb zákazníků. Jedná se o velmi obecnou definici, která ukazuje podstatu všech marketingových aktivit – schopnost prodat produkt nebo službu cílové skupině.
- **Startup** – lidská instituce určená k vytvoření nového produktu nebo služby v podmínkách extrémní nejistoty.
- **Business case** – Je model, který vyhodnocuje přínosy, náklady a rizika startup projektu.
- **Riziko** – podmínka reálného světa, v němž existuje vystavení nepříznivým okolnostem. Je chápáno jako nebezpečí vzniku určité finanční ztráty jako volatility finanční veličiny okolo očekávané hodnoty v důsledku změn řady parametrů (Smejkal a Rais, 2010).

1.2 Pojetí podnikání

Přestože podnikání je základem rozvoje lidské kultury a civilizace, nebylo dlouhou dobu předmětem společenského zájmu, hodnocení a studia. Je například známo, že Michelangelo (1475–1564) mohl vytvořit své impozantní dílo právo díky své podnikavosti, která jej zjevně odlišovala od jiných talentovaných umělců. V učebnicích dějepisu se dočteme o vynikajících umělcích, ale zmínka o podnikatelích chybí. Až v 18. století Richard Cantillon (1680–1734) vypožoroval nově se formulující pracovní roli (profesi), kterou nazval jako „entrepreneur“ (podnikatel). Toto původní francouzské slovo znamená v doslovném překladu: „nikdo, kdo jde mezi“, resp. „prostředník“. Ve skutečnosti hlavním obsahem role bylo převzetí odpovědnosti a rizika za realizaci většího komerčního projektu. Do ekonomie zavedl postavu podnikatele podle Sojky (2002, s. 256) Jean-Baptiste Say (1767–1832). Přišel s teorií tří výrobních faktorů a s definicí podnikatele jako jejich hybatele (Srpová a Řehoř, 2011).

Pojem podnikání podle Vebera a Srpové existuje několik významů: (Veber a Srpová, 2006).

- **Ekonomické pojetí** – podnikání je zapojen ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Jedná se o dynamický proces vytváření přidané hodnoty.
- **Psychologické pojetí** – podnikání je činnost motivovaná potřebu něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy.
- **Sociologické pojetí** – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí.
- **Právnícké pojetí** – podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

Existuje další pojmy podnikání, například jako podle nového občanského zákoníku (zákon č.89/2012 Sb.) říká, že v § 420 odst. 1, že:

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účel a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo odborným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“

- **Soustavnost** – znamená, že činnost musí být vykonávána opakovaní a pravidelní, ne příležitostní;
- **Samostatnost** – je-li podnikatelem fyzická osoba, jedná osobní; právnická osoba jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu;
- **Vlastní jméno** – právní úkony činí podnikatel fyzická osoba svým jménem a příjmením, právnická osoba pod svým názvem (obchodní firmou);
- **Vlastní odpovědnost** – podnikatel (fyzická i právnická osoba) nese veškeré riziko za výsledky své činnosti;
- **Dosažení zisku** – činnost musí být vykonávána s úmyslem docílit zisku (nemusí být však dosažen) (Srpová a Řehoř, 2011).

1.3 Typy podnikání

Každý začíná podnikání s nějakou vizí, kam až by své podnikání chtěl dotáhnout. Od této vize se potom odvíjí typ podniku, který podnikatel vybuduje, jeho potenciál, míra růstu, množství zdrojů potřebných pro rozjezd a následný růst podnikání, finanční plánování nebo konkurenční strategie. S vizí souvisí i schopnosti, dovednosti a zkušenosti, které podnikatel a jeho tým budou potřebovat. Amar Bhidé definoval na základě výzkumu v 500 společnostech pět kategorií podnikání. (Harper, 2005). Na základě publikaci Vebera a Srpovy můžeme rozdělit typ podnikání do 5 kategorií (Veber a Srpová, 2006).

Podnikání jako životní styl

Velká část malých podnikatelů podniká proto, že nechtějí být zaměstnáni. Chtějí být svým vlastním pánem, a to i za cenu, že zůstanou malým podnikem. Operují na lokálním trhu a nemají velké ambice obsáhnout další části trhu. Záměrně udržují svou firmičku malou, aby s ní nebylo moc práce a je úplně jedno, že by si mohli vydělat mnohem víc, kdyby byli zaměstnáni. Příkladem může být kadeřnice na volné noze, která střihá obyvatele ve svém bydlišti. Střihá jen, dokud si nevydělá rozumné peníze na živobytí, a to jí ke spokojenosti stačí. Hlavně, když jí do toho nikdo moc nemluví. Být na „volné noze“ je prostě její životní styl.

Zdrženlivé podnikání

Další skupina podnikatelů je o něco úspěšnější než ti výše zmínění. Jejich podniky obsluhují větší část trhu a vydělávají také více peněz, přesto však dosah podniku nepřekročí hranice regionu. Důvodů může být několik. Podnikatel chápe svou podnikatelskou činnost jako něco víc než jen být svým vlastním pánem, avšak nemá dostatečné schopnosti vést podnik nad určitou velikost. Dalším případem je tzv. „nedopatřený růst“, kdy motivace podnikatele je pouze nebýt zaměstnán a po velké firmě netouží, ale poptávka po jeho produktech ho dotlačí překročit minimální hranici velikosti firmy. Tento typ podniků se vyhýbá konkurenci větších hráčů na trhu, a proto ho Bhidé nazval zdrženlivým podnikáním.

Nadějně podnikání

Tito podnikatelé jdou do podnikání s jasnou vizí stát se jedničkou na lokálním nebo dokonce regionálním trhu. Používají podstatně agresivnější strategii pro získání a udržení zákazníků než předchozí skupiny a pracují na kontinuálním zlepšování, případně na inovacích. Svůj růst řídí tak, aby jim pomohl stát se ještě lepšími. Na druhou stranu znají svá omezení a nepouští se do boje s velikány. Tito podnikatelé mají tendenci vyhnout se cizímu financování a pohybují se jen na trzích s minimální nejistotou.

Podnikání s potenciálem vysokého růstu

Jen velmi málo podnikatelů se dokáže pustit do podnikání s potenciálem k velkému růstu. Nejprve je třeba identifikovat a uchopit výrazně lukrativní příležitost nebo vyvinout absolutně nový produkt či technologii. Tito podnikatelé se před začátkem svého podnikání věnují intenzivním analýzám trhu, aby dokázali identifikovat právě takovou příležitost, která by jim umožňovala založit firmu s potenciálem k velkému růstu. Uřídit takovou firmu vyžaduje profesionální vedení, neboť hlavními konkurenty nebude nikdo jiný než již zavedené firmy s profesionálním managementem. Tyto

firmy se zaměřují na revoluční inovace, které jim umožní vytvořit zcela nový trh, který následně ovládnou.

Revoluční podnikání

Revoluční podnikatel se objeví jednou, eventuelně dvakrát za deset let (Harper, 2005). Tomuto podnikateli nestačí přijít s ojedinělým produktem, pro který je schopen vytvořit zcela nový trh. Tito podnikatelé přichází s takovou kompletně novou koncepcí samostatného podnikání, že stávající firmy nejsou schopny udržet krok a postupně vypadnou ze hry. Harper o těchto lidech říká: „*Musí být schopni správně uskutečnit ty správné věci ve správný čas. Musí být také schopni takové improvizace, aby dokázali udělat něco, co ještě nikdo nikdy předtím nedělal, a zároveň být dostatečně obratní v jednání s rozličnými stakeholdery*“ (Veber a Srpová, 2006).

1.4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument, který shrnuje provozní a finanční cíle podnikání. Jedná se o cestovní mapu úspěchu podniku s podrobnými plány a rozpočty, které ukazují, jak budou cíle realizovány. Je návodem, jak společnost dosáhne svých cílů. Pro každého, kdo podniká, je vytvoření obchodního plánu zásadním prvním krokem. Mít tyto konkrétní postupy pomůže sledovat úspěch firmy nebo jeho nedostatek. Existují různé obchodní plány pro různé účely a nejlepší obchodní plány jsou živé dokumenty, které reagují na faktory reálného světa co nejrychleji. Podnikatelský plán lze stručně popsat v pěti bodech: (Veber a Srpová, 2006).

- **Srozumitelný** – je důležitý, aby podnikatelský plán byl jednoduchý a konkrétní. Vyhnout se zbytečně mnoho myšlenek.
- **Logický** – Myšlenky a fakty uvedené v plánu musí na sebe navazovat, musí být potvrzena fakty, prohlášení obsažená v plánu si nesmí odporovat.
- **Uváženě stručný** – Myšlenky či závěry obsažené v plánu je třeba uvést stručně, ovšem v žádném případě ne na úkor postižení základních faktů.
- **Pravdivý a reálný** – Pravdivost uváděných údajů a reálnost predikovaného vývoje by měla být samozřejmostí.
- **Respektování rizika** – Podnikatelský plán je o budoucnosti. Velkým problémem pro podnikatele je jejich orientace v dnešní chaotické realitě. Předpovědět budoucí vývoj pro ně bývá ještě obtížnější. Je důležité respektovat rizika a dobře je znát a rychle identifikovat.

1.5 Startup a jeho druhy

Startup je nový finanční projekt, jehož cílem je rychle získat zpět investice a dosáhnout zisku. Výraz „Startup“ je často zneužíván. Někdo tomu říká každému novému podniku, jiní chápou nový internetový projekt jako startup. Ve skutečnosti existuje velmi významný rozdíl. Startup je dočasná forma organizace a takový podnik vždy

hledá opakovatelný a škálovatelný obchodní model. Myšlenka se vyvíjí od nuly a hlavním cílem startupu je identifikovat zdroje zisku. Například McDonald's. Představte si, že otevíráte novou restauraci. Předem víte, jak bude vypadat váš obchodní model: získávání zákazníků – objednávání – výplaty. Nepředpokládá se žádná inovace zákaznických služeb. Potenciální růst je v počtu zákazníků a rozšiřování restaurace. Ve skutečnosti je to obvyklé, i když nové. Pro srovnání si vezmeme příklad startupu restaurace. Jedná se o společnost McDonald's, která se stala jednou z největších na světě. Všechno to začalo, když dva bratři otevřeli restauraci s pestrým menu a autoservisem. Později byl obchodní model změněn na samoobslužnou restauraci. Nabídka navíc zahrnovala rychlá jídla a 15 centové hamburgery, které byly k dispozici všem. O 15 let později byl otevřen první franšizovaný McDonald's. O 11 let později bratři prodali svá práva Fredovi Turnerovi, který organizoval společnost McDonald's System, Inc. Dnes má společnost více než 36 000 restaurací ve více než 100 zemích. McDonald's našel inovativní nápad na franšizovou restauraci, který nikdy předtím nebyl použit. To umožnilo podnikání škálovat se schopností replikovat obchodní model (Azarenko, 2020).

Co odlišuje startup od běžného podnikání?

- **Novinka projektu** – Startup společnost je zpravidla na trhu nováčkem, někdy i bez registrované organizační formy.
- **Minimální počáteční náklady** – Startup společnosti často nemají vlastní kapitál a rozvíjejí se prostřednictvím investic třetích stran.
- **Unikátní podnikatelský nápad** – Základem startupu je myšlenka, která dosud nebyla používána a která zákazníkům otevírá nový zdroj hodnoty.
- **Rychlý růst** – Startup se rychle rozvíjí a vybírá nejúčinnější strategii pro propagaci trhu (Azarenko, 2020).

Druhy startup podnikání

Existují dva základní druhy startup podnikání:

- **Klasické projekty** – Základem se stávají jednoduché nápady revidované a ztělesněné v jiné podobě. Například se dokončuje známý produkt a rozšiřuje se jeho funkčnost.
- **Inovativní projekty** – Jako základ se berou užitečné nové objevy. Do těchto projektů je nutné v počáteční fázi investovat velké množství finančních prostředků – myšlenka musí být dokončena a provedena. (Azarenko, 2020)

Nové projekty lze klasifikovat podle prodejních trhů a některých funkcí produktu.

Hlavní možnosti pro startupy:

"Úspěšná kopie"- Jedná se o úspěšné projekty, které opakují osvědčené postupy zahraničních startupů. Vypůjčené nápady jsou doplněny podrobnostmi s přihlédnutím k zájmům a potřebám cílového publika. Příkladem začínajících kopií jsou sociální média. Například – sociální síť "VKontakte". Vytváří se stejným způsobem jako Facebook. Myšlenka vytvoření VKontakte přišla k Pavlovi Durovovi po rozhovoru s kamarádem ze školy a budoucím investorem Vyacheslavem Mirilashvilim, který se s Facebookem seznámil během studia v USA.

