

STA_ RT _UP REP_ ORT 20_17 /2018

PERFECT
CROWD



KEIRETSU
FORUM

Powered by



Hlavní partneři projektu



Obsah

Úvod

strana 5

Kontext a cíle

strana 7

Slovo partnerů

strana 9

Executive Summary – TOP zjištění z výzkumu

strana 22

Metodologie

strana 25

Profilace startupů

strana 30

Financování startupů

strana 60

Strategie startupů

strana 70

Problémy startupů

strana 90

Startupová scéna

strana 94

Startup a investor

strana 106

Hodnocení podnikatelského prostředí v ČR

strana 122

Hodnocení podpory startupů ze strany státu

strana 133

Startupy a výzkumné organizace

strana 137

Znalost termínu startup

strana 141

Vnímání startupu

strana 148

Startup jako zaměstnavatel

strana 160

Demografie startupistů

strana 163

Realizační tým

strana 171



**ÚV
_OD**

Úvod

Jedním z charakteristických rysů českého startupového prostředí je, že mu dlouhodobě chybí patřičná hloubková analýza. Studie, která by byla schopna nejen lidem z tohoto prostředí, ale i široké veřejnosti, poskytnout patřičný vhled do jejího působení, struktury a možností. Byl to především tento důvod a kvalitní příklady ze zahraničí, které nás - Keiretsu Forum, pobočku největší světové sítě andělských investorů a Perfect Crowd, výzkumnou agenturu s neotřelým přístupem a zkušenostmi s nelehkými zadáními - na jaře loňského roku svedly dohromady. Padl návrh spojit se, využít našich kontaktů, zkušeností a vše zohlednit ve vlastním projektu, který bude mít ambici odhalit více ze startupového světa, a zároveň získat pohled na tuto problematiku z vícero stran. Rozhodli jsme se vytvořit STARTUP REPORT, projekt nijak zvláštní a originální názvem, zato jedinečný rozsahem a hloubkou získaných zjištění. A to není vše. Ambicí

projektu se stává vytvoření seriálu, dlouhodobého porovnávání získaných dat a jejich srovnávání vždy s odstupem času. V květnu 2017 jsme spustili první rozhovory s investory a influencery, oslovili jsme partnery. Začala přípravná fáze.

Projektem chceme zahájit dlouhodobý výzkum, jehož účelem je kontinuálně mapovat vývoj startupového prostředí v České republice. Chceme jít více „pod povrch“ a kromě základních statistik popsat aktuální situaci v českém podnikatelském prostředí z více perspektiv. Jde nám nejen o popis stavu, ale také o větší pochopení myšlení startupů a investorů, stejně jako o zachycení pohledu veřejnosti a drobných podnikatelů. Smyslem START UP REPORTu je zviditelnovat různé úhly pohledů a to, kde se vzájemně potkávají a kde naopak rozcházejí. Výsledky výzkumu mohou přispět k dialogu, nabídnout náměty pro zlepšení

startupového či obecně podnikatelského prostředí nebo také ukázat, co funguje dobře.

Rádi bychom na úvod poděkovali všem, kteří přispěli k možnosti START UP REPORT realizovat. Společnostem, které projekt pomohly zafinancovat. Jednotlivým zástupcům startupů, investorům, podnikatelům a veřejnosti, kteří nám poskytli rozhovory. Celému realizačnímu týmu, který strávil mnoho hodin práce na tvorbě této finální podoby reportu. Studie je jedinečná právě kombinací pohledů výše zmíněných cílových skupin. Ke shromáždění všech datových podkladů bylo využito jak kvalitativního přístupu (individuální a skupinové diskuze), tak kvantitativního šetření (internetový panel). Data byla sbírána od prosince 2017 do ledna 2018. I přes poměrně značný rozsah studie nebylo možné všechna získaná data do materiálu zahrnout.



Petr Lemoch,
COO, a tým Keiretsu Forum CEE



Martin Boček, marketingový expert,
vedoucí výzkumu,
Perfect Crowd

Kontext a cíle

Na základě výsledků výzkumu lze jednoznačně říci, že startupové prostředí v České republice je poměrně mladé. Převažují společnosti v iniciálních fázích rozvoje, naprostá většina uvádí dobu své existence do tří let. Podnikatelské prostředí, dle vnímání jednotlivých cílových skupin, vytváří rovné podmínky pro všechny účastníky trhu a české prostředí je také vnímáno jako srovnatelné s okolními vyspělými evropskými státy. Rozdíl je pouze v tom, do jak velkého rizika se chce ten který subjekt odvážit. Obecně je startupové podnikání považováno za jedno z nejrizikovějších. Úspěch se „neodpouští“ a na úspěšné podnikatele veřejnost stále pohlíží jako na někoho, kdo se dopustil jistě něčeho „nekalého“. Neúspěch je naopak určitým „cejchem“, který se místo získané kvality v podobě ponaučení se z neúspěchu, spíše zakládá na skutečnosti, kterou je lepší skrývat. Česká ekonomika disponuje dostatečným množstvím

financí, které jsou ale v převažující míře investované do „konzervativních“ investičních příležitostí (nemovitosti, cenné papíry, zavedené společnosti). Investice do startupů je vnímána jako relativně velmi pracná a (velmi) riziková. Nestačí finanční prostředky do startupů vložit. Je zapotřebí se o tuto investici po celou dobu starat, se startupy aktivně pracovat a pomáhat jim. Je zajímavé uvést, že mnohé úspěšné startupy se snaží svůj úspěch „vrátit zpět“ a pomáhají mladému startupovému trhu formou svých vlastních „smart money“ investic. Investice do startupů je vždy kombinací důkladných byznys analýz a hlavně chemie mezi lidmi.

Všichni úspěšní investoři ale také přiznávají, že nezbytná je schopnost vycítit potenciál, jež musí být následován aktivní účastí. 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. Znalost pojmu startup je vyšší ve větších městech, u vzdělanější části populace a spíše u mladších mužů. Z výzkumu vyplývá, že přes dominanci Prahy je více než polovina startupů mimopražská. Výzkum mezi investory prokázal větší zájem o Prahu (větší koncentrace záměru potencionálních investic). Místní trh je velmi malý a podmínku rychlého a dostatečného růstu je možné zajistit pouze expanzí na zahraniční trhy. Společnosti jsou z pohledu zahraniční expanze velmi nezkušené a postrádají v této oblasti pomoc od obchodních partnerů (investorů). Dalším slabým místem startupů je nedostatečná právní ochrana podnikání. Nízká nezaměstnanost podporuje fakt nedostatku kvalitní pracovní síly.

Kontext a cíle

Obecně je zde ale převládající pocit, že kvalitního zaměstnance je v současné době velmi těžké sehnat. Nedostatečnou připravenost na podnikání či založení a provozování úspěšného startupu je zapotřebí „hledat“ již ve škole, při vzdělávání studentů. Škola a klasická rodina nepodporuje kreativitu, unikátnost, podnikavost, ale spíše vede k průměrnosti, jistotě a konzervatismu. Častou kritikou školství je nedostatečné mezioborové vzdělávání, které nezajišťuje schopnost obsáhnout více činností v rámci malých startupových týmů. „Odborníci“ postrádají byznysovou stránku v kombinaci s hlavním předmětem jejich podnikání. Schopnost startupů připravit kvalitní byznys plán a kvalitně se odprezentovat se v průběhu několika posledních let zlepšila, ale stále je na čem pracovat. Akcelerátory nepatří mezi dominantní formy rozvoje podnikání.

Hlavním důvodem je menší výskyt a obeznámenost s touto možností a to především mimo Prahu. Ti, jež akcelerátory využili, jsou velmi spokojeni, tato forma podpory je tedy i do budoucna žádoucí. Z výzkumu je evidentní, že startupy plánují především krátkodobě. Je to způsobené charakterem tohoto segmentu, ale také malou zkušeností s dlouhodobým plánováním. Startupisté jsou často zaslepeni svým nápadem a občas mají tendenci „opomíjet“ další praktické stránky podnikání. Větší míře ochoty jít do rizika založení startupu by pomohla důraznější medializace úspěšných podnikatelských příkladů, která je zároveň velmi důležitá i pro absorpci a pochopení problematiky ze strany širší laické veřejnosti. Subjekty, které chtějí navázat aktivní spolupráci se startupovým prostředím, by se měly naučit co nejvíce hovořit „jejich“ jazykem. Je důležité vzbudit oboustrannou důvěru. Externí potenciální partneři

by se měli pokusit identifikovat svoje vlastní inovační potřeby a následně využít vhodné startupy pro tyto pečlivě vydefinované podnikatelské směry. Vždy by se mělo jednat o oboustranně prospěšnou spolupráci a věříme, že i tento report posune pochopení startupové problematiky o krok dále a pomůže k dalšímu rozvoji českého startupového trhu.

SLO_ _VO PAR_ TN _ERŮ

Vaše důvody účasti
a očekávání od projektu

Co vám z výsledků
výzkumu přišlo zajímavé

Plány vaší společnosti z hlediska
startupové problematiky

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Keiretsu Forum se jako největší světová síť andělských investorů vždy snaží přinášet mezinárodní standardy a posouvat místní trhy dále. Startup Report je pro nás právě jedním z takových projektů - mapováním startupového a investorského ekosystému v celé jeho šíři a celistvosti.

” *Jsem velmi rád, že se do vytváření Reportu zapojila opravdu široká škála společností, startupistů, investorů, ale i dalších osobností, které nám pomohli svými názory a zkušenostmi vytvořit tuto ojedinělou studii. Za Keiretsu musím říci, že i když není české startupové prostředí zdaleka tak staré, je radost sledovat jeho rychlý rozvoj a přibývající úspěšné projekty, které jsou inspirací pro další a další inovátory. A to je přesně to, co Česko potřebuje.* **“**



Daniel Šenkýř
zakladatel a CEO,
Keiretsu Forum CEE

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Důvodem účasti v tomto projektu byla výjimečnost výzkumu české startupové scény, a to jak díky hloubce, tak rozsahu dotazování. Očekávali jsme odpovědi, které dostupné výzkumy v rámci českého trhu neměly k dispozici. A i když jsme věděli, že banky mají obecně u startupů nižší oblibu než investoři, těšili jsme se na výsledky.

” *Dle výsledků výzkumu vzniká velké množství startup konceptů na vysoké škole během studií či mezi kamarády. To koresponduje také s informací, že až 44 % zakladatelů startupů je ve věku 18-29 let. Komerční banka by proto měla investovat ještě více energie do spolupráce s vysokými školami a podchytit tak startupy v samotném počátku. Většina startupů navíc vyžaduje nabídku tzv. „smartmoney“, vidíme zde tedy příležitost ve vytvoření investičních balíčků, které poskytnou jak finanční podporu, tak kontakty.* **“**



Monika Drobná,
vedoucí řízení inovací,
Komerční banka

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” Komerční banka, jako banka s největším podílem na trhu korporátních klientů a podnikatelů, a jako banka s největším rozsahem služeb a produktů, se přirozeně zaměřuje i na podporu začínajících firem včetně startupů. Pro získání financování například nepotřebujeme finanční výkazy nebo úspěšnou několikaletou podnikatelskou historii. Stačí, pokud je podnikatelský plán kvalitní, životaschopný a dobře promyšlený. Samozřejmě hledáme i další způsoby, jak podpořit začínající podnikatele – od profesionálního poradenství až po poskytování zajímavých obchodních kontaktů. Do budoucna bychom chtěli v této oblasti využívat i umělou inteligenci. “



Patrice Begue,
ředitel Marketingu
Komerční banka

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Bylo zajímavé se jako korporace potkat se startupy v prostředí, kde jsme nebyli v pozici investora a „lovné zvěře“, a místo toho se v přátelském duchu vzájemně zasvětit do toho, jak fungujeme a co potřebujeme.

”

Překvapilo mě, kolik toho můžeme v podstatě hned startupům nabídnout, kromě peněz a přístupu k zákazníkům. Např. účetní a právní rady, pomoc s organizací, procesy, zkušenosti, kupní sílu, IT apod. A navíc, příběhy i trampoty startupů v jejich cestě za vysněnými cíli, energie a entuziasmus, jsou pro mě osobně vždy osvěžující a poučné. Máme se jeden od druhého co učit a věřím, že můžeme výborně spolupracovat. Stačí chtít a jednat narovinu.

“



František Vašek,

Senior Manager Innovations & Sales Business Development
innogy Energie, s.r.o.

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

České startupové prostředí je velmi dynamické a rychle se rozvíjí. Naším cílem v DLA Piper je tento rozvoj podpořit a umožnit výjimečným projektům progresivní růst. Jsme proto velice rádi, že jsme se na přípravě reportu a uveřejnění jeho výsledků mohli podílet.

”

Výsledky totiž jasně ukazují, že je zde prostor pro zlepšení komunikace a vnímání potřeb startupů v České republice. Odhalují také oblasti, na které je třeba se v budoucnosti zaměřit, abychom zajistili efektivní podmínky pro další růst. Rovněž je potřeba sjednotit vnímání této mladé oblasti podnikání s očekáváním investorů, a v neposlední řadě i s vnímáním veřejnosti. Věřím, že report přináší důležité informace, které přispějí k celkovému zlepšení podmínek pro české startupy v následujících letech.

“



Miroslav Dubovský,
Country Managing Partner, advokát
DLA Piper Prague LLP,
organizační složka

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Prostředí českých startupů je charakteristické hektičností, nedostatkem času a aktuálně i nouzí o kvalitní zaměstnance. Zatímco personální nouze se dnes týká v podstatě všech oborů napříč celou ekonomikou, nedostatek času, a tím i tendence k zanedbávání určitých administrativních úkonů, je typická právě pro startupy. Z výzkumu nám vyplynulo, že právě daňová a účetní administrativa je často něčím, co se zas tak neřeší a odsouvá na později.

”

“

Konkrétní příklady z naší praxe nám ale ukazují, že to může velmi záhy způsobit zásadní problémy a chod rozvíjející se firmy tak výrazně omezit. Proto jsme našim klientům připravili balíček služeb šitý na míru právě požadavkům startupů, který je zaměřený na úsporu času a který zároveň poskytuje záruku, že o vše je řádně postaráno.



Gabriela Hoppe, Head of Tax, jednatel,
Grant Thornton Tax & Accounting s.r.o.

