

STA_ RT _UP REP_ ORT 20_17 /2018

PERFECT
CROWD



KEIRETSU
FORUM

Powered by



Executive Summary – TOP zjištění z výzkumu

Co mají české startupy společného?

Startupové prostředí v České republice je považováno v kontextu globálního srovnání za poměrně mladé. O „čerstvosti“ tohoto způsobu podnikání u nás svědčí i naše data. Převažují společnosti v iniciálních fázích rozvoje, většina uvádí dobu své existence do tří let. Možná i proto většina startupů z výzkumu plánuje především krátkodobě. Nabízí se otázka, zda je to v důsledku charakteru tohoto segmentu a nebo malou zkušeností s dlouhodobým plánováním?



Jaký je demografický profil českého startupisty?

Bezdětný, vysokoškolsky vzdělaný muž kolem 30 let.



Co je považováno za klíčový rys startupu?

Na definici „co je to startup“ se jednotlivé oslovené cílové skupiny v podstatě shodují. Mělo by se jednat o společnost, která nabízí unikátní, škálovatelné řešení, které v ideálním případě „mění lidem životy“. Většina startupistů se takto také vnímá. Zajímavé je, že živnostníci, ačkoliv mají vyšší znalost termínu startup, jsou mnohem více blížící v názoru na určující charakteristiku startupu obecné populaci než startupistům.



Kdo zná termín „startup“ nejlépe?

Stále existuje významný podíl těch, kteří slovo „startup“ slyší poprvé - více než čtvrtina obecné populace vůbec nezná termín „startup“. Znalost pojmu startup je vyšší ve větších městech, u vzdělanější bezdětné části populace s vyšším příjmem. Informovanost je nejvyšší u mladších mužů. Ženy dokonce dvakrát častěji než muži neznají termín „startup“. Blízkost k podnikatelskému prostředí zvyšuje šanci, že bude člověk slovo startup znát.



Které firmy vnímá obecná populace jako startup?

Nejčastěji „nové“ firmy s výrazným PR bez ohledu na to, zda jsou obvykle považovány za startup (například Letgo, Uber, Zonky).

Zonky.

UBER

Executive Summary – TOP zjištění z výzkumu

Jak je vnímáno české podnikatelské prostředí?

Příjemným překvapením je převažující celkově optimistický pohled na české podnikatelské klima. Pozitivní vidění je ale přítomno pouze u startupistů, kteří jej nevidí tak „černě“. Ostatní skupiny účastníků se výzkumu (investoři, živnostníci, obecná populace) zaujmají spíše pesimističtější přístup, připomínající stále ještě charakteristický „český skepticismus“. Nejvýraznější kontrast je patrný mezi startupisty a drobnými živnostníky. Startupisté se snaží spíše hledat světlé stránky. Akcentovat to, co funguje. Vidět to, v čem čeští podnikatelé vynikají. Častěji vidí české podnikatelské prostředí jako inovativní a inspirativní. Živnostníci naopak jako korupční a chudé na finanční zdroje.



Jak hodnotí startupisté podporu ze strany státu?

Podle startupistů není dostatečná a je vnímána jako oblast, kde je velký prostor pro zlepšení. Tento pohled dokresluje například relativně vlažný zájem startupů o různé formy státních dotací - pouze třetina dotázaných startupistů se někdy obrátila se žádostí o finanční podporu na stát. Na druhou stranu pokud se startup rozhodne ucházet o státní podporu, má velkou šanci uspět – z těch, kteří žádost podali, byla nadpoloviční většina úspěšná.



Jak v ČR fungují jiné formy podpory – např. akcelérátory?

Ani akcelérátory nepatří mezi dominantní formy rozvoje podnikání. Hlavním důvodem je menší výskyt a obeznamenost s touto možností především mimo Prahu. Ti, co akcelérátory využili, jsou velmi spokojeni, tato forma podpory je tedy i do budoucna žádoucí.



Jak funguje spolupráce startupů s akademickou/výzkumnou sférou?

O tom, že spolupráce podnikatelské a výzkumné sféry není v Čechách již úplnou raritou, svědčí to, že třetina startupů spolupracuje s nějakou výzkumnou organizací. Čtvrtina startupů má ve svém týmu lidi s úvazkem na univerzitě či ve výzkumné instituci.