"Agresivní mimozemšťan" - Startupy tohoto typu se snaží dobýt trh a vytlačit konkurenty kvůli atraktivním vlastnostem produktu nebo lepší ceně. Příkladem agresivního spuštění je slevová služba Biglion. Při vstupu na trh musela společnost konkurovat „žralokovi“ kupónového podnikání – Groupon. Biglion dobyl trh s pravidelnými slevami až 90 %.

„Tmavý kůň“ - Jedná se o projekty s nejasnými vyhlídkami na budoucí rozvoj. Pro takové startupy je obtížné vypočítat potenciální zisk, který vytváří určitá rizika pro tvůrce a investory. Například – Airbnb. Dva přátelé se rozhodli vydělat peníze zaplacením bytu. Zájemcům nabídli možnost přenocování v jejich soukromém podkroví. Lidé tehdy ještě spali na nafukovacích matracích v nevybaveném prostoru, ale i přes to bylo o jejich službu velký zájem. Zakladatelé nové společnosti pokračovali v práci, postupně se jim podařilo najít investory a stát se největší službou pro krátkodobé rezervace ubytování (Azarenko, 2020).

1.6 Jak se vyvíjejí startupy

Proces vývoje startup podnikání obvykle sestává z šesti fází.

- **Pre-seed** – Tvůrci mají o této myšlence jasnou představu, ale zatím nevědí, jak ji implementovat a rozvíjet za účelem zisku.
- **Seed** – Studují trh a konkurenci, sestavují plán rozvoje a připravují start. V případě potřeby v této fázi začíná hledání investorů.
- **Prototype** – Vytvoří funkční model produktu, který má základní funkce. Hlavní věc je, že tyto funkce řeší problém nebo pokrývají potřebu potenciálního klienta.
- **Alpha version** – Vytvořený prototyp je testován, jsou identifikovány a odstraněny nedostatky. V případě potřeby byly nedostatky nahrazeny.
- **Closed beta** – Nedokončený produkt je představen malému publiku, aby získal zpětnou vazbu. Během tohoto dodatečného testování jsou shromažďovány názory a přání uživatelů a zákazníků.
- **Opened beta** – Konečná verze je „vydána světu“. Tvůrci nyní projekt propagují, přitahují publikum a rozšiřují rozsah podnikání. Některé začínající podniky ignorují určité fáze vývoje. Například ihned po vývoji

prototypu je spuštěna otevřená beta verze. Další důležitou fází, která se při plánování často vůbec nebere v úvahu, je způsob ukončení startupu. Tvůrci musí zpočátku určit, jak vidí budoucnost svého spuštění – jít do tradičního podnikání, prodat nebo uvést na trh cenných papírů. Tyto informace jsou důležité zejména pro potenciální investory, kteří chtějí mít důvěru v ziskovost svých investic (Azarenko, 2020).

1.7 Financování startupů

Úspěšné startupy zřídka vznikají z projektů sponzorovaných jejich tvůrci. Pokud se zakladateli na úkor jeho vlastních investic podaří přivést produkt do okamžiku vstupu na trh, pak je zapotřebí vážnějších peněz na rozšíření podnikání. Často ale nastává situace, kdy tvůrci nemají potřebný počáteční kapitál. Na pomoc potom volají investory. Investoři potom startup posuzují podle řady kritérií, jako například velikost zisku. Pojďme se podívat na nejpopulárnější zdroje financování při spuštění (Nielsen, 2017).

Bootstrapping – Metoda bootstrap nebo bootstrapping je volbou startupů, které nechťejí záviset na žádných investorech. Touto metodou je projekt financován vlastním kapitálem, půjčkami nebo výpůjčkami. Bootstrapping se obvykle používá k vytvoření prototypu produktu nebo minimálního životaschopného produktu (MVP). Výhodou této metody je zachování nezávislosti na externích investorech. Je však velmi obtížné rozšířit podnikání a dále růst. Po potvrzení poptávky po produktu je většina startupů nucena hledat další zdroje investic.

FFF Investors – Investice z FFF (Friends, Family, Fools) znamená přijímání finančních prostředků od rodiny, přátel a „bláznů“. V tomto případě jsou „blázni“ lidé, kteří nemají zkušenosti s investováním a nerozumí všem možným rizikům. Podpora FFF se obvykle používá na začátku projektu. S obdrženými penězi vytvářejí životaschopný produkt, který již může být představen profesionálním investorům.

Business Angels – Obchodní andělé jsou jednotlivci, kteří investují své vlastní peníze do spuštění v rané fázi výměnou za určité procento zisku nebo podíl v podnikání. Velikost investice se obvykle pohybuje v rozmezí několika desítek až stovek tisíc dolarů. V této fázi by však spuštění mělo mít již hotový produkt a první výsledky testů. Získané finanční prostředky se používají k dalšímu testování, dokončení obchodního modelu a rozšíření myšlenky.

Seed money – Počáteční fáze zahrnuje přechod od soukromých investic k přijímání prostředků z fondů rizikového kapitálu. Na této úrovni pochází financování z investičních podniků zaměřených na práci s inovativními projekty a startupy. Investice může dosáhnout několika milionů dolarů. Investoři však mají také více požadavků. Posuzují ani ne tak očekávaný zisk projektu, jako celkový potenciál produktu a týmu. Současně mohou investoři rizikového kapitálu vyžadovat účast na řízení a schopnost ovlivňovat důležitá rozhodnutí. Cílem rizikových investorů je

pomoci společnosti s vlastními znalostmi a přivést projekt k úspěšnému prodeji. Peníze, které dostávají startupy, směřují k rozšíření podnikání a zrychlení růstu.

Initial public offering – IPO nebo první veřejná nabídka je požadovaným vrcholem pro jakékoli startupy. V této fázi společnost vstupuje na akciový trh a zahajuje počáteční prodej akcií. V důsledku IPO získává společnost status „veřejného“. Přístup k jeho akciím získává široká škála investorů. Společnost získává takové výhody jako (Nielsen, 2017):

- Stanovení objektivní tržní hodnoty společnosti
- Zlepšení reputace u věřitelů a partnerů
- Zvýšení efektivity podnikání díky transparentnosti činnosti
- Používání vlastních akcií jako alternativy k hotovosti
- Možnost sekundárních stáží k financování nových projektů

Hlavním cílem IPO je přilákat větší investice, které lze investovat do rozvoje podnikání. Po vstupu na IPO je společnost zařazena na seznam největších světových burz, což má pozitivní vliv na prestiž. Projekt se stává atraktivnějším pro investory a vzbuzuje větší důvěru. Investoři neřinancují startupy s dobrými úmysly. Jejich cílem je zvýšit investovaný kapitál. Každý investor má svá vlastní kritéria výběru, ale nejdůležitější jsou:

- Produkt
- Tým
- Velikost trhu
- Fáze startup

Nestačí nabídnout investorovi dobrý produkt. Je důležité mít tým schopný „dobýt svět“. Například investor v oblasti rizikového kapitálu Mark Suster ve své publikaci o věcech důležitých pro investory objasňuje, že bude zázrakem, aby investor svou investici vrátil, pokud bude zpočátku zklamán týmem. Objem investic závisí na podílu krytého trhu a aktuální fázi vývoje startupu. Čím rychleji startup roste a rozšiřuje se, tím větší příliv investic lze očekávat.

Existují dvě hlavní možnosti financování startupy:

- **Financování fanoušků** – Investoři začínají investovat do projektu v nejranějších fázích. Takové investice jsou spojeny s vysokými riziky, ale mohou vést k vysoké návratnosti.
- **Odložené financování** – V tomto případě se investor a startup dohodnou na fázi zahájení financování a podílu na zisku investora. Počátkem investice je zpravidla relativně stabilní pozice startupu, kdy je již možné posoudit potenciál projektu. Tato možnost je pro investory slibnější, protože je spojena s minimálními riziky (Novoa, 2017).

1.8 Vytvoření startupů

Neexistují dva úspěšné startupy se stejnou historií a postupy a nejsou podobné. Každý nový projekt má svou vlastní cestu. Obecně však proces startup spuštění vypadá takto:

1. Identifikujte problém. Určete potřeby publika, které váš produkt pokryje.
2. Prozkoumejte trh. Zjistěte, zda lidé vaše řešení opravdu potřebují, a zjistěte, zda existuje podobné řešení problému na trhu.
3. Vytvořte řešení. Přijďte s řešením problému pomocí inovativních technologií nebo pomocí nového přístupu k organizaci obchodních procesů.
4. Uspořádejte tým. Hledejte podobně smýšlející lidi, kteří se budou vašim nápadem inspirovat a budou připraveni na jeho společnou realizaci.
5. Hledejte způsob implementace. V této fázi testují poptávku po produktu na trhu, prezentují myšlenku investorům a rozvíjejí obchodní model, který zajistí rychlý a stabilní růst projektu.

Při zahájení vlastního podniku podnikatel by neměl očekávat úspěch přes noc. Než myšlenka začne přinášet zisk, projekt se vícekrát setká s obtížemi. Jako například:

- Neefektivní správa získaných prostředků. Společnost například používá neuvážené investice nebo přitahuje příliš mnoho investorů, kteří budou časem požadovat návratnost.
- Právní problémy. Může se jednat o nesprávnou registraci činností nebo porušení určitých zákonů při výrobě produktu.
- Neschopnost odolat konkurenci. Společnost doufá v úspěch produktu, že začne ignorovat konkurenci na trhu a nebude včas reagovat na jednání konkurence.
- Špatný obchodní model. Pokud má společnost pouze optimistickou cestu rozvoje, bude dříve či později čelit problémům. Je důležité poskytnout možnosti pro akci v případě, že se něco pokazí (Azarenko, 2020).

2 RIZIKA A PŘÍNOSY PODNIKU – STARTUP

2.1 Krátkodobé obtížnosti

Zahájení startup podniku není tak riskantní, jak se zdá. Stačí jen vydržet počáteční potíže ve prospěch dlouhodobých výdělků. Existuje nejen několik počátečních problémů startup podniku ale i výhody a přínosy, které jsou důležité pro podnikatele. John Tabis to popsal s následujícím způsobem:

Malý nebo žádný plat

Když jsem poprvé otevřel Bouqs Co, nedostal jsem plat po dobu osmi měsíců. Nulové dolary. Měl jsem 15 let zkušeností v Bain & Co a Disney, novou hypotéku v Los Angeles a ročního syna doma. Takové druhy obětí nejsou vzácnost v počáteční fázi každého startup podniku. Zakladatelé často věnují své výdělky na investice do něčeho, co vyžaduje investice, a jsou si jisti, že se to v budoucnu vyplatí. Z důvodu potřeby většina začínajících podniků v počáteční fázi vyplácí platy pod tržními sazbami a místo toho nabízí zaměstnancům podíl v podnikání.

Práce přesčas

Zakladatelé startupu a jejich první zaměstnanci pracují tvrději než kdokoli jiný. Například při spuštění XYZ Co. za celý proces budou odpovědní dva nebo tři lidé. To je obrovská práce pro jednoho zaměstnance. Jak roste financování a poptávka, tým se nejprve rozšíří na šest lidí, poté na deset, na 20 a tak dále. Jediným problémem je, že bez ohledu na počet lidí v týmu se práce nikdy nezmenšuje. Prodloužení životnosti a posílení nové společnosti bude trvat neuvěřitelně mnoho času a úsilí. To znamená, že zvýšená pracovní doba bude rozdělena mezi malý počet lidí, kteří budou pracovat na maximum.

Strach z neúspěchu

Zakladatelský tým pracuje celé hodiny za malý nebo žádný plat, sotva se s penězi dlouhodobě setkává. I přes titánské úsilí neexistuje žádná záruka, že společnost bude úspěšná. V hloubi duše má každý strach, že dal vše do pořádku pro příčinu, která může nakonec selhat. Tento stres spojený s brzkým probuzením, pozdními noci a nedostatkem finančních prostředků obvykle děsí většinu lidí, kteří se chtějí stát podnikateli. Ale to je jen strach. Ne realita. I když nikdo nezaručuje, že to půjde do kopce, neexistují žádné záruky, že selžou. Koneckonců, nejde o skutečné riziko. Bez ohledu na výsledek plody práce pravděpodobně převáží vynaložené úsilí. Takto vyhráváte, ať už je váš startup veřejný nebo končí (Tabis, 2015).

Riziko

Většina startupů selhává během prvního roku provozu z různých důvodů, takže riziko selhání je vysoké. Práce za takových okolností může způsobit, že začínající podniky budou příliš opatrné při využívání tržních příležitostí nebo příliš optimistické při odhadování potenciálního trhu pro své produkty a služby. Znamená to také, že pro začínající podniky je obtížné přilákat zkušené a kompetentní zaměstnance.