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Jsem ráda, že se potvrdilo, že podpora startupů má smysl. Akcelerátory sice nepatří mezi dominantní formy rozvoje podnikání, ale jelikož je pro startupy místní trh často velmi malý, je účast v akceleračních programech podmínkou rychlého a dostatečného růstu na zahraniční trhy, aby získaly náskok před konkurencí. Inovace jsou hlavní hnací silou hospodářského rozvoje a zvyšují produktivitu ve společnosti založené na znalostech. Startupy hrají také důležitou roli v takzvaném job creation and destruction a připravují nás na budoucí vývoj. Z dlouhodobého hlediska vytvářejí velké množství nových pracovních míst, zejména v perspektivních oborech, čímž opět pomáhají rozvoji ekonomiky a vytvářejí tak novou generaci pracovních míst. Podpora jednoho startupu může z dlouhodobého hlediska české ekonomice přinést mnoho. Důležitá je také tvorba podnikatelského mindsetu a podpora podnikavosti ve smyslu pozitivního efektu úspěšných firem, které se snaží vrátit pomoc, která jim byla poskytnuta, zpět do podnikatelského ekosystému.

V expanzi do zahraničí jsou české startupy zatím stále poměrně nezkušené. Jejich schopnost prodat se, připravit kvalitní byznys plán a přesvědčivě ho odprezentovat se sice v posledních několika letech zlepšila, ale stále je na čem pracovat. Thing big. Start smart. Fail fast. Learn fast. Scale fast. Takto zní pravděpodobně nejlepší rada a doporučení pro startupy. Získání zpětné vazby ze zahraničí je pro startupy klíčové, zejména pokud chtějí působit na globálním trhu. Právě se získáváním zahraničních zkušeností se českým startupům snažíme pomáhat a nabízíme široké portfolio programů určených pro různé fáze vývoje firmy.



Markéta Havlová,
ředitelka Odboru startupů,
CzechInvest

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” MPO velmi vítá iniciativy na popularizaci startupového podnikání. Věříme, že průzkumy a studie v této oblasti mohou svými informacemi pomoci subjektům z trhu i z veřejného sektoru v jejich činnosti a ve snaze o zkvalitňování infrastruktury pro rozvoj inovativního podnikání. Rádi jsme proto podpořili i projekt Startup Report. Z výsledků šetření vyplývá potřeba cílené podpory, která nezatíží startupy dotační administrativou a zároveň jim pomůže v dalším rozvoji – ať už poradenskými a mentoringovými aktivitami nebo návratnými finančními nástroji. Příkladem je iniciativa fondu rizikového kapitálu, kterou MPO, po vzoru dalších zemí, spustilo minulý rok. Zároveň je zřetelně potřeba najít vhodný způsob komunikace, aby se potenciálním zájemcům informace o možnostech podpory vůbec dostaly. “



Petr Lysý,
ředitel Odboru podpory finanční nástrojů,
Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

Startupová scéna v České republice stále roste a velmi rychle se kultivuje. Jsme rádi, že jsme mohli organizátorům Startup Reportu pomoci ve zprostředkování kontaktu na startupy, které jsme získali díky pořádání největší české startupové akce Startup World Cup & Summit.

” *Mám radost, že slovu startup dnes rozumí již 75 % veřejnosti, což věřím, že pomůže startupům v dalším růstu. V UP21 dnes vidíme největší potenciál v B2B startupech, jejichž predikovatelnost potenciálu a schopnost získávat větší investice v dalších kolech financování je vyšší. Jsme rádi, že průzkum ukazuje, že ve startupech je důležité se zaměřit na tým a jeho kvalitu, ovšem nesmí se zapomínat se stejnou měrou soustředit na relevanci produktu pro daný trh, kam startup míří.* “



Vítěk Šubert,
spoluzakladatel a CEO UP21

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” Maximálně vítám jakoukoliv iniciativu, která si klade za cíl koncepčně přiblížit a osvětit startupový svět a jeho problematiku české laické a odborné veřejnosti, protože informací a povědomí o něm je stále dosti málo. Věřím, že studie STARTUP REPORT vyšla správným směrem. Cením si snahy dodat konstruktivní doporučení soukromým a veřejným aktérům, kteří se startupy v menší či větší míře spolupracují, zaujalo mě srovnání názorů a pocitů startupů a živnostníků a jsem mile překvapena některými zjištěními jako např. relativně vysokou mírou propojení mladých podniků s vědeckým prostředím. Pevně doufám, že STARTUP REPORT bude vycházet na pravidelné bázi za vyššího počtu respondentů a bude úspěšně monitorovat situaci na české startupové scéně a vývoj v ní. “



Lenka Kučerová,
Co-founder & CEO,
StarLift

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” *Rozsáhlá studie o startupech v ČR mi přišla jako velmi užitečný vhled do vnímání věcí uvnitř komunity i pohled zvenku do ní. Kdybych byl Pán Bůh a mohl věci posunout jiným směrem, pak bych rád přiměl startupy, aby úplně zapomněly na možnosti státní podpory a granty a od začátku do konce šly do všeho čistě komerčně. Pak bych jim také rád dodal vyšší dávky odvahy. Ve výsledcích mě zaujalo kupříkladu to, že pouze 41 % startupů by od investora uvítalo pomoc s procesy. Poměrně vysoké procento startupů podceňuje analýzu konkurence a vůbec marketingový výzkum. Více startupů by se také mělo patentově chránit.* “



Radim Dohnal,

investor, finančník

a sám také zprostředkovatel investic.

Než se pustil do oblasti startupů, zabýval se kapitálovými trhy, zejména akciemi.

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” *Startup Report považuji za zatím nejlepší formát a komplexní přehled fungování startupů v ČR, v porovnání s běžným podnikáním, který jsem doposud viděla. Jedná se o skvělou formu přiblížení startupů široké veřejnosti, zároveň o soubor velmi otevřených názorů startupistů, investorů i respondentů, kteří se ve startup prostředí nepohybují. Startup Report 2017 / 2018 je zcela unikátní projekt, který podporuje povědomí o startup prostředí.* “



Simona Kijonková,
angel investorka,
zakladatelka a majitelka Zasilkovna.cz
a Robeeto.com

Slovo partnerů a podporovatelů reportu

” *Ekonomika České republiky je velmi otevřená. Náš společný, dlouhodobý a udržitelný úspěch a rozvoj naší země je z velké části závislý na naší schopnosti nadále se prosazovat v oblastech s vysokou přidanou hodnotou a globální konkurenceschopností. Věřím, že inovativní prostředí startupů je jednou z oblastí, která na naší cestě sehráje důležitou roli. Každá iniciativa, která nás posune kupředu je důležitá a rád ji podpořím.* “



Jan Zadák,
soukromý investor a mentor

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 iniciačních 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 blízcí 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).



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.





**METO_
DO_LO
_GIE**

Cílové skupiny výzkumu



startupisté



investoři



**živnostníci
drobní podnikatelé
s IČ**



**obecná
veřejnost**



Kromě investorů, kteří byli součástí pouze kvalitativní části, byly všechny ostatní cílové skupiny zapojeny do kvalitativních i kvantitativních fází výzkumu.

Kvalitativní část

Průměrná
délka diskuze
byla
1,5–2 h

Proběhlo 50 individuálních rozhovorů (20× investoři, 10× startupisté, 10× obecná veřejnost, 10× živnostníci). Dále pak proběhlo 7 skupinových diskuzí, z toho 5 se startupisty, 1 s živnostníky a 1 s investory.

Každá skupinová diskuze trvala přibližně 1,5–2 hodiny. Individuální rozhovory trvaly od 20 minut do 1,5h a byly realizovány face to face, telefonicky či prostřednictvím Skypu.

Období sběru dat:

říjen 2017 – leden 2018

50
individuálních
rozhovorů

7
Skupinových
rozhovorů

Kvantitativní část

Online dotazníkové šetření

Pro naprogramování dotazníku a sběr dat bylo využito prostředí Kvalikvant. Klíčovým dotazníkem byl dotazník pro startupisty, který se stal podkladem pro výběr deseti otázek pro živnostníky a obecnou populaci. Vybrané otázky byly těmto cílovým skupinám položeny ve stejném (či mírně upraveném znění) jako startupistům. Cílem bylo získat podklad pro porovnání názorů těchto cílových skupin pro základní témata.

Cílové skupiny:

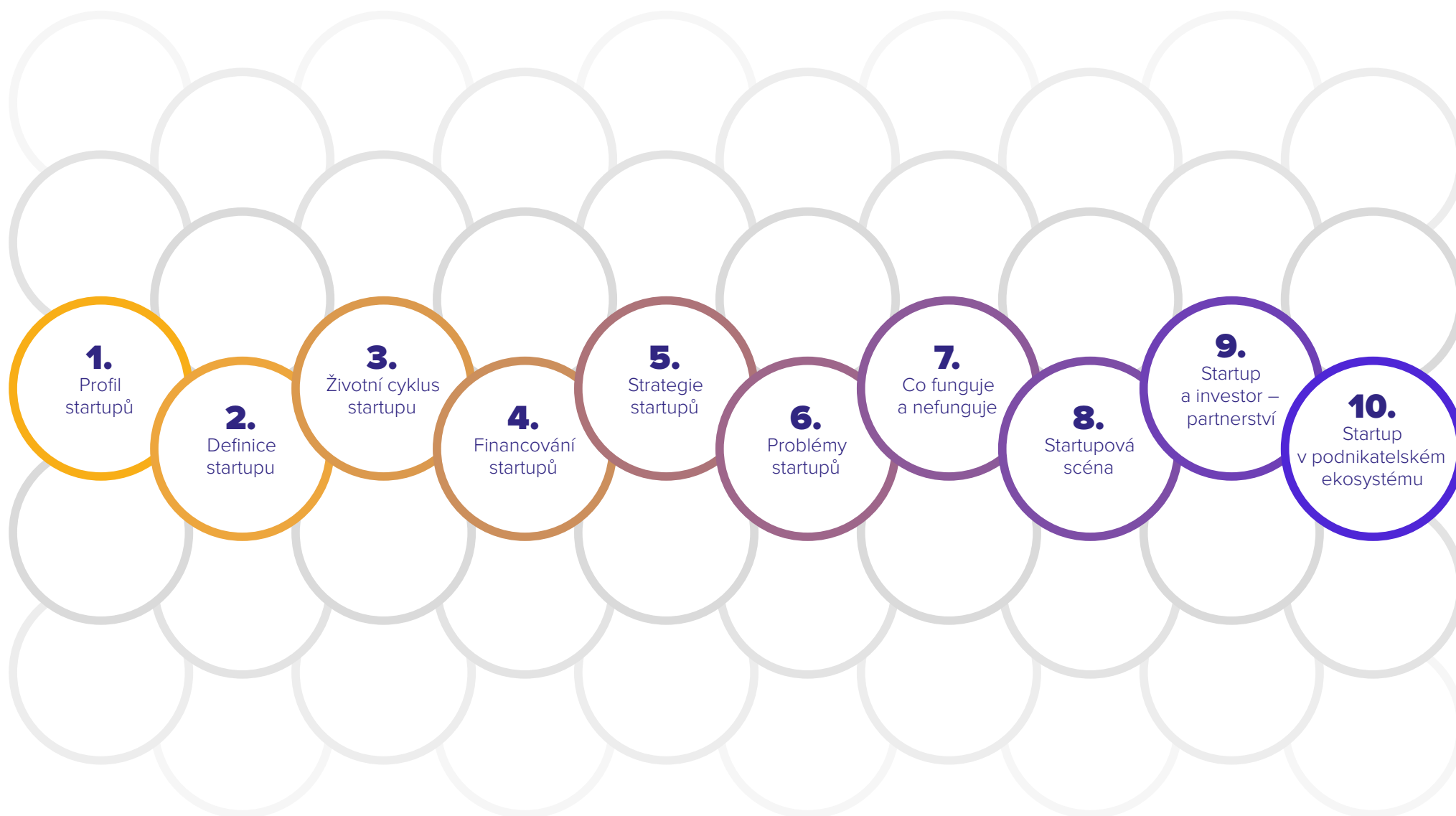
Startupisté (N=105)
Živnostníci (N=105)
Obecná populace (N=497)

Období sběru dat:

prosinec 2017 – leden 2018



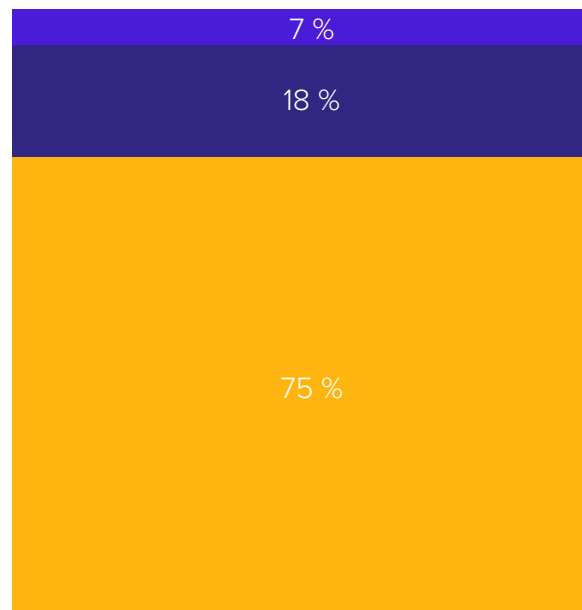
Výzkumné okruhy



PROFI _LACE STA_ RT _UPŮ

ZÁKLADNÍ
DATA

Rozdělení podle délky existence



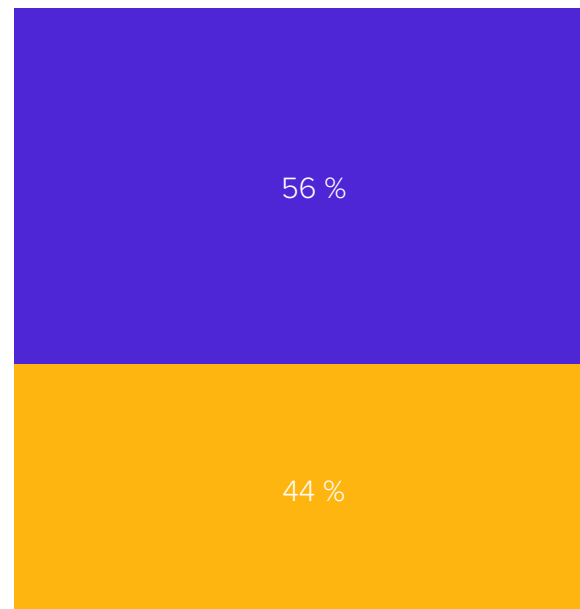
startupisté (n=105)

■ do 3 let ■ 3–5 let ■ více než 5 let



Většina startupů
(tři čtvrtiny) existuje méně
než 3 roky.