Zdroje

Růst hackerství, cloud computingu a rizikového kapitalismu srovnal podmínky pro začínající podniky, ale zavedené podniky mají hlubší kapsy. Většina startupů pracuje s omezeným rozpočtem, zatímco jejich konkurenti mají obrovská finanční a nefinanční aktiva. Ty se používají k podpoře vývoje produktů, prodeje a marketingových snah a zabraňují startupům ve vstupu na trh (Simons, 2017).

2.2 Dlouhodobé výsledky

Zvládne-li podnikatel všechna tato rizika a problémy na začátku startup podnikání, pak se mu někdy podnikání začne vyplácet. Být podnikatelem neznamená jenom mít ochotu vydělávat peníze a riskovat, ale také být trpělivým a čekání na správný čas na správném místě.

Zvýšení zisku a akcí

Pokud na začátku zakladatelé a první zaměstnanci nastaví platy za svou práci pod tržní úroveň, pak s růstem společnosti mohou vydělávat podstatně více. V startupu mohou zakladatelé automaticky převzít roli vrcholových manažerů a obejít tak tradiční kariérní růst. Jak společnost roste, první zaměstnanci přirozeně zaujmají vyšší manažerské pozice. Protože pomáhali budovat společnost od samého začátku, získali senioritu, kterou potřebují k vedení nových zaměstnanců. Kromě toho mohou být náklady na podíl v úspěšných startupech dostatečné k tomu, aby kompenzovaly malý plat v rané fázi. Jak se startup zvyšuje na hodnotě, hodnota sázky se zvyšuje a daleko přesahuje úroveň platu v běžném zaměstnání.

Ztráty jsou ve skutečnosti malé, i v případě selhání

I když by podnikání selhalo, zaměstnanci nebo zakladatel neztrácejí mnoho peněz. Řekněme, že se Sara pokouší spustit startup. Nic nevydělává. Nulové dolary. Naprosto nic. O šest měsíců později se rozpadne. Vezměte ztracený výdělek třeba polovinu ročního platu v příštím zaměstnání a vydělte jej všemi penězi, které vydělá za celou svou kariéru. Zůstane jen zlomek. Ztráty, i ty nejskutečnější, jsou vyrovnány krátkodobým obdobím, během kterého začínající podniky buď něco dělají, nebo ztrácejí.

Učení rychlým tempem

Zahájení startupu nutí zakladatele a zaměstnance, aby se ve své předchozí kariéře naučili více, než by mohli. Každý musí dělat více úkolů, zvládnout je rychleji a bez ohledu na výplatu nebo předchozí zkušenosti. To znamená rychlý rozvoj dovedností a zkušeností, jejichž získání v jiném prostředí by trvalo roky. Pokud společnost nebude růst, přinejmenším zaměstnanci odejdou se zavazadly, která budou na trhu práce vysoce ceněna.

Budování silných vazeb

Při zahájení startupu se zakladatelé a zaměstnanci setkávají a rozvíjejí vztahy s ikonickými postavami, které mohou ovlivnit jejich podnikání nebo kariéru. Budou se účastnit průmyslových akcí, setkat se s vlivnými podnikateli, investory, zakladateli a kýmkoli, kdo dokáže přednést své nápady správným lidem včas, aby mohl startovat. Taková spojení mohou pomoci dále rozvíjet jejich osobní kariérní postup. Až v budoucnu přijde další skvělý obchodní nápad, bude se vám hodit seznámení se skupinou úspěšných investorů. Navzdory skutečnosti, že v počáteční fázi vytváření a práce na spuštění budou potíže, na konci tunelu vždy bude světlo – ve špatném a dobrém scénáři. Nakonec získané zkušenosti, navázaná spojení se stanou více než dostatečným ziskem, který pokryje případné krátkodobé ztráty. (Tabis, 2015).

Hbitost

Startupy jsou menší a méně strukturované, takže se mohou přizpůsobit rušivým technologiím a změnám tržních podmínek. Na rozdíl od svých zavedenějších konkurentů, kteří jsou zatíženi, se zabývají vlastními zájmy, historickou cestou a kulturou, která odolává změnám. Začínající podniky mají inovace ve své DNA a snaží se získat konkurenční výhodu zlepšením svých obchodních modelů, procesů a portfolia. (Simons, 2017)

2.3 The lean startup metoda

The Lean Startup: je metoda používaná k založení nové společnosti nebo k zavedení nového produktu jménem stávající společnosti. Metoda štíhlého spouštění obhazuje vývoj produktů, o kterých již zákazníci prokázali, že si přejí, aby již po uvedení produktu na trh existoval trh. Na rozdíl od vývoje produktu a poté v naději, že se objeví poptávka (Kenton, 2019).

Získávání zájmu spotřebitelů: Použitím principů startup mohou vývojáři produktů měřit zájem spotřebitelů o produkt a určit, jak bude pravděpodobně nutné produkt vylepšit. Tento proces se nazývá ověřené učení a lze jej použít k zamezení zbytečnému využívání zdrojů při tvorbě a vývoji produktu. Pokud je pravděpodobné, že myšlenka selže prostřednictvím štíhlého spuštění, selže rychle a levně místo pomalu a nákladně, proto termín „rychle selže“. Metodu The Lean Startup vyvinul americký podnikatel

Eric Ries, zakladatel a CEO Long-Term Stock Exchange (LTSE). Tuto metodu plně vysvětluje ve své nejprodávanější knize „The Lean Startup“ (Kenton, 2019).

Americký podnikatel Eric Ries, napsal v knize celkem 5 principů této metody.

1. Podnikatelé jsou všude

Abyste mohli být ve startupu, nemusíte pracovat v garáži. Koncept podnikání zahrnuje kohokoli, kdo pracuje v rámci mé definice startupu: lidská instituce určená k vytváření nových produktů a služeb v podmínkách extrémní nejistoty. To znamená, že podnikatelé jsou všude a přístup Lean Startup může fungovat v jakékoli velikosti společnosti, dokonce i ve velmi velkém podniku, v jakémkoli odvětví nebo odvětví.

2. Podnikání je řízení

Startup je instituce, nejen produkt, a proto vyžaduje nový druh řízení konkrétně zaměřený na kontext extrémní nejistoty. Ve skutečnosti, jak budu později argumentovat, věřím, že „podnikatel“ by měl být považován za později bude argumentovat, věřím, že „podnikatel“ by měl být považován za pracovní pozici ve všech moderních společnostech, jejichž budoucí růst závisí na inovacích.

3. Ověřené učení

Startupy neexistují jen proto, aby vydělaly věci, vydělaly peníze nebo dokonce sloužily zákazníkům. Existují proto, aby se naučili, jak budovat udržitelné podnikání. Toto učení lze vědecky ověřit spuštěním častých experimentů, které podnikatelům umožňují otestovat každý prvek své vize.

4. Build-Measure-Learn

Základní činností startupu je přeměnit nápady na produkty, měřit, jak zákazníci reagují, a poté se naučit, zda se mají otáčet nebo vytrvat. Všechny úspěšné spouštěcí procesy by měly být zaměřeny na urychlení této zpětnovazební smyčky.

5. Inovační účetnictví

Abychom zlepšili podnikatelské výsledky a udrželi inovátory odpovědnými, musíme se zaměřit na nudné věci: jak měřit pokrok, jak stanovit milníky a jak upřednostňovat práci. To vyžaduje nový druh účetnictví určený pro začínající podniky – a lidi, kteří za ně nesou odpovědnost (Ries, 2011).

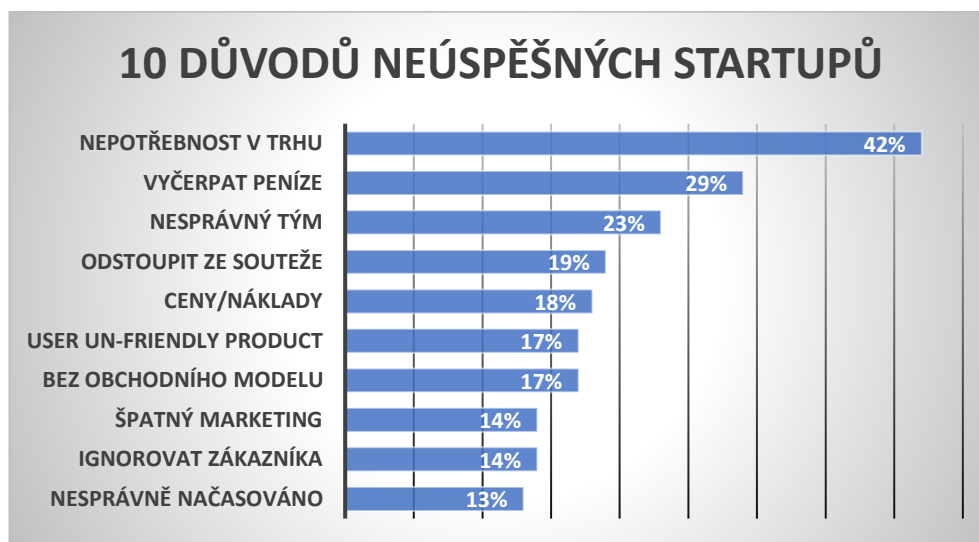
2.4 Proč startupy selhávají

Eric Ries na otázku, proč projekty Startup selhávají, odpovídá tímto způsobem: Prvním problémem je půvab dobrého plánu, solidní strategie a důkladný průzkum trhu. V dřívějších dobách to byly ukazatele pravděpodobného úspěchu. Převážným pokušením je použít je i na startupy, ale to nefunguje, protože startupy fungují s příliš velkou nejistotou. Startupy zatím nevědí, kdo je jejich zákazník nebo jaký by měl být jejich produkt. Jak se svět stává nejistějším, je stále těžší předvídat budoucnost. Staré metody správy tento úkol nesplňují. Plánování a předpovědi jsou přesné pouze tehdy, jsou-li založeny na dlouhé a stabilní historii provozu a relativně statickém prostředí. Startup stabilní provozní historii a relativně statické prostředí. Startupy nemají ani jeden. Druhým problémem je, že poté, co viděli, že tradiční vedení tento problém

nevyřeší, někteří podnikatelé a investoři vztáhli ruce a přijali školu startupů „Just Do It“. Tato škola věří, že pokud je problémem management, odpovědí je chaos. Bohužel, jak mohu sám potvrdit, to také nefunguje. Může se zdát neintuitivní myslet si, že něco tak rušivého, inovativního a chaotického, jako je spuštění, může být spravováno nebo, přesněji řečeno, musí být zvládnuto. Většina lidí si myslí, že procesy a řízení jsou nudné, zatímco startupy jsou dynamické a vzrušující. Ve skutečnosti je ale vzrušující vidět úspěchy startupů a změnu světa. Vášně, energie a vize, co lidé do těchto nových podniků přinášejí, jsou zdroje, které jsou příliš drahé na to, aby se jimi plýtvalo. Můžeme – a musíme – dělat lépe (Ries, 2011).

2.5 Analýza neúspěšných startupů

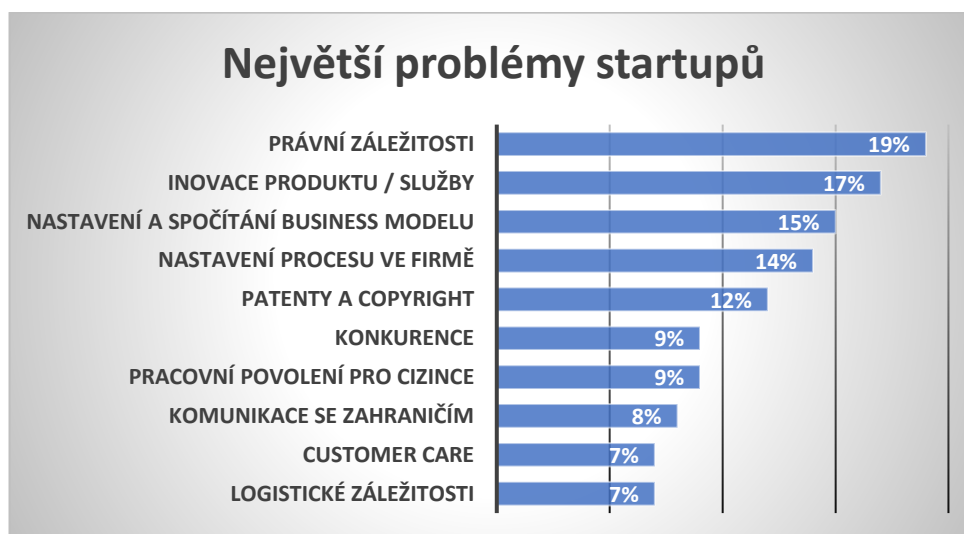
CB Insights je soukromá společnost s platformou pro obchodní analýzu a globální databázi, která poskytuje informace o trhu se soukromými společnostmi a aktivitami investorů. Tato společnost v roce 2019 provedla analýzu příčin, proč plno startup projektů selže. Z 20 příčin bylo vybráno 10 nejčastěji opakovaných, které vznikají u startupových projektů. Na prvním místě s procentem až 42 % je „No market need“ neboli nepotřebnost v trhu. Na druhém místě s procentem 29 % je „Ran out of cash“ neboli vyčerpání peněz. A na třetím místě s procentem 23 % je „Not the right team“ což znamená nesprávný tým nebo skupina. Všechny tyto neúspěšné pokusy právě vychází z toho, že startup projekty neměly Business Case neboli byznys model, který zahrnuje 7 základních kroků pro začínající startup projekty. Graf 1 je detailnější graf s procentními poměry.



Graf 1: 10 Důvodů neúspěšných startupů

Vypracováno dle CB Insights

Ale pro začínající startupy podle Startup Report jsou největším problémem právní záležitosti (19 %) jako je autorské právo nebo smlouvy. Na druhém místě je inovace produktu nebo služby (17 %) a na třetím nastavení a spočítání business modelu (15 %). Celkem jich je 10. Graf č. 2 je detailnější graf s procentními poměry.



Graf 2: Největší problémy startupů

Vypracováno dle Startup Report

2.6 Startupy v České republice

V současné době v ČR vykonává činnost přibližně 2700 startupů, přičemž 1442 z nich jsou mladší 10 let (Startupmap, 2020). Největší počet startupů v České republice se nachází v Praze a je jich až 1838. Na druhém místě je Brno s počtem 384 startupů. Na třetím místě je Ostrava s počtem 87 startupů. Desítka nejlepších českých startupů, které vyhlášíme v rámci letního vydání Forbes Next. (Forbes, 2019).

Tabulka 1: 10 nejlepších startupů dle Forbes 2019

Č.	Název	Info	Celkové financování
1.	Productboard	Pomáhá produktovým manažerům řídit vývoj	\$137,7 milionů
2.	Supernova	Jednodušší vývoj mobilních aplikací	\$3,8 milionů
3.	Rohlik.cz	Online supermarket	\$267,6 milionů
4.	Rossum	Faktury zkřížené s umělou inteligencí	\$4,4 milionů
5.	Daytrip	Inovace cestování s průvodcem	\$1,9 milionů
6.	Beat Saber	Česká VR hudební hra	-
7.	Brand Embassy	Zákaznická péče s pěkným exitem	\$4 milionů
8.	Twisto	Platební služba s kartou	\$61,4 milionů
9.	Prusa Research	3D tiskárny	-
10.	Kiwi.com	Vyhledávání letenek	\$2,1 milionů

Vypracováno dle Forbes.cz

Tyto startupové společnosti jsou tedy známé v České republice, ale i po celém světě. Například v dnešní době lidé vědí, co je to internet, a snaží se najít nejlepší nabídku ze všech ostatních nabídek. Proto je Kiwi.com tak populární i mimo Českou republiku. Moderní svět vyžaduje moderní řešení a já vidím tato řešení v startupu. Lidé se stávají

komplikovanějšími, línějšími a je to zvláštní, ale také chytřejšími. U obyčejných společností pochopení a realizace spotřebitelské potřeby jsou komplikovanější, a to dává možnost novým startupům realizovat své produkty a služby a jak vidíme některé jsou úspěšné, a hlavně usnadňují lidem život.

3 CASE STUDY STARTUPŮ

Pro analytickou část byly vybrány tři nejlepší startupy z různých oborů a odvětví. Tyto startupy byly vybrány na základě čtyř základních kategorií. V dnešní době existuje hodně známých a úspěšných startupů. Lze uvést startupy jako Airbnb, Starbucks nebo Uber, které jsou globální soukromé společnosti nebo platformy a skoro každý člověk o nich někde slyšel nebo využíval služby těchto společností. Cílem analytické části je identifikovat a analyzovat rizika i přínosy.

4 základní kategorie:

- Vznik startupu do 5 let
- Nejrychlejší růst oproti konkurenci
- Do deseti vedoucích zaměstnanců
- Hodnocení zákazníků

3.1 Paysend Group

Paysend – „Peníze do budoucnosti“. Globální společnost FinTech, jejímž úkolem je změnit způsob, jakým se peníze pohybují po celém světě. Paysend umožňuje uživatelům provádět přeshraniční převody mezi kartami i platby na bankovní účty a digitální peněženky.

Tabulka 2: Profil společnosti Paysend

Zakladatele:	Abdul Abdulkerimov, Ronnie Millar
Stanovena:	Duben, 2017
Celkové financování:	\$157,6 milionů
Odvětví:	FinTech, Mobilní platby
Umístění:	London, Velká Británie
Produkty:	Globální převody a platby, Paysend link
Hlavní technologie:	Umělá inteligence, Digitální peněženka, 1- úroveň PCI DSS certifikace
Počet vedoucích zaměstnanců:	7 zaměstnanců
Webová stránka:	Paysend.com
Pozoruhodné úspěchy:	- Podpora místních karet - Nejspokojenější zákazníci - Největší platební trh na světě - 3,7 milion uživatelů - Více než 90 zemích po celém světě - PayTech 2018 Awards - FinovateSpring – nejlepší produkt 2019

Vypracováno dle Crunchbase.com

Historie

Začátek Paysend spočívá v tom, že se dalo dohromady několik lidí jako tým odborníků z bankovníctví a plateb, kteří byli frustrováni časem a složitostí tradičních bankovních systémů. Paysend je první společnost Fintech, která zavedla globální převody karet na karty, aby propojila 12 miliard karet vydaných mezinárodními platebními systémy: Mastercard, Visa, China Union Pay a místní karetní schémata. Obsluhují více než 3 700 000 zákazníků ve více než 90 zemích po celém světě. Paysend spustil aplikaci Paysend Link, to je něco jako WhatsApp pro převody peněz, kde jsou peníze posílány jednoduše jako textová zpráva, okamžitá a s pevnými poplatky.

Konkurence

V moderním světě existují stovky služeb a platforem, které umožňují převod peněz, jako je například nejpopulárnější Western Union, TransferGo nebo Paypal, ale tyto transakce s dodatečnými náklady, dlouhým čekáním a offline záležitostmi se komplikují. Například Western Union žádá příliš mnoho informací o tom, kdo jste, komu posíláte, a žádá vás, abyste vyplnili žádost svými čísly pasů. Což je ve srovnání s jinými společnostmi na převod peněz opravdu zvláštní a staré.

Stejně jako jiné mezinárodní společnosti zabývající se převodem peněz si Paysend účtuje poplatky za transakce, aby pokryla náklady na správu a generovala své zisky. Zde je stručný souhrn výhod a nevýhod používání Paysend k mezinárodnímu posílání peněz:

Tabulka 3: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Paysend

Konkurenční výhody:	Potenciální nevýhody:
Globální pokrytí: V době psaní této práce podporuje Paysend globální převody do 90 zemí rozložených na různých kontinentech včetně Evropy, Asie a Afriky. Společnost také pravidelně hledá nové trhy, které by mohly rozšířit jejich stávající směnné trasy.	Zdlouhavý proces kontroly: Když uživatelé odesílají své dokumenty k ověření identity, někteří uživatelé si stěžují, že Paysend trvá dlouho, než jim potvrdí účty. Poskytovatel však v mnoha takových případech objasnil, že jeho proces kontroly trvá 3 hodiny až 3 dny v závislosti na konkrétním případě.
Nízký fixní poplatek: Za kteroukoli danou přenosovou cestu si Paysend účtuje fixní poplatek, který je relativně nízký vzhledem k tomu, co si většina poskytovatelů účtuje. Například při posílání peněz do Ruska ze Spojeného království, ať už v rublech nebo amerických dolarech, vám bude	Omezené vysílající země: Zatímco pokrytí vyplácené sítě je poměrně širší, vysílající síť není tak rozsáhlá. Uživatelé mohou posílat peníze pouze ze 48 zemí, z nichž většina pochází z Evropy a Severní Ameriky. Africké národy nejsou mezi vysílajícími zeměmi zastoupeny.

účtována částka 1,5 dolaru a nebude použita žádná kurzová marže.	
Vysoké bezpečnostní platby: Platby prostřednictvím Paysend jsou certifikovány nejlepšími platebními sítěmi, včetně Mastercard, Visa, Union Pay, Verve International a dalších. Paysend je navíc regulován úřadem FCA a certifikován podle standardu zabezpečení dat v odvětví platebních karet PCI DSS.	Příležitostné zpoždění: Ne všechny převody jsou doručovány okamžitě, jak je uvedeno na jejích webových stránkách. Ze zkušeností zákazníků sdílených na recenzních webech, jako je Trustpilot, může čas od času dojít ke zpoždění. Některé z nich se týkají kontrol a dalších ověřování. Ale jelikož jsem taky aktivní uživatel tohoto produktu, nikdy jsem neměl problém s takovými věci.
Globální podpora 24/7: Vzhledem k tomu, že zákazníci převádějí peníze 24/7, je nepřetržitá podpora neocenitelná. Paysend má specialisty zákaznické podpory k dispozici na živém chatu, e-mailu a telefonu. Jsou také k dispozici na Facebooku, Instagramu, VK a dalších sociálních sítích.	
Různé způsoby převodu: Paysend umožňuje svým zákazníkům posílat peníze z jejich karet na karty jejich příjemců nebo na bankovní účty. V případě, že země příjemce umožňuje přijímat peníze ve více než jedné měně, mohou si zákazníci dokonce vybrat preferovanou měnu. K dispozici je také možnost posílat peníze prostřednictvím mobilního čísla příjemce přes Paysend Link.	

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle analýzy Paysend byly zjištěny služby, které odpovídají dnešním tendencím, podle kterých by měl fungovat ten správný FinTech startup. Například takové funkce jako vysoké bezpečnostní platby nebo nízký fixní poplatek projevují zájem u potenciálních zákazníků a přiláká nové zájemce. Co se týče potenciálních nevýhod jako zdlouhavý proces kontroly nebo příležitostné zpoždění existují i u ostatních podobných služeb jako Western Union nebo Paypal. Neexistuje dokonalý nebo ideální startup bez jakýchkoli chyb nebo problémů. Proto je důležité neustále zlepšování těchto produktů a služeb na trhu.

Financování Paysend

Níže uvedená tabulka zahrnuje všechny transakce, které Paysend od roku 2016 do roku 2021 získal. Tabulka obsahuje i jména hlavních investorů, typy financování a jejich částky.

Tabulka 4: Financování Paysend

Datům	Název transakce	Číslo investorů	Získané peníze	Vedoucí investoři
26. ledna, 2016	Seed Round	1 investor	-	Digital Space Vehtures
3. července, 2018	Series A	1 investor	\$20 milionů	MARCorp Financial
22. července, 2019	Series B	3 investoři	£10,7 milionů	DSV, GVA Capital, Plug and Play Tech Center
26. květen, 2021	Series B	4 investoři	£88 milionů	One Peak Partners

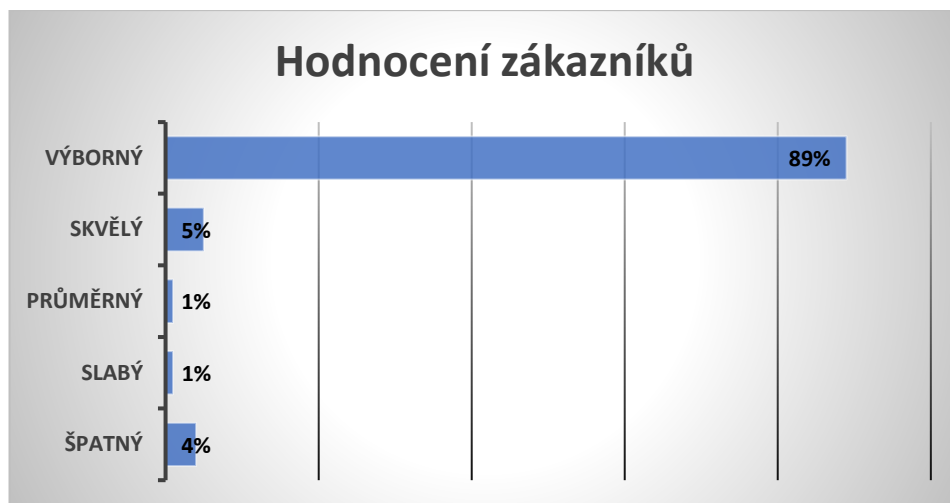
Vypracováno dle Crunchbase.com

Podle tabulky se dá říci, že první financování bylo jako Seed Round – což znamená, že je obecně prvním formálním okruhem vlastního kapitálu s institucionálním náskokem. Series Seed lze ocenit, což znamená, že investoři nakupují preferované akcie za cenu stanovenou hlavním investorem. Za 5 let financování Paysend změnilo ze Seed Round do Série B. Je druhým kolem financování podnikání prostřednictvím investic, včetně soukromých kapitálových investorů a investorů rizikového kapitálu. Postupná kola financování podniku se postupně označují jako financování série A, série B a série C. Kolo Série B se obvykle koná, když společnost dosáhne určitých milníků v rozvoji svého podnikání a je po počáteční fázi startupu. Celkem číslo investorů vzrostlo o 7 a poslední transakce byla nejvyšší od doby vzniku a financování činilo £88 milionů. V dnešní době celkové financování Paysend činí \$157,6 milionů.