Podíl startupů se sídlem v Praze



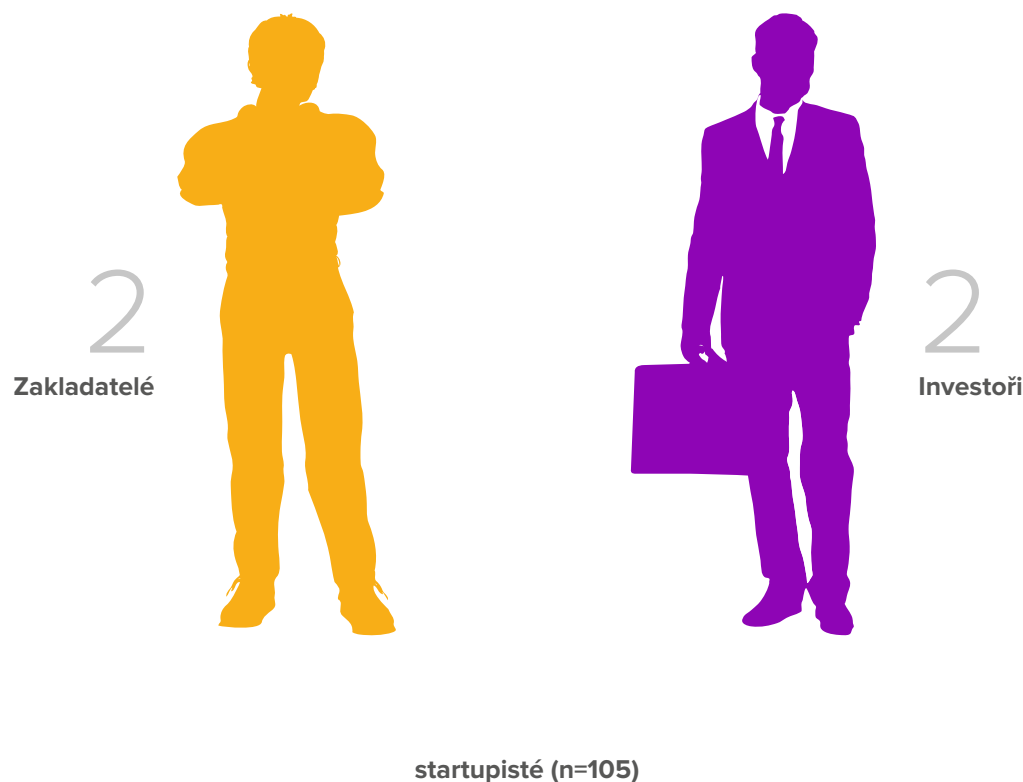
startupisté (n=105)

■ Praha ■ jiný region



Pouze necelá polovina má jako sídlo firmy uvedenu Prahu. Zbytek je vcelku rovnoměrně rozprostřen po celé ČR.

Průměrný počet zakladatelů a investorů ve startupu



Průměrně startup zakládají dva podnikatelé. Do startupu investovali také v průměru dva investoři. Vzhledem k nejčastějšímu stáří do 3 let se to týká většinou právě těchto mladších společností.

Průměrný počet zaměstnanců a spolupracovníků s IČO ve startupu



startupisté (n=105)

8

Průměrný počet
pracovníků
ve startupu



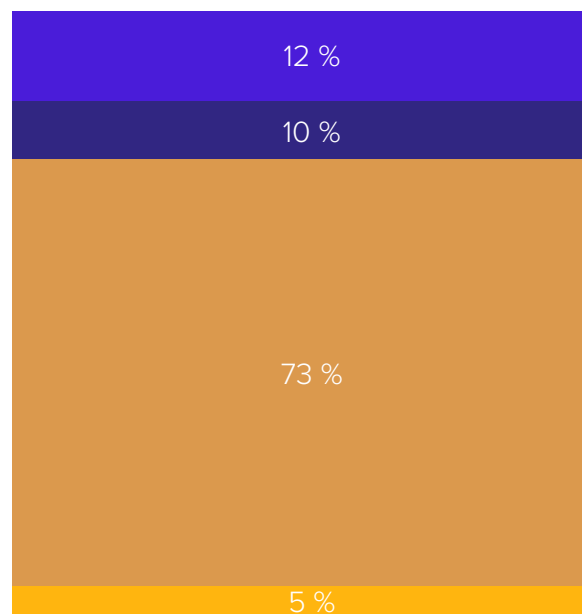
Obecně startupy preferují častěji spolupráci na IČO před zaměstnaneckým poměrem. Důvodem je zpravidla skutečnost, že zaměstnance na hlavní pracovní poměr nepotřebují. Jejich dodavatelé navíc při této formě spolupráce mohou dodávat služby více společnostem.

” Zaměstnávání na IČO u startupů chápu, neboť mnohdy chybí administrativní aparát na zpracování mezd apod. Pokud je spolupráce na IČO i preferencí pracovníka, pak je to optimální. Když do toho ale firma své pracovníky tlačí, zavání to švarc systémem. Velké solidní firmy si nemohou ani nechtějí v žádném případě dovolit být jakýmkoliv způsobem nařčeny ze švarc systému, což jim může naopak bránit zaměstnávat pracovníky na IČO a tak přichází o ty lidské zdroje, pro něž je spolupráce na IČO jedinou akceptovatelnou formou. “



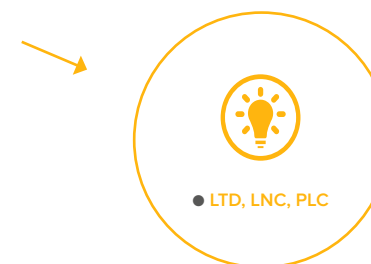
Kateřina Marková,
působí v interním HR v mezinárodní společnosti
v oblasti automobilového průmyslu,
předtím se věnovala externímu HR.

Nejčastější právní forma startupu



startupisté (n=105)

■ živnost (IČ) ■ s. r. o. ■ a. s. ■ jiná forma



Většina startupů funguje formou tradiční s.r.o. Jedná se v ČR o obecně nejvyužívanější právní formu společnosti a pro podnikatele je její založení také nejjednodušší. Zahraniční právní formy společností, jako například LTD, jsou zpravidla využívány startupy pro expanzi na zahraniční trhy, včetně USA.

” *Forma s.r.o. je pro startup nejvýhodnější, protože založení je jednodušší a vstupní náklady (základní kapitál) jsou nižší než v případě akciové společnosti. Struktura společnosti je rovněž jednodušší, není nutné zřizovat dozorčí radu, jejíž plný přínos se projeví až v momentě, kdy se jedná o management větší korporace. Menší startupy potřebují spíše efektivitu a flexibilitu, kterou jim právní forma společnosti s ručením omezeným poskytne nejlépe. Zároveň je pro ně důležitý i koncept omezeného ručení za její činnost, který má navíc své ekvivalenty ve valné většině ostatních jurisdikcí. Je to zároveň forma blízká zahraničním investorům a obchodním partnerům. S podílem v s.r.o. je možné flexibilně nakládat, je ho možné například převést, což by nešlo, pokud by byla zvolena forma veřejné obchodní společnosti.* “



Miroslav Dubovský,
Country Managing Partner, advokát
DLA Piper Prague LLP

” České právo, mimo jiné, zakladatelům poskytuje možnost vytvořit a držet různé druhy podílů (například přednostní či bez hlasovacího práva), což je výhodné zejména s ohledem na pozdější vstup investorů. Zahraniční právní formy společností, jako například LLC nebo Inc. jsou startupy zpravidla využívány pro expanzi na zahraniční trhy, včetně USA, kde inherentně panuje určitá míra nedůvěry vůči společnostem založeným/registrovaným v jiných zemích. V takových případech však není složité existující českou entitu integrovat do zahraniční, nicméně tento postup s sebou přináší další náklady. “



Filip Košťál,
Entrepreneur Director,
Keiretsu Forum CEE

Toplines

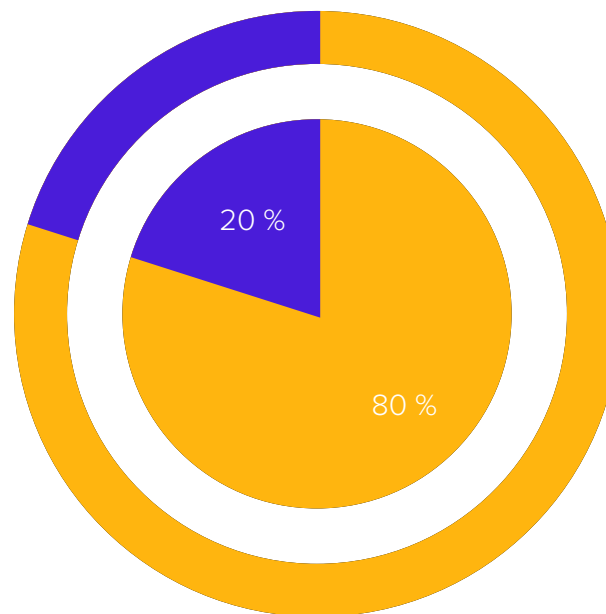


Zahraniční expanze zároveň patří mezi nejčastější podnikatelské směry, ve kterých by startupy potřebovaly a **uvítaly externí pomoc**.

Bez zahraniční expanze nelze naplnit cíl exponenciálního růstu, protože český trh je relativně malý.

Startupové podnikání je v naprosté většině případů zaměřeno na české prostředí s následnou snahou o zahraniční expanzi. Je to dáno především lepší znalostí podnikatelských podmínek a českého jazyka. Na lokálním trhu se také dají dobře otestovat nápady (relativně malý a homogenní trh).

Rozdělení startupů podle sídla



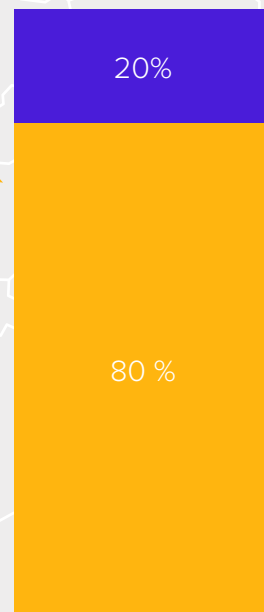
startupisté (n=105)

■ v ČR ■ v zahraničí



Většina startupů je založená v ČR. Pouze pětina v zahraničí - nejčastěji v USA a ve Velké Británii. Častěji se jedná o mladší startupy, do 3 let existence.

Proč se startupisté registrují v ČR?



startupisté (n=105)

■ v ČR ■ v zahraničí



Z důvodu znalosti místního prostředí. Jsme z ČR a ČR je pro nás startovací zemí. Kde jinde se naučit a nastavit firmu.



Důvodem, proč zůstáváme v ČR, je primárně patriotismus.



Pro začátek nejmenší komplikace/ znalost právního řádu, znalost prostředí, dostupnost založení právnické osoby/ z důvodu známosti českých zákonů...



Zde žiji a mám tu základní bázi klientů, kteří mě znají ať přímo nebo zprostředkovaně a obrací se na mě.



1) v ČR žijeme, 2) snadná registrace, 3) bereme jako výchozí testovací zemi před expanzí.



Toto je naše první podnikání...neměli jsme potřebu firmu registrovat jinde.



Protože v ČR žijeme. Původně jsme to nevnímali jako startup se vším, co se kolem toho děje. Měli jsme jen nápad a chtěli jsme ho realizovat.

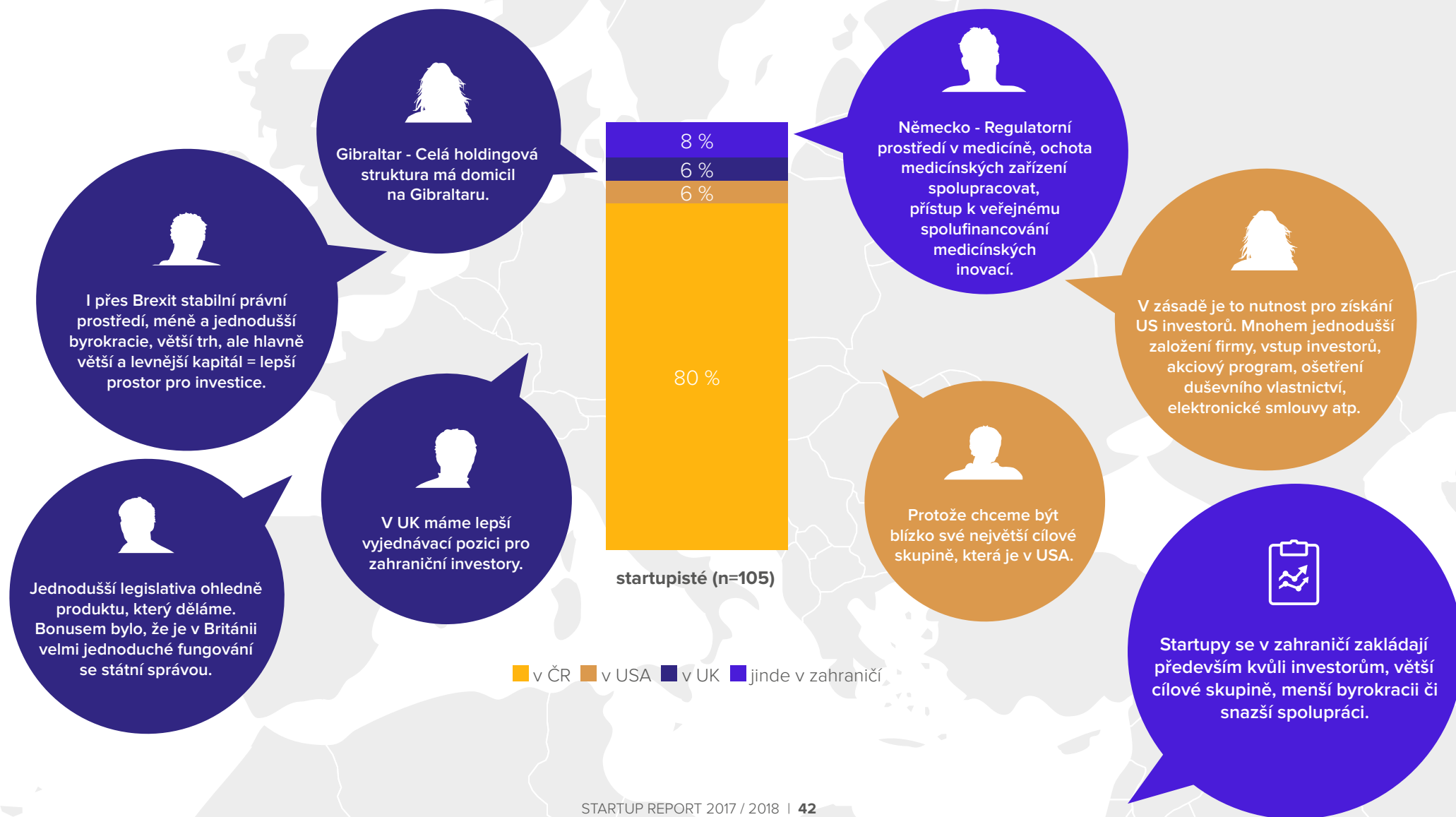


Naším plánem je určitě globální trh. Na českém trhu si chceme nejdříve vyzkoušet naše schopnosti a otestovat produkt. Poté se začneme orientovat na zahraniční trhy a pomalu expandovat.