Spokojenost zákazníků

Zdá se, že zákazníci Paysend mají na společnost velmi pozitivní pohled. Například na Trustpilot¹ Paysend má něco přes 23 000 pětihvězdičkových recenzí. Většina zákazníků, kteří dali společnosti 4 nebo 5 hvězdiček (celkem 4,7), zmínila podobné věci:

¹ Trustpilot – je dánský web pro recenze spotřebitelů



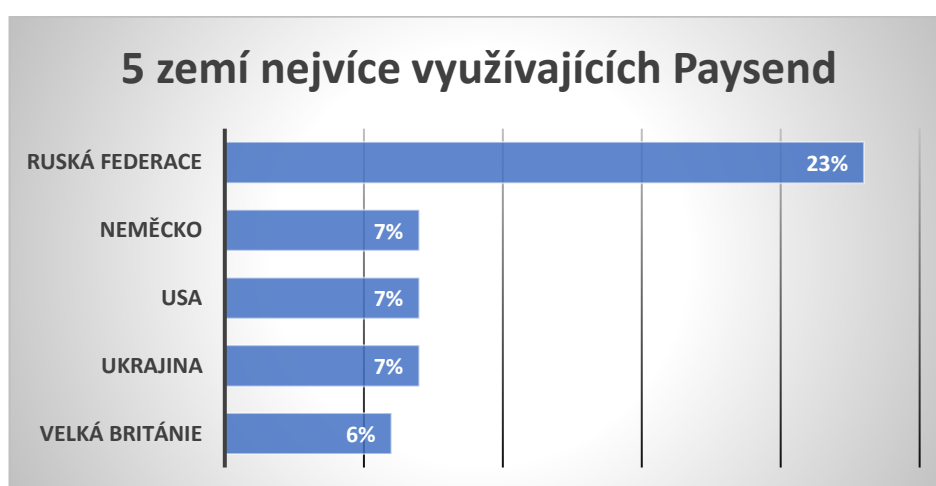
Graf 3: Hodnocení zákazníků Paysend

Vypracováno dle Trustpilot.com

Celkově je tedy 94 % všech zákazníků spokojeno se společností Paysend a jejich službami. Ve srovnání s jinými společnostmi zabývajícími se převodem peněz to jsou neuvěřitelná čísla. Pokud porovnáme společnosti ze stejných zdrojů, Western Union má pouze 2,5 body z 5. Více než polovina zákazníků není spokojena.

Analýza Paysend

Shrneme-li to celkově, v Paysendu je k dispozici celkem 16 produktů. Za posledních 30 dní byl Paysend stažen z celého světa 157,526krát s měsíčními návštěvami téměř 1 milionu uživatelů. Podle Crunchbase² počet aktivních uživatelů Paysend za poslední měsíc vzrostl až na 3,15 %. Během 4 let tento startup dosáhl velmi mnoho pozornosti investorů a uživatelů. Podle databáze bylo shromážděno top 5 zemí, které nejvíce používají Paysend za poslední měsíc.



Graf 4: 5 zemí využívajících Paysend

Vypracováno dle Crunchbase.com

² Crunchbase – je platforma pro vyhledávání obchodních informací o soukromých a veřejných společnostech

Potenciální rizika

Z teoretické části, kde bylo zmíněno 10 hlavních důvodů selhání startupů, byly vybrány 3 varianty možného rizika, i přesto, že riziko je minimální. Jelikož Paysend je velmi úspěšný startup s výborným obchodním modelem.

Tabulka 5: Potenciální rizika Paysend

Cena/náklady:	První potenciální riziko může vzniknout z kategorie cena/náklady. Jak víme, ceny za službu v Paysendu jsou příliš nízké, aby přilákaly lidi. Ale investoři by mohli chtít získat více potenciálních zákazníků a zapojit marketingové nástroje, které mohou vést ke snížení ceny a získání více klientů. Mohlo by to ale přinést problémy s financováním a původní náklady by mohly být dražší než příjem.
Slabý Marketing:	Druhé potenciální riziko může vzniknout z kategorie slabý marketing. Překvapivé je, že existuje spousta lidí, kteří o této společnosti nevědí a nevyužívají jejich služby. Aby se stala společnost globálnější musí změnit přístup k propagaci a zlepšit marketingové služby. Aby lidé tedy mohli používat jejich produkty a služby. Pro starší lidi by mohli otevírat offline služby po celém světě jako Western Union, ale v takovém případě by celý koncept snadných online služeb zmizel.
Konkurence:	Třetí potenciální riziko může vzniknou z kategorie konkurence. Každý den vznikají tisíce nových startupových společností. Konkurence ve FinTech je tedy doslova vysoká. Aby byli na špici, musí každý den zlepšovat své služby. Jak bylo zmíněno dříve, Western Union má offline služby pro globální převod peněz. Mnoho lidí od 40 let si tedy mohlo zvolit tento způsob, protože více důvěřují offline službám.

Zdroj: Vlastní zpracování

Přínosy

Existuje mnoho přínosů, které startupy přinášejí nejen zákazníkům začínající společnosti, ale také zakladatelům a vývojářům. Startupy mohou být malé společnosti, ale mohou hrát významnou roli v ekonomickém růstu. V budoucnu vytvářejí více pracovních míst, což znamená větší zaměstnanost a větší zaměstnanost znamená lepší ekonomiku. Nejen to, že startupy mohou také přispět k ekonomické dynamice tím, že podníčí inovace a nashutují konkurenci. Noví podnikatelé mohou přinést nové nápady, tolik potřebné k podnícení inovací a vytváření konkurence.

Tabulka 6: Přínosy Paysend

High income:	Takové úspěšné finanční startupy posílily ekonomiku revoluční technologií a postupem času vytvořily nová průmyslová odvětví. A když se dostaly na veřejnost, staly se skutečně stroji vydělávání peněz nejen pro vlastníky, ale také pro zaměstnance a akcionáře. Například tisíce zaměstnanců Google získaly hodnotu více než pět milionů dolarů.
Flexibilita:	Některé organizace by mohly mít zcela jedinečné potřeby a požadavky na produkty a služby. Takové potřeby a požadavky nemusí být uspokojeny velkými a zavedenými poskytovateli služeb, kteří pracují rigidním způsobem, který jim vyhovuje. Startupy na druhé straně fungují s velkou flexibilitou a je pravděpodobnější, že budou pracovat v pracovní dobu, na místě a způsobem, který vyhovuje zákazníkům.
Break the wall:	V odvětví FinTech existuje příliš mnoho konkurentů s podobnými službami, ale oni dokázali, že bez ohledu na to, podnikatel může vytvořit alternativní služby a získat z ní profit. Nejde o to, jak velká je tato společnost ve srovnání s ostatními, ale o to, jak ji představí zákazníkům.

Zdroj: Vlastní zpracování

3.2 Rossum

Umělá inteligence společnosti Rossum rozumí složitým strukturovaným dokumentům a umožňuje společností efektivně a s přesností na úrovni člověka zachytit data z finančních dokumentů. Na rozdíl od stávajících řešení pro dolování textu Rossum odráží jedinečný a hluboký způsob neurální sítě, jakým lidé čtou dokumenty. To eliminuje potřebu nákladné manuální implementace, která mění hry v oboru sběru dat.

Tabulka 7: Profil společnosti Rossum

Zakladatele:	Petr Baudis
Stanovena:	Leden, 2017
Celkové financování:	\$4,4 milionů
Odvětví:	Software, FinTech, Artificial intelligence
Umístění:	London, Velká Británie
Produkty:	Přijímat dokumenty, Rozumět dokumentům
Hlavní technologie:	Umělá inteligence, Viewport Meta, SPF
Počet vedoucích zaměstnanců:	3 zaměstnanců
Webová stránka:	Rossum.ai
Pozoruhodné úspěchy:	- Spolupráce více než 60 společností - Nejspokojenější zákazníci - Jeden z Fortune 500 2019 roku - Nejrychlejší růst v tříleté historii - Ušetření 360 milionů stisknutí kláves - Great User Experience Award

Vypracováno dle Crunchbase.com

Historie

V roce 2017 vyvinuli tři doktorandi umělou inteligenci z Fakulty elektrotechnické ČVUT technologii, která dokáže naučit počítače číst dokumenty tak, jak to dělají lidé. Rossum (název pochází od hry českého spisovatele Karla Čapka „Rossumovi univerzální roboti“), kterou postavili Tomáš Gogár, Petr Baudiš a Tomáš Tunys, je schopen extrahovat data šestkrát rychleji než lidská frekvence. Jen v loňském roce se jí podařilo zachránit společnosti napříč odvětvími více než miliardu úhozů, což odpovídá 150 let lidské práce. Společnost dnes automatizuje dokumentovou komunikaci pro zákazníky na pěti kontinentech a seznam klientů, který zahrnuje

společnosti Siemens, Bosch, Cushman & Wakefield, Veolia a v České republice Alza, Kofola a Mattoni (Elizabeth Zahradnicek-Haas).

Konkurence

Podle g2.com existuje více než 20 podobných aplikací a platforem jako Laserfiche nebo Amazon Textract, které jsou alternativami k Rossum. Rossum se liší od ostatních platforem, protože umožňuje uživatelům vyzkoušet si ji zdarma, což přitahuje více klientů ve srovnání s jinými platformami, jako je Amazon Textract. Kromě toho má různé způsoby extrakce a přesnost až 98 %. Oproti konkurenci Rossum přiláká uživatele svými různými typy slev a cashbackem až 20 %.

Hlavní výhody Rossum jsou ty, že pomáhá šetřit čas, podporuje přesnost datových záznamů, zvyšuje produktivitu a efektivitu, snižuje náklady, zvyšuje spolupráci záznamů a úkolů. Zde je přehled:

Tabulka 8: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Rossum

Konkurenční výhody:	Potenciální nevýhody:
Time-Saving: Kognitivní sběr dat výrazně snižuje čas strávený zpracováním faktury. Automatizace umožňuje společnosti drasticky zkrátit čas ručního zpracování jedné faktury ze 3 minut na 30 sekund. Lze tedy zpracovat šestnásobný počet dokumentů současně, což ponechává více času na úkoly s vyšší prioritou, což znamená šestkrát rychleji než u lidí. Tato technologie je navíc samoučící se a nevyžaduje žádnou konfiguraci rozložení, pravidla ani šablony. To ve fázi implementace ušetří velké úsilí a díky cloudové technologii je zavedení možné ve stejný den.	Bariéry: Jedním z hlavních důvodů je, že Rossum může pracovat pouze na latince. Což znamená, že lidé s jiným jazykem, jako je cyrilice nebo čínština, s ním nemohou pracovat. I když po celém světě je mnohem více dokumentů anglicky než v jiném jazyce, existuje tisíce společností v Rusku nebo v Číně, které mohou používat jejich software.
Přesnost: Automatizace vede k přesnějším a rychlejším výsledkům ve srovnání s lidmi za stejných podmínek. S rozvojem AI, která neustále shromažďuje informace a opravuje se, se učí zefektivňovat a omezuje běžné lidské chyby. Kognitivní sběr dat je nyní schopen dosáhnout až 98%	Multifunkčnost: Rossum analyzuje faktury a strukturované dokumenty, jako jsou stvrzenky a přepravní dokumenty. Pokud chcete systém, který zaměstnancům umožňuje sledovat čas nebo sledovat jiné obchodní výdaje, možná budete potřebovat komplexnější software.

přesnosti. Díky tomu mohou uživatelé platit více faktur s vyšší přesností a včas. Pokud jde o automatizaci faktur, čím více faktur bude zpracováno, tím přesnější bude technologie. Tato schopnost neustále se zlepšovat se nazývá „efekt datové sítě“.	
Produktivita: Díky kognitivnímu sběru dat je možné provádět stejné úkoly, ale za kratší dobu a se sníženými chybami. To znamená méně dvojitě kontroly a opakovaných úkolů, což vede k vyšší efektivitě a produktivitě. Na základě naší uživatelské studie to může vést k 97% snížení úhozů a dalších manuálních akcí od analytiků a specialistů na zpracování dat. Obchodní procesy budou zefektivněny, což povede k menšímu zaměření na zdoluhavou manuální práci.	Nedostupnost: Poslední nevýhodou je, že software je k dispozici pouze na webových stránkách společnosti Rossum, což znamená, že potenciální klienti a uživatelé této aplikace nemohou používat mobilní verzi pro iOS nebo Android.
Snižování nákladů: Protože není třeba konfigurovat pravidla nebo šablony (ve srovnání s alternativy, jako je OCR podle šablony), náklady na implementaci a následně se celkové náklady na práci a provoz výrazně sníží.	
Lepší řízení procesů: Zpracování faktur na základě umělé inteligence pomáhá vyhnout se pozdním platbám. Odstraněním lidské chyby z procesu nebude zapomenuta žádná faktura. Žádné pokuty za opožděné platby, žádné zběsilé telefonní hovory od dodavatelů a žádné spěšné faktury.	

Zdroj: Vlastní zpracování

Data jsou nejdůležitějším zdrojem našeho života, který můžeme potkávat všude kolem nás. Ať už v práci nebo v každodenním životě. Moderní technologie nám umožňují analyzovat různé typy dat rychleji a efektivněji. Takový startup jako Rossum, který používá umělou inteligenci, pomáhá lidem ušetřit čas a dosáhnout nejlepších výsledků s minimálním rizikem. K významným konkurenčním výhodám startupu Rossum patří

přesnost, které dosahuje až do 98 % a lepší řízení procesů které je postaveno na umělé inteligenci. Hlavní potenciální nevýhodou jsou bariéry a to je omezená jazyková příležitost, což znamená, že tento software nepodporuje ostatní jazyky kromě latinského.

Financování Rossum

Níže uvedená tabulka zahrnuje všechny transakce, které Rossum od roku 2017 do roku 2019 získal. Tabulka obsahuje i jména hlavních investorů, typy financování a jejich částky.

Tabulka 9: Financování Rossum

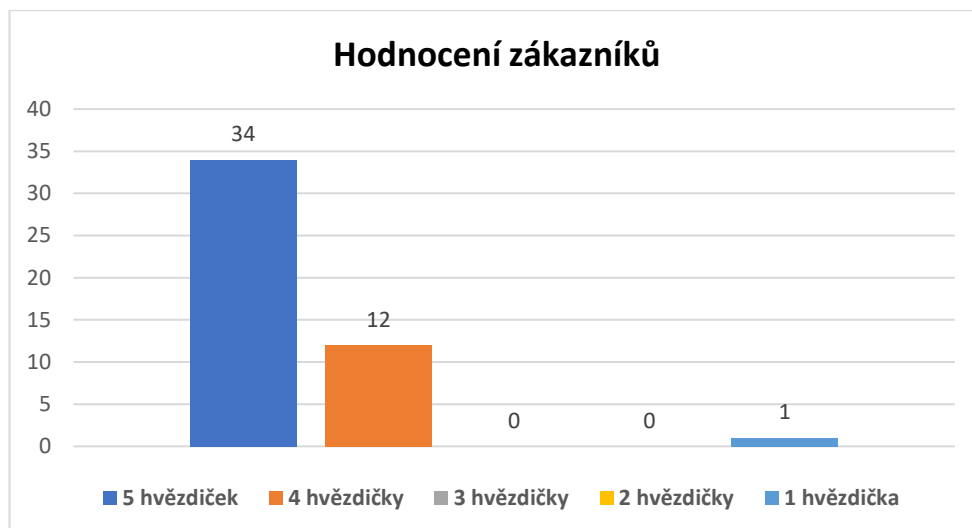
Datům	Název transakce	Číslo investorů	Získané peníze	Vedoucí investoři
22. února, 2017	Seed Round	2 investoři	\$250 tisíc	MITON
7. března, 2018	Seed Round	2 investoři	\$750 tisíc	MITON
22. listopadu, 2019	Seed Round	6 investorů	£3,1 milionů	LocalGlobe

Vypracováno dle Crunchbase.com

Podle tabulky se dá říci, že všechna financování byla jako Seed Round. Celkem číslo investorů vzrostlo o 8 a poslední transakce byla největší z doby vzniku a financování činilo £3.1 milionů od LocalGlobe. Celkové financování Paysend činí \$4,4 milionů.

Spokojenost zákazníků

Dle G2.com má jedno z nejvyšších hodnocení spokojenosti 4,4 body z 5. Rossum získal z tohoto webu několik ocenění včetně „Vysoký výkon“ a „Leader zima 2021“. Jelikož Rossum je jako společnost nová, není o tomto softwaru příliš mnoho recenzí. Na této straně je pouze 47 recenzí a níže můžete vidět, jak lidé reagují na tento startup.

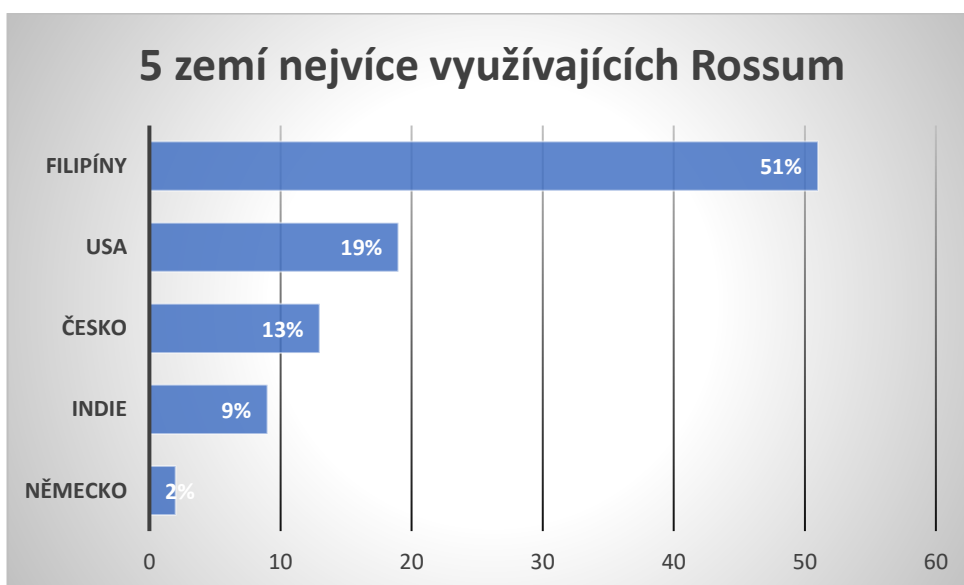


Graf 5: Hodnocení zákazníků Rossum

Vypracováno dle Crunchbase.com

Analýza Rossum

Shrneme-li to celkově, v Rossum je k dispozici 43 technologií. Rossum měl za posledních 30 dní s měsíčními návštěvami téměř 29,584 uživatelů. Podle Crunchbase počet aktivních uživatelů Rossum za poslední měsíc vzrostl až na 9,35 %. Pro začínající společnost, která začala podnikat v roce 2017 jsou to skvělé výsledky. Během 4 let tento startup získal velkou pozornost investorů i zákazníků. Podle databáze Crunchbase bylo shromážděno top 5 zemí, které nejvíce používají Rossum za poslední měsíc.



Graf 6: 5 zemí nejvíce využívajících Rossum

Vypracováno dle Crunchbase.com

Potenciální rizika

Z teoretické části, kde bylo zmíněno 10 hlavních důvodů selhání startupů, byly vybrány 3 varianty možného rizika selhání, i když je velmi malá pravděpodobnost, že nastanou. Jelikož Rossum je nový úspěšný startup s výborným softwarem.

Tabulka 10: Potenciální rizika Rossum

Nepotřebnost v trhu:	První potenciální riziko může být z kategorie nepotřebnost v trhu. Existuje spousta obřích společností, které jsou starší a zkušenější. Například jako FineReader nebo Amazon Extract. Se svými obrovskými prostředky mohou přilákat více potenciálních zákazníků. Díky svým vlajkovým jménům budou mít větší důvěru ve své produkty než u ostatních nových startupů.
Odstoupit ze soutěže:	Druhé potenciální riziko může být z kategorie odstoupit ze soutěže. Známe spoustu případů, kdy velké společnosti kupují malé podniky a startupy. Obvykle nabízejí opravdu dobré peníze, takže startupům to nevádí a mohou je prodat za opravdu dobrou cenu a začít dělat podobný software.
Vyčerpat peníze:	Třetí potenciální riziko může vzniknout z kategorie vyčerpat peníze. K podpoře tohoto druhu softwaru jsou potřební pracovníci IT, kteří neustále aktualizují software a uměnou inteligenci. Potřebují tedy více pracovníků IT a pracovníků podpory služeb. Všechno vyžaduje peníze, aby se to udrželo. Pokud nejsou finančně zdraví, mohly by dojít k úpadku. Je však téměř nemožné, aby se to stalo.

Zdroj: Vlastní zpracování

Přínosy

Rossum dokázal, že v moderním světě budování technologických startupů není nijak omezeno. Právě začínající vývojáři z ČVUT mohli vytvořit tak dobře propracovaný software, který je na stejné úrovni jako Amazon Textract. Dobrým příkladem, který může mladým podnikatelům skutečně pomoci pochopit přínos a roli startupů v zemi a její ekonomice je velká recese, která zasáhla USA. Americké ekonomice se podařilo získat zpět všechna pracovní místa, která byla během hospodářského úpadku ztracena, a to díky pracovním místům vytvořených novými společnostmi. Předpokládá se, že 95 % všech společností v USA jsou podniky s méně než 50- ti zaměstnanci, což z nich dělá významně důležitou složku pro ekonomickou sílu země.

Tabulka 11: Přínosy Rossum

Build reputation:	Pro mladé startupy je opravdu důležité vybudovat si reputaci, aby přilákaly nové partnery a nové investory. Vytvořením takového dobrého softwaru s umělou inteligencí by je určitě mohli přilákat, což je obrovská výhoda. Jednou v budoucnu vývojáři vytvoří další software, nebudou muset od začátku hledat investory. Investoři již budou důvěřovat společností.
Technologie:	Technologie má důležité účinky na obchodní operace. Bez ohledu na velikost vašeho podniku má technologie hmatatelné i nehmotné výhody, které pomohou vydělat peníze a dosáhnout výsledků, které zákazníci požadují. Technologická infrastruktura ovlivňuje kulturu, efektivitu a vztahy v podnikání. Ovlivňuje také bezpečnost důvěrných informací a obchodní výhody.
Ready-to-sale:	Pro takové úspěšné mladé startupy existují tisíce nabídek, které jsou velké společnosti ochotny koupit. To se například stalo u PayPal, Instagram nebo Whatsapp. Vývojáři mohou kdykoli prodat své startupy a začít něco znovu. Nebo obrovské společnosti si může tento software koupit a integrovat do svého hlavního obchodního modelu jako Amazon nebo Tesla.

Zdroj: Vlastní zpracování

3.3 Clubhouse

Clubhouse – „Drop-in audio chat“ je sociální aplikace, která uživatelům umožňuje připojit se ke skupinovým chatům. Popisuje se jako prostor pro příležitostné audio rozhovory s přáteli a dalšími lidmi z celého světa. Uživatelům umožňuje kdykoliv online chatovat s lidmi, které sledují či se připojit pouze jako posluchač. V posledních několika měsících začalo tuto aplikaci používat spousta slavných a bohatých lidí, jako jsou Oprah, Mark Zuckerberg nebo dokonce Elon Musk. To je jeden z hlavních důvodů, proč se tato sociální síť v krátkém čase stala tak známou.

Tabulka 12: Profil společnosti Clubhouse

Zakladatele:	Paul Davison, Rohan Seth
Stanovena:	Březen, 2020
Celkové financování:	\$110 milionů
Odvětví:	Software, Sociální, Zprávy, Aplikace
Umístění:	Bay Area, Kalifornie
Produkty:	Rooms, Clubs, Events, Payments
Hlavní technologie:	Mobile Compatible, Viewport Meta, SPF
Počet vedoucích zaměstnanců:	9 zaměstnanců
Webová stránka:	Clubhouse.com
Pozoruhodné úspěchy:	- 10 milionů aktivní uživatelé týdně - Spolupráce s více než 180 organizací - Unicorn³ startup - Nejrychlejší růst oproti konkurenci - #16 v App Store v kategorii „sociální sítě“ - Unikátní a inovativní platforma

Vypracováno dle Crunchbase.com

Historie

Do roku 2020 nikdo ani nevěděl co to Clubhouse je a audio chat byl jen obyčejný záznam ve WhatsAppu. Sociální síť Clubhouse byla spouštěna v dubnu 2020 a prvními vývojáři sociální sítě byli programátoři Roen Seth a Paul Davison, kteří studovali na Stanford University. První beta verze byla dostupná pouze pro uživatele iOS Apple. Během pandemie Covid-19 Clubhouse získal velkou popularitu. V prosinci 2020 měl Clubhouse 600,000 registrovaných uživatelů. Důvodem proč lidé

³ Unicorn – Soukromá startupová společnost v hodnotě přes 1 miliardu dolarů

začali hodně mluvit o aplikaci je, že aplikace byla přístupná pouze na pozvání. Od začátku tohoto roku vývojáři oznámili, že aplikace bude brzo dostupná pro uživatele Android.