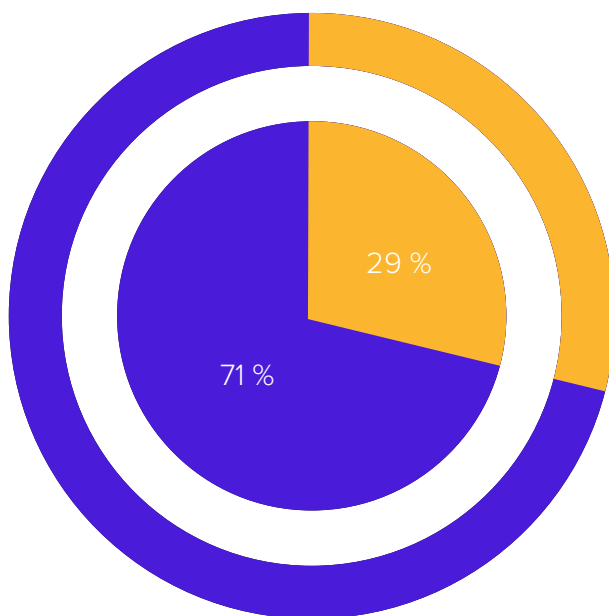
- Kořeny • Patriotismus • Zázemí
- Kontakty • Startovací země
- Tradice...

Proč se startupisté registrují v zahraničí?



Podíl startupů typu spin-off/out

Komericializace duševního vlastnictví vytvořeného v rámci výzkumu



startupisté (n=105)

■ startupy SPIN OFF/OUT ■ startupy jiného druhu

Kontext:

Jedná se o typ startupů, které byly založeny za účelem využití a rozvoje duševního vlastnictví univerzity/výzkumné instituce až do formy produktu nebo služby uplatnitelné na trhu.

Duševní vlastnictví (většinou výsledek výzkumu) je firmě poskytnuto prostřednictvím licenční smlouvy nebo prodejem. Univerzita může – ale také nemusí – získat v spin-off majetkový podíl, společnost se naopak může s univerzitou dohodnout na využívání jejich laboratoří či poskytování služeb. Na činnosti firmy se obvykle podílejí i původci příslušného duševního vlastnictví.

Většinou jde o malé a střední firmy, které obvykle nedisponují dostatečnými prostředky pro realizaci vlastních investičních záměrů a proto nabízejí možnost vstupu investora do firmy.



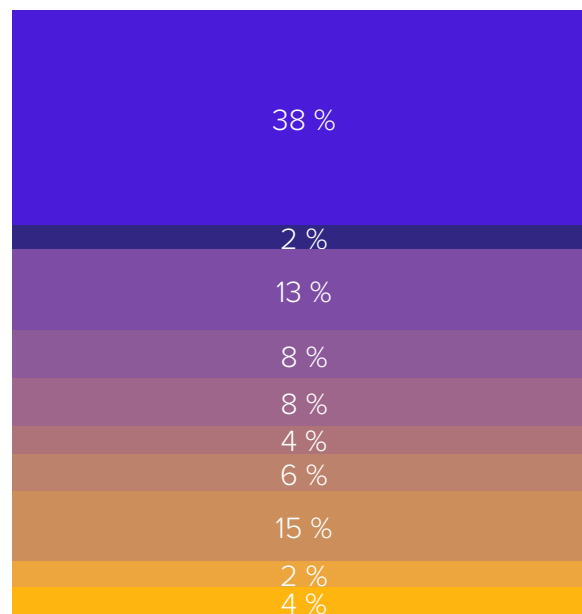
Téměř třetina startupů byla založena za účelem komercializace duševního vlastnictví vytvořeného v rámci výzkumu.

” V Čechách je stále poměrně velkým problémem převést technologie z univerzitního nebo čistě vědeckého prostředí do reálného byznysu. Bohužel to není dáno jen nezkušeností týmů, ale často i zbytečnými překážkami vytvořenými legislativou či samotnými školami a dalšími institucemi. Je to škoda, protože právě v těchto oblastech vznikají opravdu nové přístupy a technologie s reálným využitím v praxi, přičemž se ale jejich autoři často spokojí jen s prodejem licence. V tomto bychom se určitě měli inspirovat v zahraničí a pomoci rozvoji podnikatelského ducha i ve školství. “



Daniel Šenkýř
zakladatel a CEO,
Keiretsu Forum CEE

Rozdělení startupů podle oblasti podnikání



startupisté (n=105)

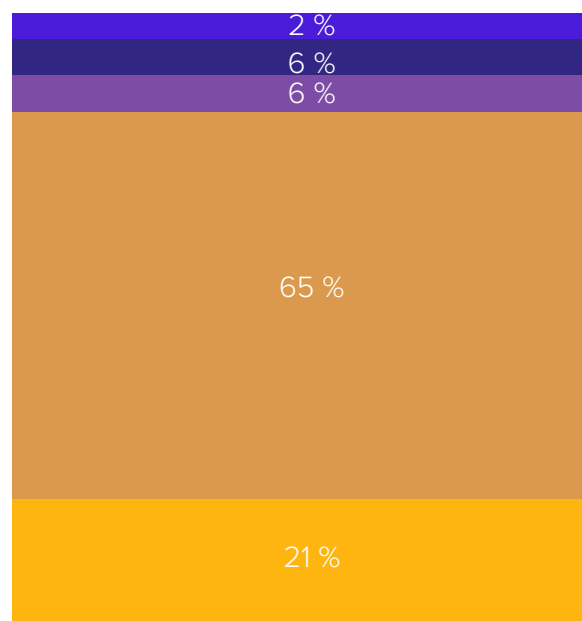
■ Business & Analytics
 ■ Hardware & IoT
 ■ Software & Cloud Services
 ■ Financial Services & Security
 ■ Mobile & Entertainment
 ■ Healthcare & Well-being
 ■ Mobility & Transportation
 ■ E-Commerce, Ad Tech, Martech
 ■ Manufacturing & Materials
 ■ mix oblastí / specifikováno jinak



V České republice převažují startupy z oblasti software, online služeb a e-commerce. Naopak je velmi nízké zastoupení společností, které se zabývají výrobou, materiály, hardwarem a IoT. Je to především dané vyšší náročností na vývoj a tedy i náklady v těchto segmentech, jde také vidět, že i přes historickou sílu v oblasti průmyslu se zatím v této oblasti v ČR příliš neinovuje.

Zároveň stojí za povšimnutí, že největší podíl startupů (téměř dvě pětiny) vnímá oblast svého podnikání na pomezí několika kategorií a brání se sebe-zařazení pouze do jedné kategorie.

Rozdělení startupů podle činnosti



startupisté (n=105)

- tvoříme nový (unikátní) produkt
- novou (unikátní) službu
- vylepšujeme existující produkt
- vylepšujeme existující službu
- kopírujeme či adaptujeme produkt



Přes 80 % startupů si myslí, že vytváří zcela nové řešení, ale zkušenost investorů je jiná a české startupy často vnímají ve srovnání se zahraničím jako nedostatečně inovativní a s relativně nízkým potenciálem k disruptci.

” *Kdyby opravdu 9 z 10 českých startupů vytvářelo něco skutečně nového, bylo by to skvělé – mám ale pocit, že sice tvoří své první, tedy i nové, produkty nebo služby, ale v rámci celého trhu to jsou jen větší či menší vylepšení nebo kopie existujících řešení. Skutečných inovací je jako šafránu. Obecně se až moc často setkávám s podnikateli, kteří nemají svůj trh dostatečně zmapovaný a mají pocit, že přichází s něčím zcela novým, co nejen že nemá obdoby, ale ani konkurenci. Přitom dvě minuty googlování ukáží opak...* “



Lukáš Konečný,
Financial Manager,
Y Soft Ventures

” Stojí za povšimnutí, že díky silné technické, výrobní a inženýrské základně jsou startupy v ČR častěji než v jiných zemích orientované na “hmatatelný” produkt zahrnující hardwarové řešení. “
Z pohledu individuálního investora pak takové projekty mohou být velmi přitažlivé právě pro svou snadnou uchopitelnost. Přinesení produktu na trh však od investorů vyžaduje velkou trpělivost a je obecně rizikovější.



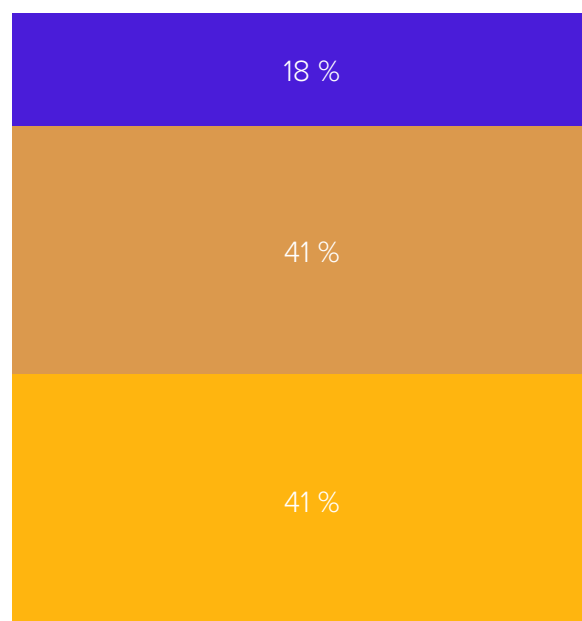
Marek Jablonský,
Executive Director,
Springtide Ventures

” Musím souhlasit s tím, že většina startupů, které potkáváme, pouze replikuje něco co již existuje. Z mého pohledu to v mnoha případech není záměr, jen nevěnovali dostatečnou pozornost a průzkum tomu, že na světě něco podobného již funguje. Nedbalost v analýzách je velký problém a častý nešvar. “



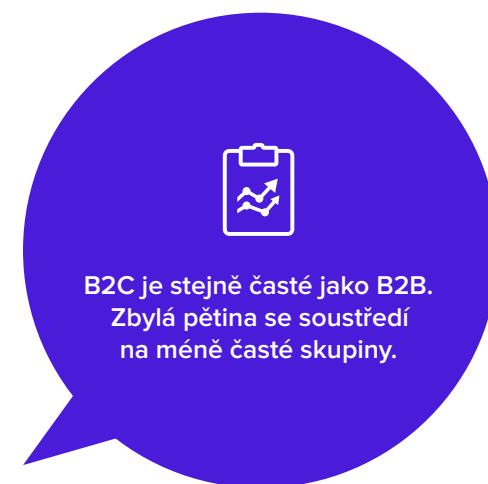
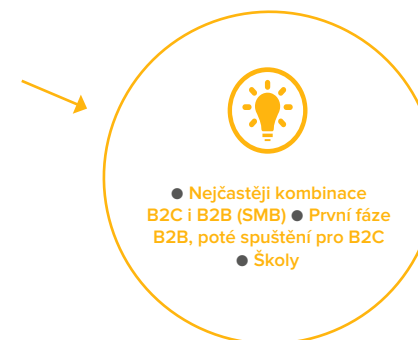
Lukáš Foral,
Partner v česko-britské venture
kapitálové společnosti Opifer

Rozdělení startupů podle typu cílového zákazníka

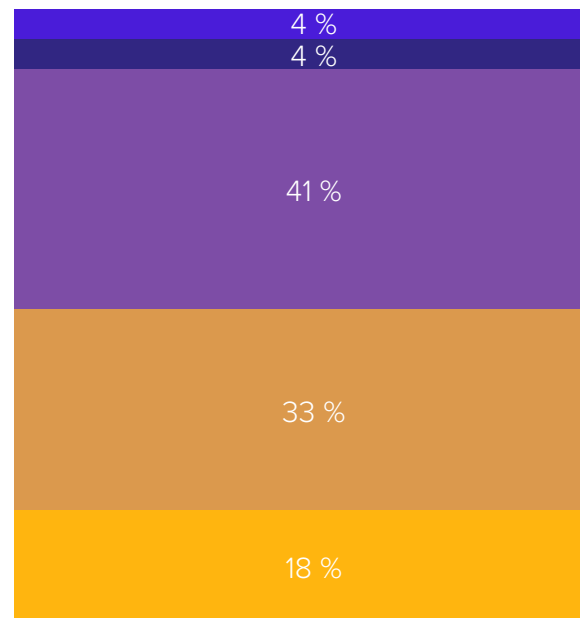


startupisté (n=105)

■ jednotlivci / B2C ■ B2B ■ jiné



Rozdělení startupů z hlediska primárního trhu



startupisté (n=105)

■ národní ■ globální ■ Evropa ■ USA ■ jiný



Nejvíce startupů se zaměřuje na evropský trh (dvě pětiny), třetina cílí globálně, šestina na tuzemský trh. Méně než desetina se soustředí na USA a jiné trhy.

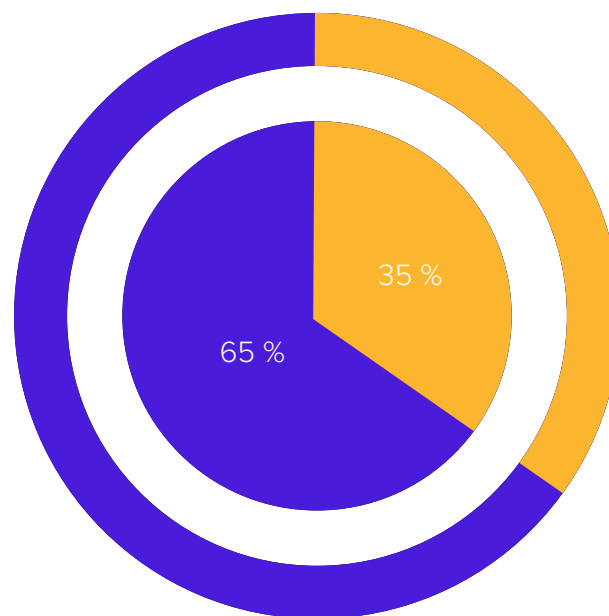
Toplines

Pouze 13% startupů má registrovaný patent. Je to dáno především vnímanou složitostí procesu registrace a také skutečností, že startupisté se orientují především na hlavní předmět své činnosti a veškeré doprovodné “náležitosti” řeší většinou “až když je to nutné”. V případě právní ochrany ale může dojít k vážnému zanedbání situace. Velká část startupistů vyvíjí software, jehož patentování je v rámci EU problematické.