Konkurence

Pokud se jedná o tento startup, je to opravdu „novinka projektu“ a „unikátní podnikatelský plán“. Ostatní dva předchozí startupy, jsou spíše z kategorie „Úspěšná kopie“. Clubhouse totiž představil audio chat zcela novým způsobem, který do té doby neexistoval. Po úspěšném spuštění této aplikace chtěl Twitter koupit projekt za cenu 4 miliardy dolarů. Clubhouse však na tuto nabídku přímo nereagoval.

Clubhouse přinesl nový způsob komunikace, proto se liší od jakékoli jiné sociální sítě. Obvykle nově vytvářené sociální sítě spolupracují pro přilákání uživatelů s celebrity. Příkladem může být sociální síť TikTok. Clubhouse byl ale tak nadšený a jedinečný, že ho celebrity začaly propagovat zdarma. Zde je přehled výhod a nevýhod Clubhouse:

Tabulka 13: Konkurenční výhody a potenciální nevýhody Clubhouse

Konkurenční výhody:	Potenciální nevýhody:
Jiný pohled: Na rozdíl od většiny sociálních platform, sledovatelé se v Clubhouse liší. Když někdo, koho sledujete, vyskočí na pódium, aplikace vás upozorní jednoduchým, ale přesvědčivým způsobem – i když je váš telefon uzamčen. Pokud kliknete na oznámení, okamžitě se připojíte k místnosti jako pasivní posluchač.	Z očí do očí: To by mohl být problém pro introverty. Jak víme, někteří lidé používají sociální sítě k věcem, které v reálném životě dělat nemohou. Například mluvit o vážných věcech z očí do očí. Pro ně je snazší a lepší psát na sociální sítě prostřednictvím messengeru nebo direct. Ale tady musíte mluvit a vyjádřit své nápady přímo jim svým hlasem.
Žádné kamery a ztráta času: Velkou věcí, která lidem brání v přijetí živého videa, je zapnutí kamery. S touto živou zvukovou aplikací je tato bariéra zcela odstraněna. Váš avatar je vše, co potřebujete. To znamená, že bez ohledu na to, jak vypadáte, se můžete ke konverzaci připojit.	Live: Pokud jde o audio chat, vše bude živé vysílání. Nelze jej zastavit ani zaznamenat. Nemůžete nahrávat konverzace a pokud to zkusíte, obdržíte varování o zákazu. Proto je vše pouze v živém režimu. Nyní mnoho uživatelů Clubhouse stráví v aplikaci více hodin týdně a nemůže ji zastavit, protože se bojí, že jim něco zajímavého unikne.
Business connection: Vzhledem k tomu, že velká část této platformy je spojena s hlasem, je to účinný způsob, jak navázat obchodní kontakty. Stejně jako konverzace na chodbě, které se	Nedostupnost: Jelikož Clubhouse funguje na beta testu, lidé z notebooků nebo PC se nemohou přihlásit a potřebují Android nebo iPhone. Navíc musíte být pozváni někým, kdo tam již má účet.

konají na konferencích, se v Clubhouse děje totéž. Lidé si místo výměny karet prohlédnou váš účet Instagram nebo Twitter a konverzace se odehrávají tam.	V případě, že se k němu nemůžete přihlásit. Chápu, že je to dočasné, ale prozatím je to nevýhoda.
Reální lidská ujednání: Hledáte někoho, s kým si můžete povídat? Přejete si, abyste mohli zaslechnout lidi, kteří mluví o zajímavých tématech? Klubovna otevírá malé skupinové diskuse na širokou škálu témat. Není neobvyklé, že se lidé podělili o své neúspěchy spolu s jejich úspěchy.	Jazyková bariéra: Mnoho neanglicky mluvících uživatelů může čelit problému jako jazykové bariéře, tj. 93 procent uživatelů pochází z anglicky mluvících zemí, což znamená, že hlavní obsah je v angličtině. Aktivní využívání této sítě vyžaduje znalost angličtiny alespoň na střední úrovni.
Otestujte své nápady: Tato platforma poskytuje skvělou příležitost pro crowdsourcing obsahu. Ale také vám umožní prozkoumat vyjadřování v nových oblastech.	

Zdroj: Vlastní zpracování

V poslední době se na internetu objevil startup, nová sociální síť, která mezi uživateli internetu způsobila bouři emocí a dojmů. S pomocí takových unikátních funkcí jako audio chat přilákal spoustu uživatelů z celého světa. Dle konkurenčních výhod existuje takové možnosti jako business connection s pomocí konference a konverzace. Otestujte své nápady, tato funkce umožňuje realizovat vlastní nápady při pomoci a podpoře uživatelů této sítě. Co se týče potenciálních nevýhod, nejvýznamnější jsou live, protože je nelze zastavit ani zaznamenat konverzace a nedostupnost, jelikož sociální síť Clubhouse podporuje pouze systémy Android a iOS. Z tohoto důvodu se mnoho potenciálních uživatelů nemůže zaregistrovat a používat tuto síť přes notebook nebo počítač.

Financování Clubhouse

Níže uvedená tabulka zahrnuje všechny transakce, které Clubhouse od roku 2016 do roku 2021 získal. Tabulka obsahuje i jména hlavních investorů, typu financování a jejich částky.

Tabulka 14: Financování Clubhouse

Datům	Název transakce	Číslo investorů	Získané peníze	Vedoucí investoři
15. května, 2020	Series A	1 investor	\$10 milionů	Andreessen Horowitz
21. ledna, 2021	Series B	1 investor	\$100 milionů	Andreessen Horowitz
18. dubna, 2021	Series C	5 investořů	-	Andreessen Horowitz

Vypracováno dle Crunchbase.com

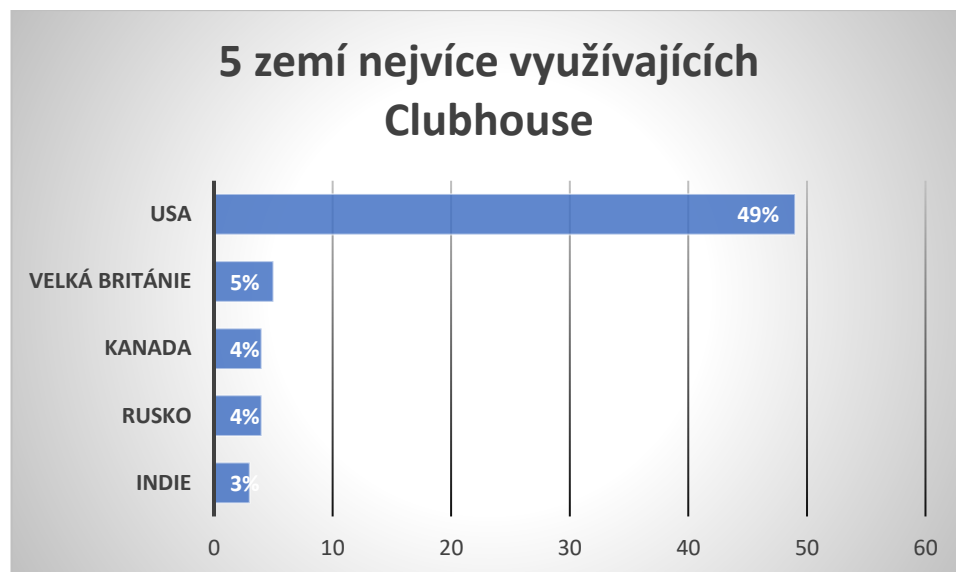
Podle tabulky jde o tři hlavní transakce. Nejvyšší financování pochází od investora Andreessena Horowitze, který provedl transakci 21. ledna 2021 a to ve výši přes \$100 milionů. Dohromady bylo 8 investorů.

Spokojenost zákazníků

Clubhouse má podle App Store opravdu dobrou recenzi. Celkově bylo 563 395 hodnocení a má 4,8 z 5 bodů. Pomocí aplikace App Store byly analyzovány recenze od uživatelů, kteří si tuto aplikaci skutečně stáhli a používali. Pro srovnání v App Store má jedna ze slavných platform Twitter 4,7 z 5 bodů. Pokud to porovnáme s Facebookem, který má 2,3 z 5, tak jsou uživatelé Clubhouse s touto aplikací opravdu spokojeni.

Analýza Clubhouse

Shrňme-li to celkově, v Clubhouse je k dispozici celkem 8 produktů. Clubhouse měl za posledních 30 dní s měsíčními návštěvami téměř 1,804,299 uživatelů. Ale podle Crunchbase počet aktivních uživatelů Clubhouse za poslední měsíc poklesl až o -8,53 %. I přesto lze konstatovat, že pro začínající společnosti se jedná o skvělé výsledky. Během jednoho roku tento startup dosáhl velmi mnoho pozornost investorů a uživatelů. Podle databáze bylo shromážděno top 5 zemí, které se nejvíce používají Clubhouse za poslední měsíc.



Graf 7: 5 zemí nejvíce využívajících Clubhouse

Vypracováno dle Crunchbase.com

Potenciální rizika

V této části jsou zachycena skutečná rizika, která by mohla vést k bankrotu Clubhouse, protože se jedná o nový jednoroční startup a roste velmi rychle, takže ve skutečnosti jsou vývojáři v této oblasti začátečníci a bez zkušeností.

Tabulka 15: Potenciální rizika Clubhouse

Konkurence:	První potenciální riziko může být z kategorie konkurence. Jak víme, cokoli s dobrou technologií a inovativními způsoby bude zkopírováno jinými platformami nebo sociálními sítěmi. Twitter a Facebook poté, co viděli, jak Clubhouse úspěšně spustil svou první beta aplikaci a že klienti jsou nadšení, začali technologii kopírovat a brzy bude dostupná i na jejich platformě.
Nedostatek zájmu:	Druhé potenciální riziko může být z nedostatek zájmu. Jak bylo zmíněno podle Crunchbase, měsíční návštěvy klesly téměř - 10 %, což je obrovské číslo. Všechno, co se stává tak rychle slavným, může také rychle zemřít. Takové nové startupy založené na digitálních technologiích mohou být velmi nestabilní. Pro investory je tedy velmi riskantní do tohoto typu společnosti vkládat své peníze.

Zdroj: Vlastní zpracování

Přínosy

Jak již bylo zmíněno dříve, Clubhouse je pouze jednoroční startupová společnost. Však dokázali, že rychle rostou a mohou přilákat investory. Clubhouse byl oceněn na 4 miliardy dolarů a uživatelé vzrostli z 0,2 milionu na 10 milionů za pět měsíců. Takové startupy mají tajnou zbraň – jsou ve své podstatě inovativní, jsou agilní a

adaptivní. To jim dává výhodu oproti přísnějším strukturám převládajícím ve větších korporacích.

Tabulka 16: Přínosy Clubhouse

Objevování nových věcí:	Jako zakladatel nebo vývojář startupových společností se mohli naučit a objevit spoustu věcí. Věcí jako jak funguje podnikání, jak reagují zákazníci na nový produkt nebo službu nebo jak najít nové a správné lidi, se kterými mohou vybudovat silnější podnik.
Podniková kultura:	Zaměstnanci velkých korporací jsou přitahováni a udržováni prestiží a vysokými platy. Snadno ztratí ze zřetele vizi, poslání a hodnoty společnosti a úspěch jejích zákazníků. Začínající zaměstnanci na druhé straně tvoří uzavřenou komunitu, která sdílí vášně, víru a hodnoty.

Zdroj: Vlastní zpracování

4 SHRNUÍ VÝSLEDKŮ A NÁVRHY A DOPORUČENÍ

V závěru této práce byly shrnuty a porovnány výsledky analýzy tří startup případů a formulovány návrhy ke zlepšení kvality služeb nebo konečného produktu, pro dosažení více potenciálních zákazníků a rozšíření segmentace za účelem maximalizace zisku.