Dle vyjádření investorů jde o podobnou situaci jako v běžném životě. **Člověk má tendenci řešit určité věci až když se poprvé sám “spálí”.**

Podíl startupistů, kteří se setkali s „ukradením nápadu“



startupisté (n=105)

■ ano, setkal ■ ne, nesetkal



Třetina startupistů se ve svém okolí setkala s ukradením nápadu.

Patentová ochrana



Startup není v současné době nijak financován a nemůžeme si dovolit platit za patent. Víme však, jak se zařizuje a do budoucna s ním počítáme.



V projektu je uvažováno více patentů. Jeden patent je cca 1 mil. Kč. Každý patent je nutné odzkoušet, jestli odpovídá patentovým předpokladům (nejsme v USA) a má nárok na ochranu. Právní služby kvalitních patentových zástupců také nejsou levné, ale jsou nutné proti patentovým trollům nebo velkým korporacím.



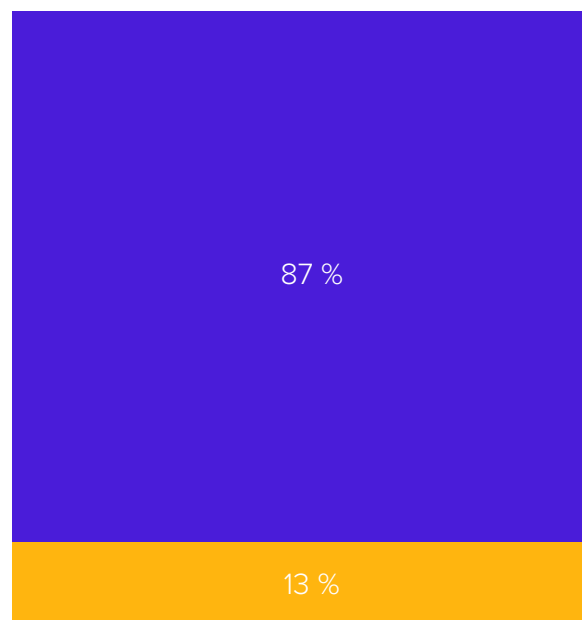
Od mnoha lidí jsme slyšeli že to většinou nepomáhá a naopak to umožňuje patentovým trollům zdržovat použití produktu & přijde nám lepší inovovat rychleji než ti co nás kopírují.



Podáním patentu a nezískáním investice celý projekt zadarmo získá někdo jiný (patentové poplatky nejsou levné a musí se platit každý rok a celosvětová ochrana není levná). Bohužel, chybí zde investoři do patentů, nebo dotační program cílený na jednotlivce nebo startupy ve fázi zrodu.

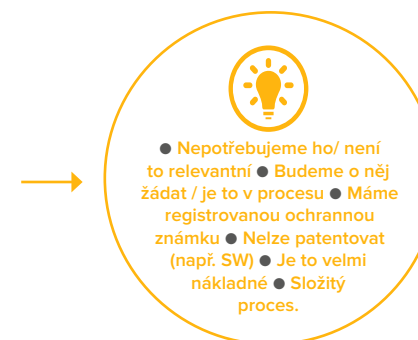


Podíl startupů s registrovaným patentem



startupisté (n=105)

■ ano, máme patent ■ ne, nemáme patent



” Vzhledem k vysokému poměru startupistů, kteří vyvíjejí software a nejasné situaci ohledně patentovatelnosti softwaru v rámci EU, je v případě softwaru dostupná ochrana zejména skrze autorské právo, což by startupisté měli mít na paměti při uzavírání smluv s programátory “



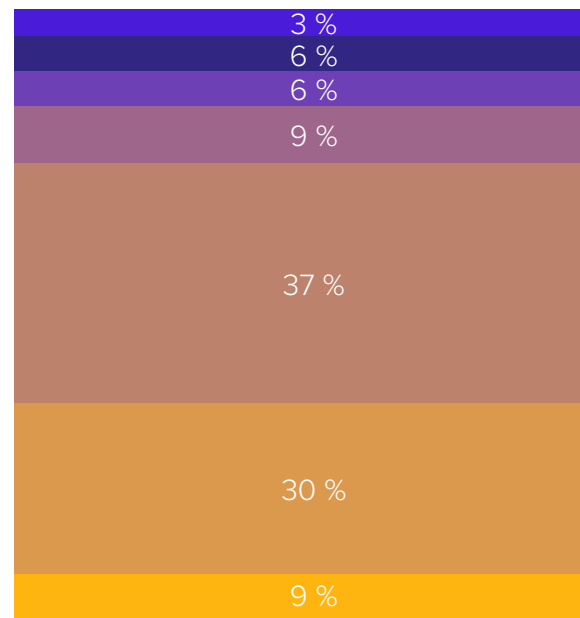
Filip Košťál,
Entrepreneur Director,
Keiretsu Forum CEE

” *Nejdůležitějším rysem je, že zákon výslovně uvádí tři podmínky neboli pojmové znaky či kritéria patentovatelnosti. Jsou to novost, vynálezecká činnost a průmyslová využitelnost. To ze své podstaty vylučuje mnoho aspektů a výtvorů vzniklých z činnosti startupů, které často nesplňují tyto znaky a spadají tak do jiné kategorie, anebo jsou považovány “jen” za obchodní tajemství. Ostatní argumenty jako vysoké náklady, časově omezená ochrana a případné útoky patentových trollů jsou taktéž relevantní, nicméně primární je otázka, co je vlastně vytvořeno. Ne zcela růžovou situaci dokresluje fakt, že pro případné investory do patentové ochrany je často takřka nemožné odhadnout potenciální úspěšnost daného projektu, a tím i návratnost jejich nákladů spojených s patentovou ochranou.* “



Miroslav Dubovský,
Country Managing Partner, advokát
DLA Piper Prague LLP

Rozdělení startupů podle toho, v jaké fázi se domnívají, že se právě nachází



startupisté (n=105)

Zde je potřeba upozornit, že se jedná pouze o orientační rozdělení. Startupistům jsme v dotazníku prezentovali jedno z obecných dělení životního cyklu startupu. V současné době neexistuje jednoznačná shoda v tom, jak jednotlivé fáze (a zda vůbec) rozdělovat.

- počáteční fáze (Idea Stage/Pre-seed)
- první investice (Seed)
- růst (Early Stage/Growth)
- startup (fáze před přerodem do klasického podnikání)
- klasické podnikání (poslední fáze)
- expanze do zahraničí
- rozšíření podnikání ve smyslu velikosti (přerod z malého do středního)



Nejvíce startupů je ve fázi první investice nebo růstu, což i odpovídá nejčastějšímu stádiu českých startupů (do 3 let).

Jak rozdělují životní fáze startupu investoři?





FINA_
_NCOVÁ
NÍ_
STA_
RT
_UPŮ

Toplines

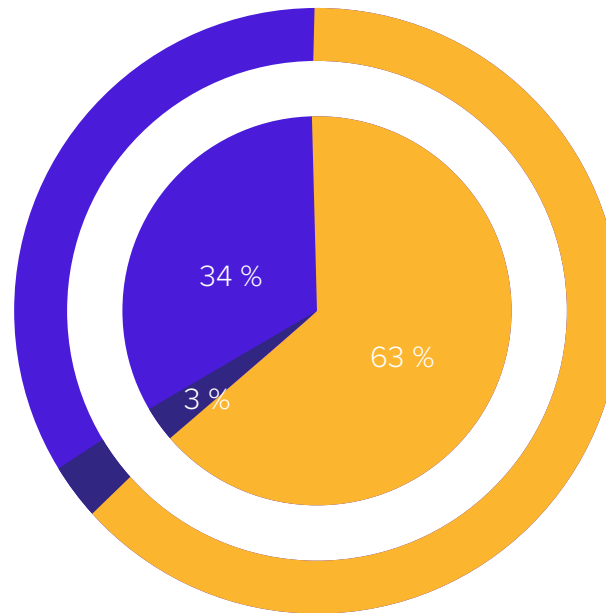
Nejčastěji využitou formou je FFF. Nejméně často je to naopak bankovní úvěr, který je ale zároveň s půjčkou od investora nejčastěji v plánu. U bankovních úvěrů jsou největším problémem záruky, které banky požadují.



Banka je považována za finančního partnera až v pozdějších vývojových fázích startupu, kdy je již společnost v podstatě zavedeným subjektem na trhu a vykazuje pozitivní obchodní ukazatele.

Banka je vnímána jako **externí partner**, který nechce a bojí se riskovat.

Využité a plánované formy financování a podpory



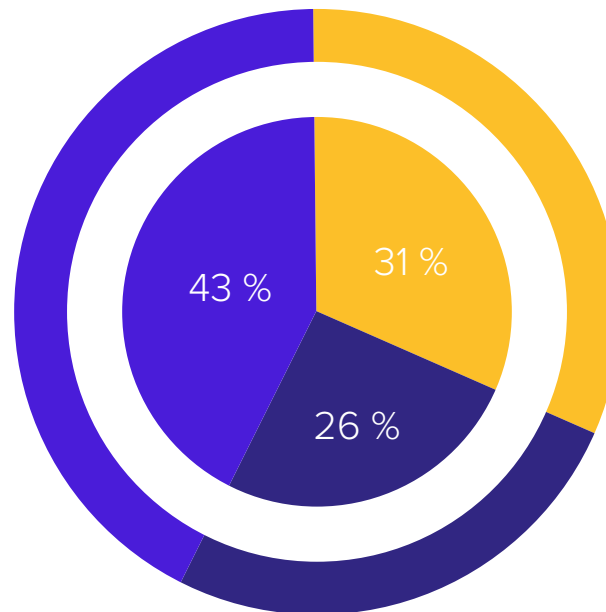
FFF (Friends, Family and Fools)
startupisté (n=105)

■ ano, využili jsme ■ zatím ne, ale máme to v plánu ■ ne a neuvažujeme o tom



Finanční zdroje od blízkých jsou jednoznačně nejčastěji využitou formou financování startupu. Dvě třetiny již tímto způsobem zafinancovaly svůj startup. Třetina o tom neuvažuje.

Využité a plánované formy financování a podpory



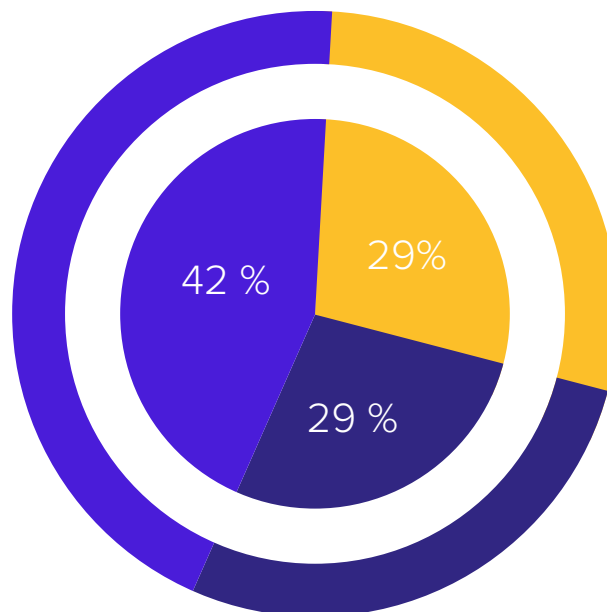
Startup akcelerátory a inkubátory
startupisté (n=105)

■ ano, využili jsme ■ zatím ne, ale máme to v plánu ■ ne a neuvažujeme o tom



O jiný způsob podpory ve formě akcelérátoru či inkubátoru nejví zájem téměř polovina startupů, což není zanedbatelný podíl. O možných důvodech nezájmu diskutujeme dále v reportu.

Využité a plánované formy financování a podpory



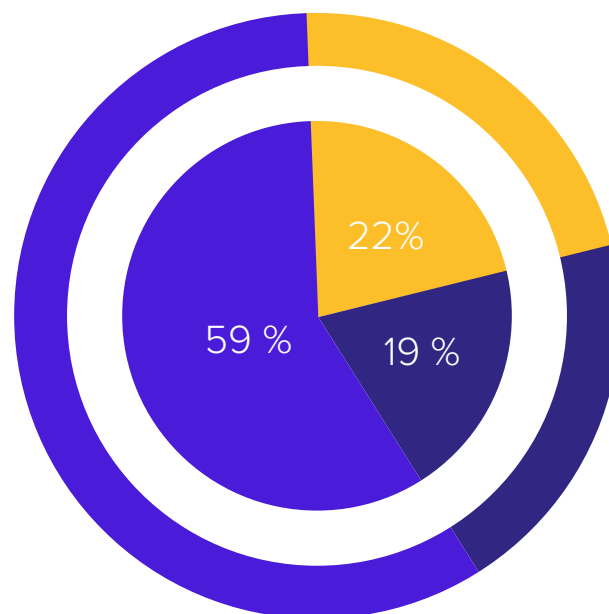
Úročená půjčka od investora formou konvertibilního dluhu
startupisté (n=105)

■ ano, využili jsme ■ zatím ne, ale máme to v plánu ■ ne a neuvažujeme o tom



Úročená půjčka od investora je zj. v počátečních fázích života startupu preferovanou formou financování. Varianta kapitálového vstupu investora do společnosti se tak odsouvá na pozdější investiční kola, jelikož stanovení hodnoty společnosti, která je na začátku, bývá problematické.

Využité a plánované formy financování a podpory



Crowdfunding
startupisté (n=105)

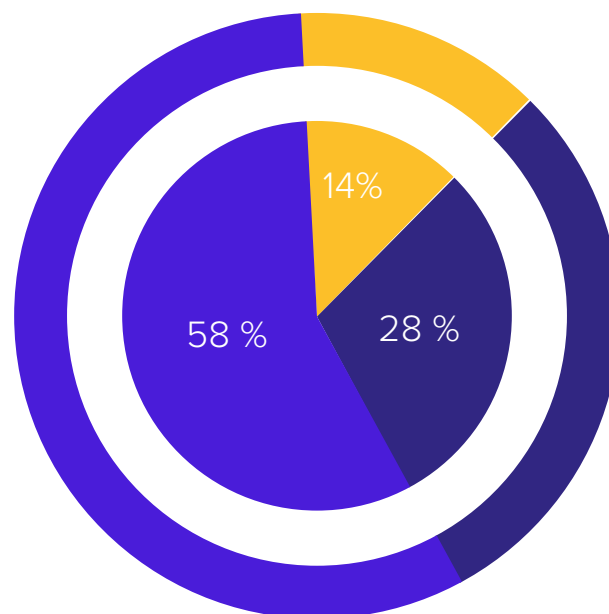
■ ano, využili jsme ■ zatím ne, ale máme to v plánu ■ ne a neuvažujeme o tom



29% startupů využilo crowdfunding pro své financování. Jedná se o efektivní a poměrně rychlou formu financování, kterou lze vhodně kombinovat s jinými způsoby (např. před vstupem investora nebo souběžně).

Výhodou je i možnost využití efektivních marketingových kampaní v rámci crowdfundingových platforem. Nevýhodou bývá vysoký počet drobných investorů a minimální možnosti míry zapojení pro investory v projektech.

Využité a plánované formy financování a podpory



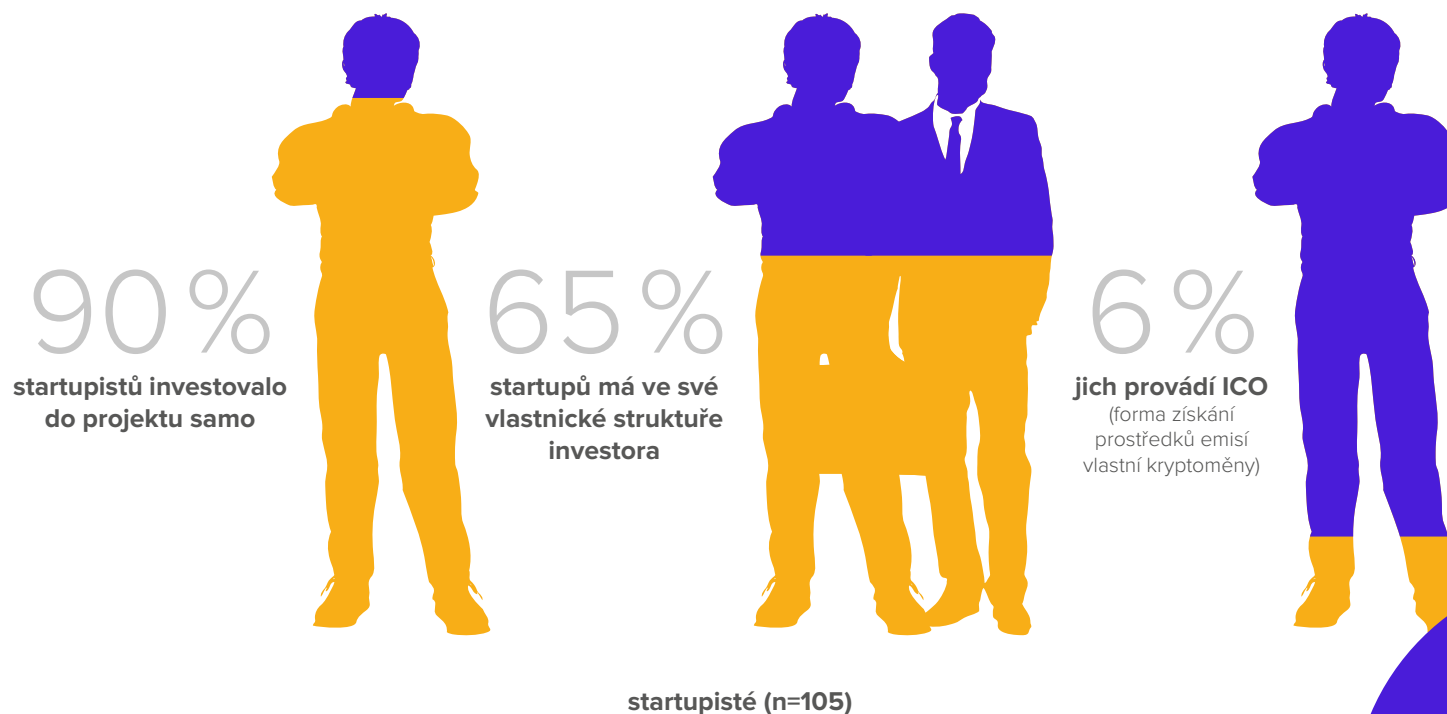
Bankovní úvěr
startupisté (n=105)

■ ano, využili jsme ■ zatím ne, ale máme to v plánu ■ ne a neuvažujeme o tom



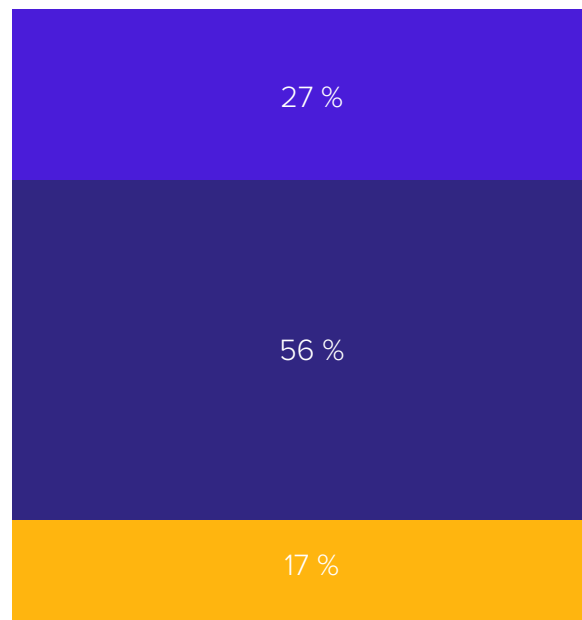
Nejméně často využívaným způsobem financování je bankovní úvěr, který je ale zároveň s půjčkou od investora nejčastěji v plánu. U bankovních úvěrů jsou největším problémem záruky, které banky požadují.

Další využití formy financování startupu



Kromě investice zakladatelů (většina) je druhou nejčastější formou vstup investora do vlastnické struktury společnosti.

Podíl startupů, které mají za sebou break-even



startupisté (n=105)

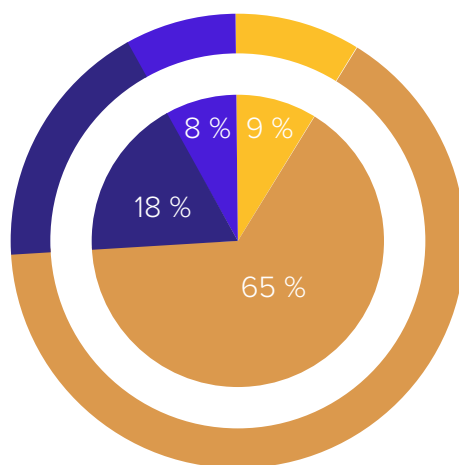
■ už máme za sebou ■ očekáváme do 12 měsíců ■ očekáváme za více než 12 měsíců



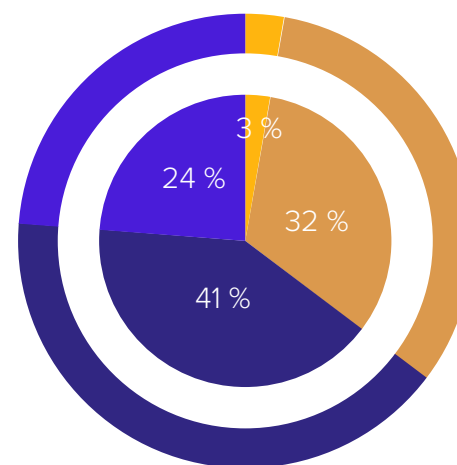
17 % startupů již je v provozním zisku, do jednoho roku tuto změnu očekává většina.

Z těch, kteří již break-even mají za sebou, začala třetina generovat stabilní a dostatečný zisk téměř ihned. Třetina do 1 roku a další třetina po více než 2 letech.

Co je podle startupistů v ČR dostupnější? Finance z banky nebo rizikový kapitál?



rizikový kapitál
(Business Angels, Venture Capital)



tradiční banky

startupisté (n=105)

■ rozhodně dostupné
 ■ spíše dostupné
 ■ spíše nedostupné
 ■ rozhodně nedostupné



Zatímco rizikový kapitál vidí většina startupistů (74 %) jako dostupný, zdroje z tradičních bank častěji jako nedostupné (65 %).

STR_
_ATEG
IE_
STA_
RT
_UPU

Toplines

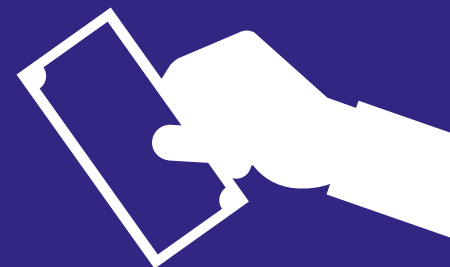


Při výběru externího partnera musí dojít ke vzbuzení důvěry. Významně může napomoci, když začne externí obchodní partner využívat služby nebo produkty daného startupu sám pro svoji obchodní činnost.

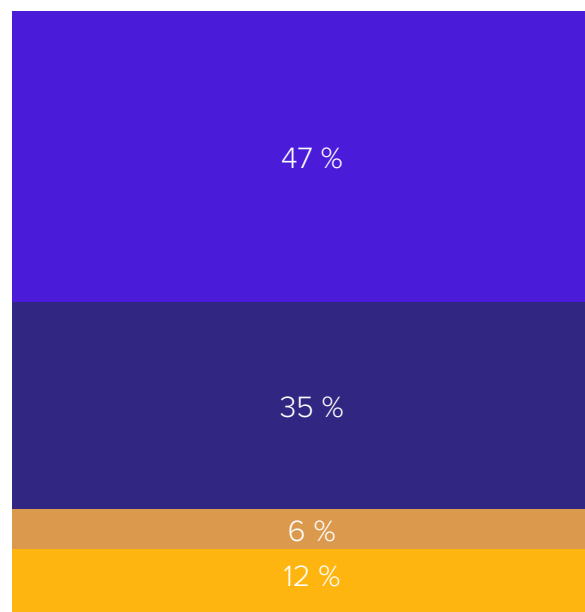
Startupisté si externí partnery vybírají především na základě předchozí osobní zkušenosti nebo referencí od známých. Nejčastěji zmiňované byly právní a účetní služby a pomoc s akvizicí nových zákazníků.

V prvních fázích podnikání není hlavním cílem generování zisku, ale především rychlý růst a expanze.

Marketingové služby externě nevyužívají, ale pokrývají tuto oblast vlastními zdroji a dá se říci, že se této oblasti systematicky ani nevěnují. Startupy jsou primárně zaměřené na vlastní podnikání a vše, co přímo nesouvisí s vývojem produktu v prvotních fázích, spíše co nejvíce upozaďují.



Jakým způsobem řeší startupy nejčastěji účetnictví?



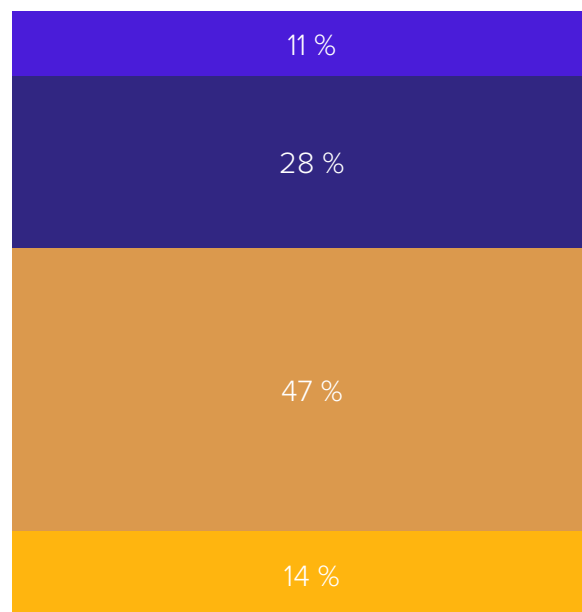
startupisté (n=105)

■ vedeme si účetnictví sami ■ zaměstnáváme účetní ■ máme účetní osvč
■ spolupracujeme s účetní firmou



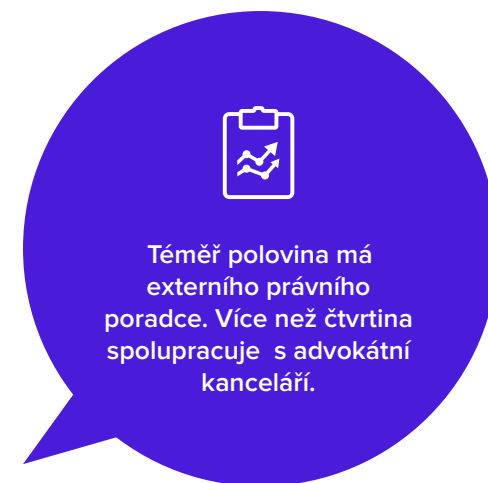
Téměř polovina spolupracuje s účetní firmou, třetina s účetní na IČO, desetina si vede účetnictví sama, minimum zaměstnává účetní.

Jakým způsobem řeší startupy nejčastěji právní služby?

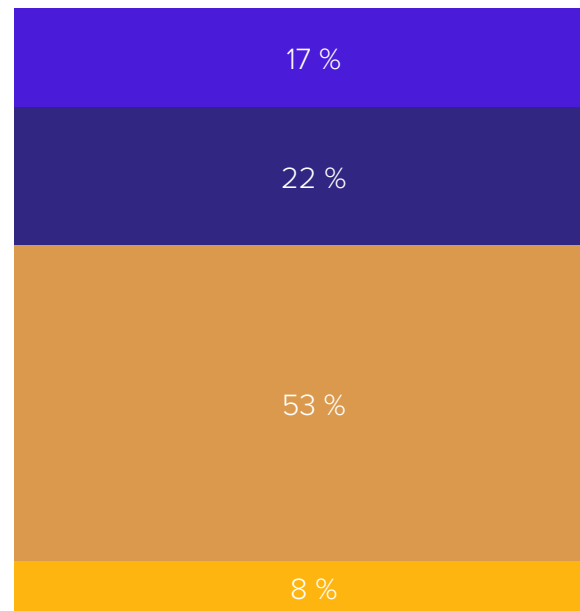


startupisté (n=105)

■ interní právní poradce ■ externí právní poradce ■ advokátní kancelář
■ nemáme právního poradce



Podíl startupů, které vyhodnocují úspěšnost na základě zisku



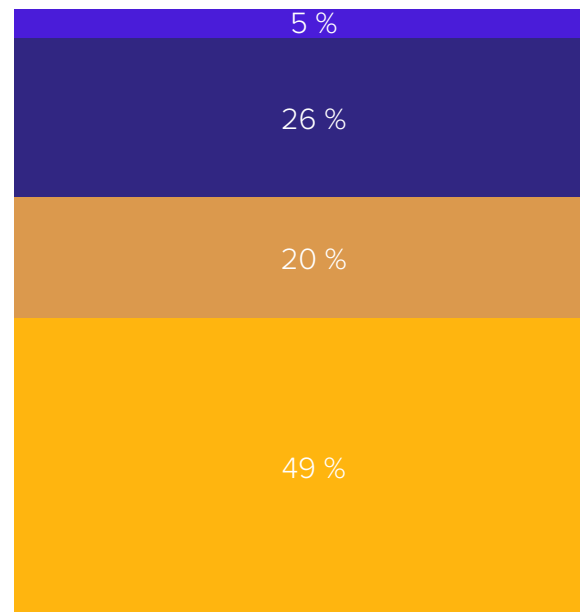
startupisté (n=105)

■ ■ jednoznačně ano ■ částečně
■ ne, rozhodující je pro nás tržní podíl/počet klientů ■ ne, máme jiná kritéria



Pouze pro méně než desetinu je zisk klíčovým kritériem. Dvě pětiny posuzují podle tržního podílu, počtu klientů nebo mají jiná kritéria.