Tabulka 17: Stručné porovnání

Název startupů	Druhy startupů	Odlišnost projektů	Volba cesty	Proces vývoje	Financování
Paysend	Klasické projekty	Unikátní podnikatelský nápad	Agresivní mimozemšťan	Opened beta	Seed money
Rossum	Klasické projekty	Minimální počáteční náklady	Úspěšná kopie	Opened beta	Seed money
Clubhouse	Inovativní projekty	Novinka projektu	Tmavý kůň	Opened beta	Seed money

Zdroj: Vlastní zpracování

Údaje, uvedené v tabulce č.17 zahrnují důležité charakteristiky a stručný popis startupů. Startupy Paysend a Rossum patří do klasických projektů, jejich základem jsou jednoduché nápady. Clubhouse je inovativním projektem založeným na novém objevu. Co se týče volby cesty, u každého startupu je jiná. Paysend vybral agresivní mimozemšťan, Rossum úspěšná kopie a Clubhouse tmavý kůň. Uvedené startupy už jsou dostupné pro konečného spotřebitele, což znamená, že proces vývoje je ve fázi opened beta. Všechny projekty byly financovány tzv. způsobem seed money což znamená, investice do projektů byly vloženy jak zakladatelem daného projektu, tak jinými soukromými společnostmi. V rámci analytické části byly identifikovány tři nejhlavnější rizika: Stejná rizika popisuje Zwilling ve svém článku od Business Insider (Zwilling, 2013). Ty jsou:

Konkurenční riziko – Vážně se zamyslete nad počtem a vlivem svých konkurentů. Pokud nemáte žádného, je to červený prapor (může to znamenat, že trh neexistuje), ale pokud jich je více než pár velkých, může to znamenat, že je tento prostor přeplněný. I v otevřeném prostoru potřebujete duševní vlastnictví, například patenty, aby vás potenciální konkurenti nepřeválcovali.

Finanční riziko – Jen málokterý podnik lze založit bez peněz. Od vás jako od zakladatele se očekává, že vložíte vlastní "kůži do hry". Podnikatelský plán by měl realisticky uvádět, kolik peněz bude potřeba k dosažení rentability a jak velká bude návratnost pro investory v prvním pětiletém časovém horizontu.

Riziko vstupu na trh – Volba nevhodné cenové, marketingové nebo distribuční strategie představuje velké potenciální riziko. Například mnoho nových sociálních webů prohlašuje, že budou nabízet bezplatné služby a žít z příjmů z reklamy (Zwilling, 2013).

Návrhy ke zlepšení

Každý úspěšný startup se potřebuje neustále zlepšovat, aby mohl přilákat co nejvíce uživatelů a maximalizovat zisk z projektu. Všechny uvedené projekty v této práci jsou úspěšné a mají dost uživatelů, ale stejně potřebují zdokonalovat slabší stránky. Po přezkoumání startupů v rámci analytické části byly navrženy následující změny a doporučení:

Paysend

Nevýhodou společnosti Paysend vychází z tabulky konkurenční výhody a potenciální nevýhody Paysend (tabulka č.3) a potenciální rizika (tabulka č.5). Pro překonání těchto nevýhod a rizik lze společnosti doporučit návrhy týkající se zlepšení marketingu a globální expanze.

Tabulka 18: Návrhy ke zlepšení Paysend

Služby	Návrhy
Marketing:	Rozšířit propagaci pomocí externích kanálů, například v rádiu nebo TV aby přilákali co nejvíce potenciálních zákazníků nejen ekonomicky aktivních ale i lidé v důchodovém věku.
Globální expanze:	Šíření dostupnosti a podpory aplikace a služby Paysend v různých zemích. Z hlediska spotřebitelské poptávky zvýšit konkurenceschopnost podobných služeb v těch zemích, ve kterých Paysend dosud neexistuje.

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro vybranou společnost byly navrženy dvě následující změny a doporučení na zlepšení kvality služeb. Tyto změny se týkají Marketingu a Globální expanze. Návrhy jsou důležitým bodem pro FinTech startupy jako je Paysend.

Rossum

Nevýhodou společnosti Rossum vychází z tabulky konkurenční výhody a potenciální nevýhody Rossum (tabulka č.8). Pro překonání těchto nevýhod lze společnosti doporučit návrhy týkající se rozšíření služeb a jazykové dostupnosti.

Tabulka 19: Návrhy ke zlepšení Rossum

Služby	Návrhy
Rozšíření služeb:	Funkcí jako online podpora 24/7, integrace cloud computing, podpora různých platforem např. Android, iOS nebo Mac nebo Convert to PDF.
Jazyková dostupnost:	Rozšíření integrovaných jazyků při práci se softwarem a podpora uživatelů z různých zemí.

Zdroj: Vlastní zpracování

Multifunkčnost jakéhokoli programu je nejdůležitějším bodem při pořízení softwaru pro firmy, a proto je návrh rozšíření služeb jeden z klíčových faktorů při práci se softwarem. Software Rossum používá jenom jazyky latinského původu čímž omezuje potenciální zákazníky z celého světa, kteří by měli zájem o tento software. Podle softwarového konzultanta WBPRO bylo řečeno: „Pochopte, co vaši konkrétní uživatelé hledají a kde a kdy budou váš produkt používat. Ujistěte se, že se váš software snadno integruje s ostatními nástroji, které používají“ (Bajaj, 2020).

Clubhouse

Nevýhodou společnosti Clubhouse vychází z tabulky konkurenční výhody a potenciální nevýhody Clubhouse (tabulka č.13). Pro překonání těchto nevýhod lze společnosti doporučit návrhy týkající se integrace a uložení dat.

Tabulka 20: Návrhy ke zlepšení Clubhouse

Služby	Návrhy
Integrace:	Integrace nejenom přes mobilní telefon nebo tablet, ale také s různými zařízeními jako stolní počítač a notebook.
Uložení dat:	Uložení vyslaných hlasových zpráv do systému, aby uživatel měl možnost pustit si je později. Tato služba může být zpoplatněna jako předplatné.

Zdroj: Vlastní zpracování

Podpora různých elektronických zařízení dává možnost zvýšit počet uživatelů dané sociální sítě a udělat to více atraktivní a zajímavé. Vzhledem k tomu, že aplikace Clubhouse umožňuje poslouchat zprávy pouze online, ale mnoho uživatelů z různých důvodů nemají možnost online přehrávání, byl by návrh s ukládáním dat skvělou příležitostí. Tato funkce může být užitečná jak pro uživatele, tak i pro společnost Clubhouse.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo prozkoumat a identifikovat rizika a přínosy založení vlastního podnikání ve formě startupu. Startupy jsou určeny k řešení problémů a výzev, které časem umožní technologický pokrok. Tradiční přístup k podnikání a jeho rozvoj je dnes v mnoha odvětvích ekonomiky zastaralý. Proto se startupy v poslední době staly součástí naší ekonomiky a firmy začaly věnovat startupům, jejich přínosům a rizikům zvláštní pozornost. Pro splnění definovaného cíle, na začátku bylo nutné popsat základy podnikání, tedy pojetí podnikání, typy podnikání a podnikatelský plán. Následující kapitola se věnuje vymezení startupu, jeho druhům a čím se odlišuje startup od běžných podnikání a jaké druhy existují. U každého startupu je důležité znát proces vývoje startupu podnikání, proto bylo popsáno šest fází vývoje.

V rámci teoretické části bylo důležité popsat financování startupů se zaměřením na ty nejpopulárnější zdroje financování při spuštění. Bylo popsáno, jaké problémy se často objevují u startupů z pohledu krátkodobé obtížnosti a jakých výsledků může dosáhnout v dlouhodobém horizontu. Z metody The lean startup bylo popsáno 5 důležitých principů. Teoretická část se dále zabývá identifikací a analýzou neúspěšných startupů.

Analytická část práce měla za cíl analyzovat a identifikovat rizika a přínosy konkrétních vybraných startupů a prozkoumat jejich vznik a historii. Po představení byly u vybraných startupů určeny jejich specifika, kterými se liší od ostatních. Dále byla pozornost věnovaná identifikaci konkurenční výhody i potenciálním nevýhodám. Stručně byly popsány typy jejich financování, včetně výše investic a hlavních investorů. Jako první startup byl analyzován Paysend, který se zaměřuje na finanční služby a byl vyvinut v odvětví FinTech. Jako druhý byl vybrán český startup Rossum, který s pomocí umělé inteligence zpracovává složité finanční transakce a převod všech dokumentů. Jako poslední startup byl vybrán startup z oblasti sociálních médií Clubhouse, který se stal úspěšným za velmi krátké období. Za pouhý rok, se mu podařilo dosáhnout statusu Unicorn. Byly identifikovány nejvýznamnější rizika pro startupy, a to konkurenční riziko, finanční riziko, riziko vstupu na trh.

V poslední části byly shrnuty získané výsledky, identifikovaná rizika a přínosy vybraných startupů byly porovnány s teoretickým základem a byly vymezeny návrhy ke zlepšení startupů. Tyto tři startupy jsou velmi úspěšné a ubírají se tím správným směrem. Formulované návrhy by jim však mohly ještě více pomoci ke zkvalitnění produktů a služeb, a tedy udržení konkurenční výhody, by jim ale mohly pomoci ještě více zkvalitnit jejich produkty a služby, s čímž se pojí i získání více potenciálních zákazníků a maximalizace zisku.

SEZNAM LITERATURY

AZARENKO, Natali. *What's Startup*. In: www.unisender.com [online]. [cit. 2019-27-07]. Dostupné z: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/cto-takoe-startap/>.

BAJAJ, Komal. *Tips and Tricks on Developing software for Startups*. [online]. [cit. 25.05.2020]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/tips-tricks-developing-software-startups-komal-bajaj>.

CB Insights. In www.wikipedia.com [online]. [cit. 2021-7-05]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/CB_Insights.

Clubhouse app. In www.wikipedia.org [online]. [cit. 12.06.2021]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Clubhouse_\(app\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Clubhouse_(app)).

HAAS, Elizabeth. *Rossum AI*. In www.expats.cz [online]. [cit. 12.04.2021]. Dostupné z: <https://www.expats.cz/czech-news/article/rossum-aims-to-put-czech-republic-on-global-startup-map>.

HAYES, Adam. *Entrepreneur*. In www.investopedia.com [online]. [cit. 2021-26-03]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp>.

KENTON, Will. *Lean Startup*. In www.investopedia.com [online]. [cit. 2019-06-11]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/l/lean-startup.asp>.

MALACH, Antonín. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada publishing. 2005. ISBN 80-247-0906-6.

Money for the future. In www.paysend.com [online]. [cit. 13.06.2021]. Dostupné z: <https://paysend.com/en-cz/about>.

NIELSEN, Nikolaj. *The Startup Funding Book*. Værløse: NHN Ventures APS, 2017. ISBN 978-87-999-90207.

NOVOA, Jaime. *Understanding differences in startup financing stages*. In www.startupxplore.com [online]. [cit. 01.01.2016]. Dostupné z: <https://startupxplore.com/en/blog/types-startup-investing/>.

RIES, Eric. *Startup jako princip podnikání*. Praha: Management Press, 2019. ISBN 978-80-7261-7261-573-5.

RIES, Eric. *The Lean Startup*. United States: Crown Business. 2011. 978-0-307-88791-7.

Rossum reflects on the past year. In www.rossum.ai [cit. 23.01.2020]. Dostupné z: <https://rossum.ai/blog/rossum-reflects-on-the-past-year/>.

SIMONS, Willy. *7 Advantages and Disadvantages of Startups*. In www.linkedin.com [online]. [cit. 2017.20.02]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/7-competitive-advantages-startups-willy-simons>.

SMEJKAL, Vladimír a RAIS, Karel. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3051-6.

SRPOVÁ, J.; ŘEHOŘ, V.; A KOL. *Základy podnikání. Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. 2011. ISBN 978-80-247-3339-5.

Startup report 2020. In www.startupreport.cz [online]. [cit. 12.12.2020]. Dostupné z: <https://www.startupreport.cz/>.

TABIS, John. *No Pain, No Gain in Startups*. In: www.entrepreneur.com [online]. [cit. 2015-23-10]. Dostupné z: <https://www.entrepreneur.com/article/250448>.

The Top 20 Reasons Startups Fail. In www.cbinsights.com [online]. [cit. 2016-06-10]. Dostupné z: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>.

TMEJOVÁ, Kristýna. *Startup roku 2019*. In www.forbes.cz [online]. [cit. 2019-20-07]. Dostupné z: <https://forbes.cz/startup-roku-2019-kiwi-spadlo-z-trunu-novym-kralem-je-productboard/>.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

ZWILLING, Martin. *10 Key Risk Factors to Minimize for Startup Success*. [online]. [cit. 28.05.2013]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/10-key-risk-factors-to-minimize-for-startup-success-2013-5>.