Rozdělení startupů z hlediska strategie plánování v čase



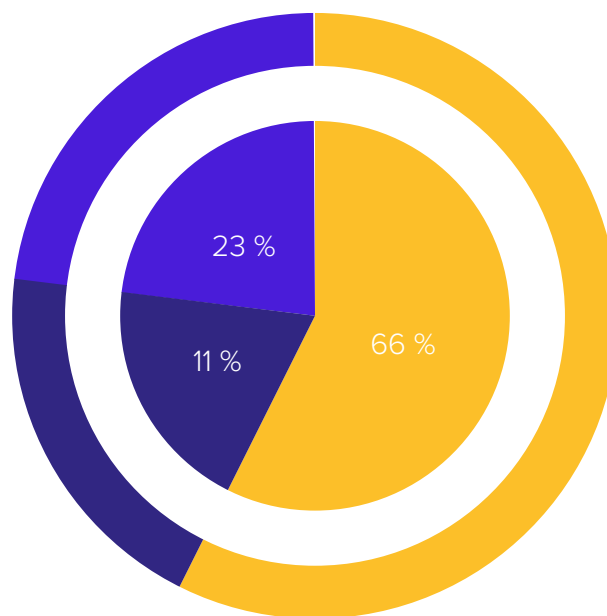
startupisté (n=105)

■ krátkodobé plánování: týdny – do 3 měsíců ■ krátkodobé plánování: 3 – 6 měsíců
■ dlouhodobé plánování: rok ■ dlouhodobé plánování: více let



Většině (69 %) se osvědčilo krátkodobé plánování. Pouze čtvrtina má dobrou zkušenost s ročním plánováním.

Podíl startupů, který si nechal zpracovat analýzu konkurence



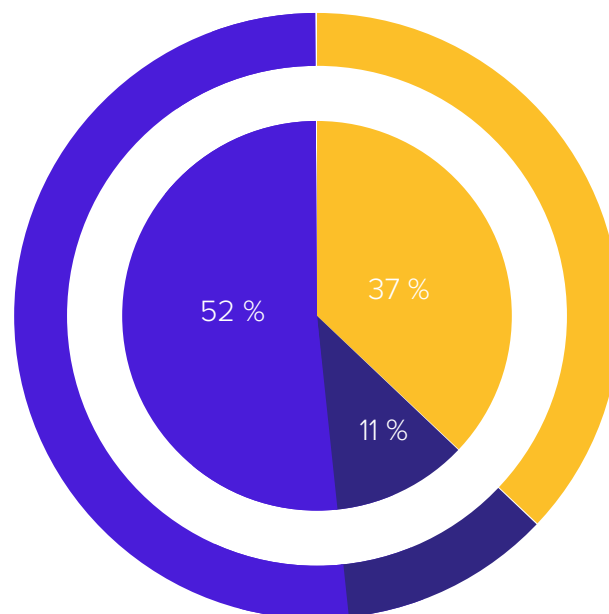
startupisté (n=105)

■ ano, interně ■ ano, externě ■ ne



Pouze desetina si nechala zpracovat analýzu konkurence externě. Většina (66 %) si ji zpracovala sama. Téměř čtvrtina nedělala analýzu konkurence vůbec.

Podíl startupů, který si nechal zpracovat marketingový výzkum



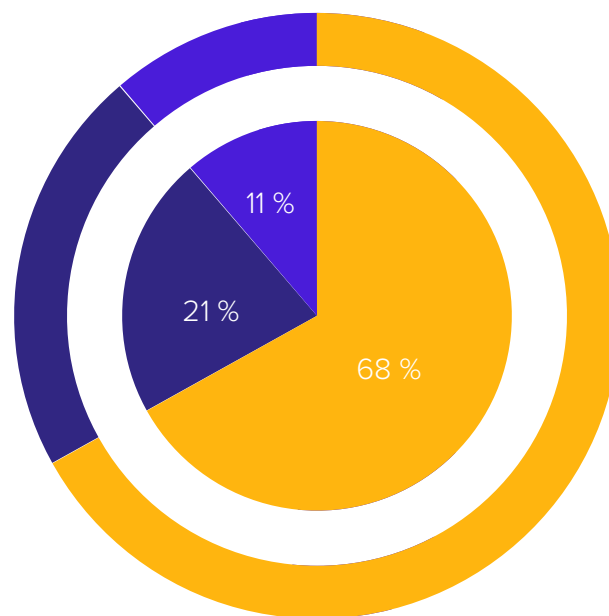
startupisté (n=105)

■ ano, interně ■ ano, externě ■ ne



Stejně jako analýzu konkurence si pouze desetina nechala zpracovat marketingový výzkum externě. Téměř polovina jej nemá provedený vůbec.

Podíl startupů, který řeší marketingovou komunikaci



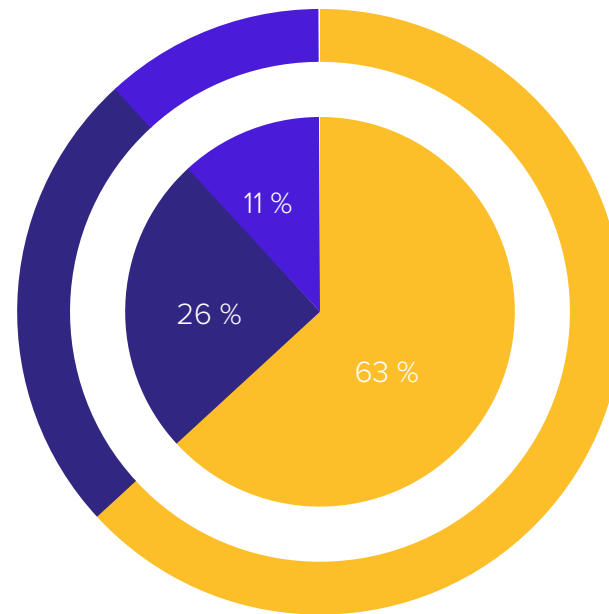
startupisté (n=105)

■ řešíme interně ■ řešíme externě ■ zatím neřešíme



Pouze pětina má zajištěnou externě. Desetina ji zatím neřeší ani interně.

Podíl startupů, který řeší PR komunikaci



startupisté (n=105)

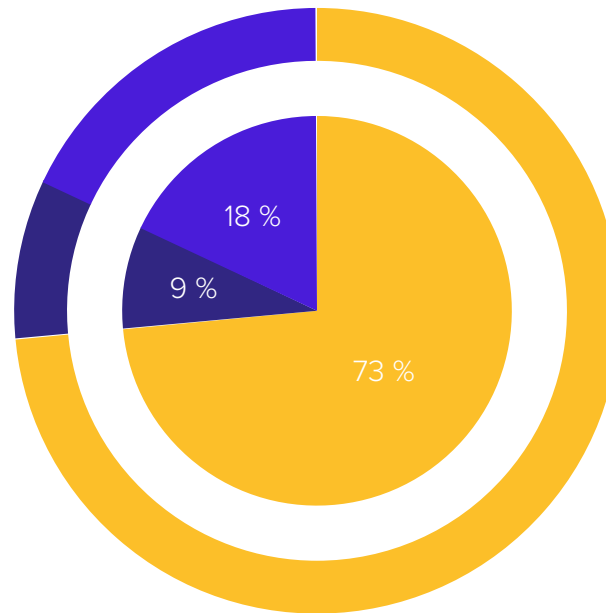
■ Řešíme interně ■ Řešíme externě ■ Zatím neřešíme



Čtvrtina má zajištěnou externě.
Většina (63 %) si řeší PR sama.
Desetina ji zatím neřeší ani interně.

Podíl startupů, který má za sebou fázi Proof of Concept*

*Ověření užitečnosti / využitelnosti
teoretického modelu v praxi.



startupisté (n=105)

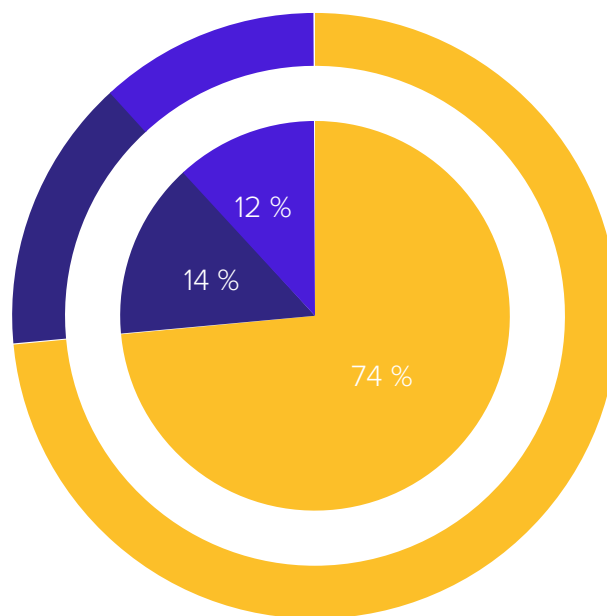
■ ano, již máme ■ zatím ne, ale připravujeme ■ ne a nemáme v plánu



Většina (73 %) má již za sebou.
Pětina nemá vůbec v plánu.

Podíl startupů, který má za sebou fázi Minimum Viable Product*

*Zavedení produktu / služby do praxe
v minimální funkční variantě.



startupisté (n=105)

■ ano, již máme ■ zatím ne, ale připravujeme ■ ne a nemáme v plánu



Většina (74 %) má již za sebou.
Pouze desetina MVP nemá
v plánu vůbec.

Z vlastních zkušeností víme, že míra a kvalita zpracovávání analýz konkurence je u mnoha startupů stále slabým místem. Příčinou může být právě fakt, že většina si je zpracovává interně bez hlubší znalosti toho, jak takovou analýzu zpracovat. Většina analýz od startupů, které jsme měli možnost vidět, byla ve formě pouhé rešerše. Z našeho pohledu je jádrem většiny problémů českých startupů nedostatečné zpracování marketingového průzkumu. Nepochopení trhu a zákazníka je mnohdy úskalím, které se projevuje v mnoha dalších krocích v budoucnu.

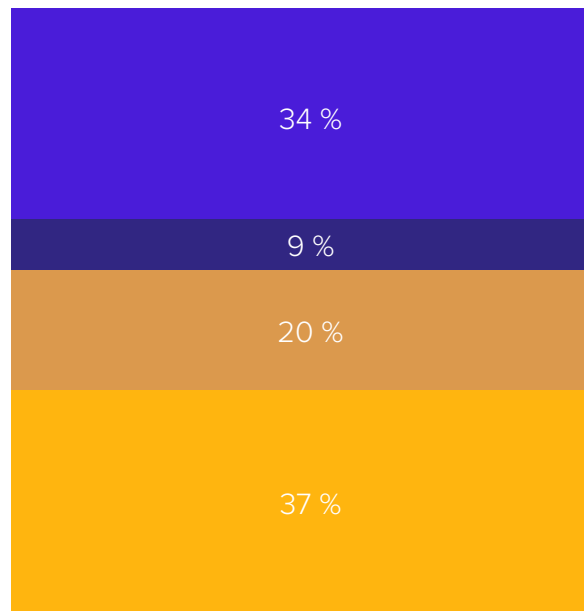
” *Hlavními důvody pro řešení marketingové komunikace skrze interní zdroje jsou především finanční náročnost a obava startupů, že externí řešení nebude dost flexibilní, nedokáže vyhovět specifikům startupů a nebude schopno reagovat na rychlé dění a změny.* **“**

Co se PoC a MVP týče, tak se obáváme, že zdaleka ne všechny startupy mají jasno v tom, co to skutečně znamená. Setkáváme se s přístupem horlivého vývoje a ve chvíli, kdy je konfrontujeme s metodikou a taktikou proof of concept, většinou jsou velmi překvapení, jak by s ní ve výsledku měli pracovat.



Pavel D. Bartoš,
Startup expert,
Co-founder, Happyend

Rozdělení startupů podle přístupu k motivaci členů týmu



startupisté (n=105)

■ podíl ve firmě
 ■ podíl ze zisku
 ■ podíl z obrátu
 ■ jinak

Jak jinak startupy motivují zaměstnance? (nativní komentáře startupistů)

- Mzdou a tím co děláme. Všem se to (zatím) líbí.
- Prozatím ztotožněním s vizí startupu, později ve formě podílu.
- Podílem ve firmě, příjemným prostředím a užitečnou prací
- Platíme pravidelnou mzdu.
- Tím, že děláme zajímavou věc. Nabízíme lidem možnost se učit, pracovat s globálními klienty, zlepšovat se v angličtině, atp.
- Klasickými odměnami a benefity.
- Možností podílet se na skutečně unikátním projektu.



Nejčastěji podílem ve firmě (37 %) nebo jiným způsobem (34 %). Pětina podílem ze zisku a pouze desetina podílem z obrátu.

Co by mohlo v rámci startupů nejlépe fungovat jako motivace? Co obecně motivuje více - podíl na zisku, z obratu nebo podíl ve firmě? Co říkáte na jiné způsoby motivování členů týmu? Viz nativní komentáře startupistů.

” Podle mě startupy nabízí pro kandidáty na trhu práce následující motivátory: **1)** možnost zapojit se do něčeho úplně nového, být součástí velmi zajímavých projektů; **2)** obrovskou míru volnosti; **3)** vysoké mzdy. To vše je ale vykoupeno jistým rizikem neúspěchu a nestability. Aby byli pracovníci angažovaní, pak je podíl (z firmy, zisku či obratu) výborným motivujícím faktorem. I v ne-startup firmách je potřeba, aby zaměstnanci (i když nemají možnost mít podíl z firmy, zisku či obratu) cítili, když se firmě daří a měli zájem na tom, aby se dařilo i nadále. To lze řešit různými odměnami závislými na hospodářských výsledcích společnosti, mimořádnými odměnami, akcemi a dárky pro zaměstnance atd. “



Kateřina Marková,

působí v interním HR v mezinárodní společnosti v oblasti automobilového průmyslu, předtím se věnovala externímu HR.

Co by mohlo v rámci startupů nejlépe fungovat jako motivace? Co obecně motivuje více - podíl na zisku, z obrátu nebo podíl ve firmě? Co říkáte na jiné způsoby motivování členů týmu? Viz nativní komentáře startupistů.

Práca v startupoch je príťažlivá najmä tým, akú majú víziu, poslanie, predmet podnikania, teda tým, ako ľahko je možné sa s firmou identifikovať a získať pocit zmysluplnosti v práci. Zároveň startupy poskytujú pomerne voľný priestor pre kreativitu, sebarealizáciu a vlastný prínos - sloboda a flexibilita sú jedny z hlavných výhod oproti nadnárodne riadeným spoločnostiam, ale i oproti veľkým lokálnym hráčom. Ďalším motivátorom by mohla byť široká škála originálnych benefitov, ktoré rešpektujú každého ako individualitu - napríklad deň voľna na narodeniny, alebo personifikovaný dar po prvom odpracovanom roku. Pocit, že patríte do komunity, ale napriek tomu ste ako jednotlivec dôležitý je veľmi motivujúci.

” Všeobecne sa dá ale povedať, že i v startupoch patria monetárne nástroje k základným motivačným / odmeňovacím nástrojom. Či sa jedná o podiel z obrátu, na zisku alebo podiel priamo vo firme je i otázkou, v akej fáze rozvoja sa spoločnosť nachádza a aká je veľká dôvera zamestnancov v jej dlhodobý úspech. Podiel z obrátu nemotivuje zamestnancov vnímať nákladovú stránku businessu, čím môže vzniknúť konflikt medzi vedením a jednotlivými zamestnancami a z dlhodobého hľadiska predstavuje riziko. Podiel na zisku je motivujúci a stimuluje k výkonu, v prípade pomalších začiatkov však môže byť tak nízky, že jeho motivačný efekt je minimálny. Podiel vo firme naopak podporuje dlhodobý záväzok a zodpovednosť voči startupu, podporuje identifikáciu s firemnými aktivitami a zvyšuje záujem o dianie a rozhodovanie v spoločnosti. “

Ideálna je kombinácia finančných a nefinančných nástrojov motivácie - mzda, podiel vo firme, ale i zachovanie slobody v rozhodovaní, flexibilita, komunitná a spolupatričnosť a pocit zmysluplnosti sú dôležité aspekty. To, čo ale motivuje každého človeka najviac je zažívať úspech - či už celej spoločnosti, alebo mať možnosť siahnuť si na osobný úspech. To je to, čo najviac poháňa a motivuje z dlhodobého hľadiska.



Veronika Bánovská,
HR Manager CZ/SK/HU,
Mondelēz International

What could best work as a motivation for startups?

Working in a startup can present an attractive challenge for those looking for a less rigid or 'corporate' work environment, but there is more to it than flexibility. We recently conducted a survey among our employees where hoped to learn more about what motivates people and how we can further develop our company culture. The two areas, which our employees mentioned most frequently when asked about what they enjoyed about working at Techloop are their colleagues and the work environment. Respondents indicated that they enjoyed working with people who were enthusiastic, positive, supportive and proactive. They also indicated that they liked working in a company, which fostered open communication, provided an informal environment and the opportunity to share ideas and contribute directly to the success of the company.

What generally motivates more - share in profit, turnover or share in the company?

Any of these can work well in my opinion; all of them demonstrate to the employees that they will be rewarded when the business meets its objectives. Share in profit or turnover are more short-term oriented, whereas shares are more long-term.

”

“

What do you say about other ways to motivate team members?

Where possible it's important to address this on an individual basis, what might motivate one person won't necessarily motivate another – and remember people are human beings and not human resources!

You need to support open communication, work with them as partners, listen to their ideas and where appropriate share information – it is also important for people to understand that they are accountable for their individual success and that their contributions are an important part of the overall success of the business.



João Duarte,
CEO,
Techloop.io - Recruitment Entrepreneur*



*Techloop.io je český startup, který spojuje IT profesionály s více jak 500 společnostmi

**Co Vás osobně motivuje v práci a jakou formu odměny si za vykonanou práci představujete?
Co obecně motivuje více - podíl na zisku, z obratu nebo podíl ve firmě? Jaké další způsoby
motivování se Vám zdají atraktivní?**

” Klasické odměny a benefity (plat, stravenky, příspěvek na pen.poj...) beru jako základní standard jakékoliv dobré firmy. Motivací v zaměstnání je pro mě určitá míra autonomie, různorodost činností a zpětná vazba od mng. Plus také osobní ohodnocení formou např. ročních bonusů, podílu ze zisku, % podílu firmy po dobře odvedené práci / realizovaném projektu mě motivuje k vyššímu výkonu nad požadovanou pracovní náplň. “



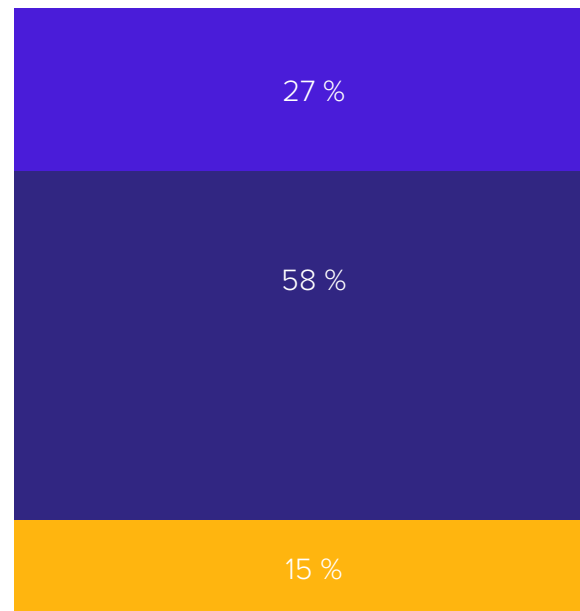
Petr Cupal,
EMEA Local HR Service Consultant - Functional team,
SAP Services s.r.o.

” Preferovala bych podíl z obratu, protože bude vyšší než ze zisku a na rozdíl od podílu ve firmě není zatížen velkou odpovědností. Z krátkodobého hlediska jsou ty peníze hmatatelnější. Preferuji to, protože jsem mladá. Co se týká jiných forem motivace – oceňuji lidský přístup a flexibilní pracovní doba. “



Anna Fuksová,
živnostník,
působí v oblasti office managementu

Podíl startupů, jež plánují přesun do zahraničí



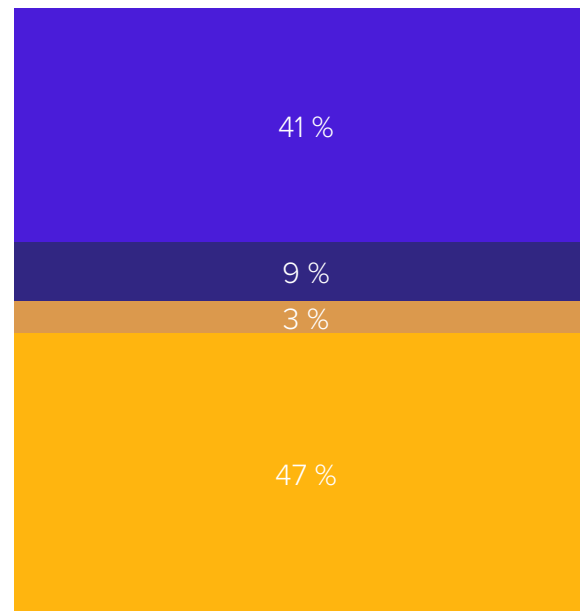
startupisté (n=105)

■ ano ■ ano, ale jen částečný (např. přesun obchodu, ale vývoj/zázemí zůstane v ČR) ■ ne



Nadpoloviční většina (58 %) má v plánu částečný přesun. Čtvrtina to nemá vůbec v plánu.

Ideální exit podle startupistů



startupisté (n=105)

■ strategický investor ■ IPO – veřejný úpis akcií
■ zařazení do portfolia investiční skupiny ■ něco jiného



Nejčastěji je za něj považován
strategický investor (47 %)



PRO_
BLÉ
MY_
STA_
RT
_UPŮ

Toplines

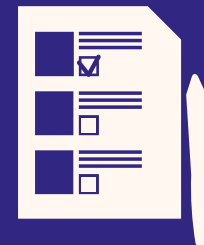
Mezi nejpalčivější problémy startupů patří jednoznačně lidské zdroje.

Z výzkumu nicméně vyplývá, že toto je dnes problém napříč celou ekonomikou. Na vině je velmi nízká nezaměstnanost, ale také nedostatek pracovníků ve specializovaných oblastech, především IT. Problémem je dnes nábor kvalitních IT pracovníků i pro zavedené společnosti, natož pro startupy, které si především v začátku nemohou dovolit vysoké výdaje na vývojáře. Řešením by mohla být motivace zahraničních IT pracovníků pro přesun do ČR či větší podpora ze strany státu.



Druhým zásadním problémem je **expanze do zahraničí**. Zde se tedy nabízí a očekává pomoc právě od externích partnerů.

Na třetím místě jsou pak „**praktické**“ **služby** spadající do oblasti podnikání (**marketing, finance a účetnictví, právní poradenství, PR, pomoc s prodejem**).



Nejpalčivější problémy startupů



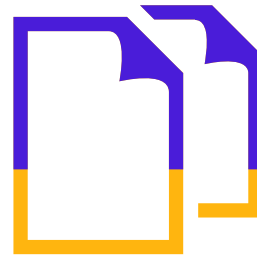
60 %

Lidské zdroje



35 %

Expanze do zahraničí



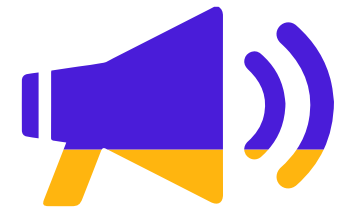
25 %

Právní záležitosti
(autorské právo, smlouvy,
dohody atd.)



25 %

Finanční zdroje



25 %

Marketing a PR komunikace

startupisté (n=85)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).



Jednoznačně lidské zdroje.
Druhým nejčastějším problémem
je schopnost expanze do zahraničí.

”

Lidské zdroje jsou nejpálčivějším problémem všech společností v současné době, není to záležitost pouze startupů. Pracovní trh je přehřátý a pracovníci si diktují podmínky. V tomto ohledu mohou mít startupy spíše výhodu – mohou flexibilněji reagovat na mzdové touhy kandidátů, aniž by jim to destruovalo mzdovou politiku. Jak jsem ale už komentovala jinde, to vše je vykoupeno jistou mírou rizika a nestability.

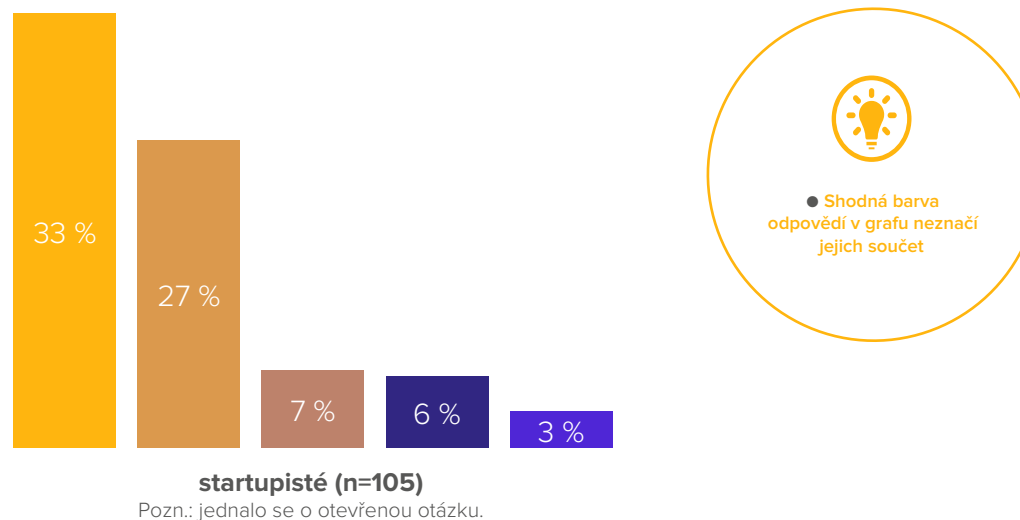
“



Kateřina Marková,
působí v interním HR v mezinárodní společnosti
v oblasti automobilového průmyslu,
předtím se věnovala externímu HR.

**STA_
_RT
UP
_OVÁ
SCÉ_
NA**

Doporučení člověku, který chce založit v ČR startup



- nevzdat se/být ctířadostivý ■ mít smysluplný produkt/pořádně rozmyslet nápad ■ být rychlý/udělat to hned
- doporučím mu jiný způsob podnikání (ne startup) ■ doporučím mu, aby spolupracoval se špičkovým obchodníkem/kvalitním týmem
- nákladová efektivita/sehnat finance/udělat si finanční analýzu ■ zaměřit se na komunikaci se zákazníky ■ čerpat informace ze zahraničí
- obezřetnost před úřady/finanční, sociální apod. ■ dobrý marketing ■ Kvalitní web
- navázat komunikaci s organizací podporující startupy ■ dostatek zkušeností/znalostí

” Už při založení startupu je třeba počítat s pozdějším vstupem investorů, což by mělo být zohledněno zejména ve společenské smlouvě/stanovách. Stejně tak je třeba mít v pořádku veškeré podstatné smlouvy. I mezi nejlepšími kamarády ze školy navíc v průběhu existence společnosti nutně dojde k neshodám, jakým směrem by se společnost měla dál ubírat. Situace, kdy mají například dva zakladatelé po 50 %, tak není žádoucí, jelikož může společnost paralyzovat v rozhodování (mimo jiné například o vstupu investora). “



Filip Košťál,
Entrepreneur Director,
Keiretsu Forum CEE

” Klíčové je zaměřit se na smysl celé věci z ekonomického pohledu, nedělat jen lokální „Monkey Business“. Svět je otevřen a je třeba toho využít. Udělat produkty/služby tak, aby byly škálovatelné a ideálně také globální. Optimální jak začít je zaměřit se na řešení problému, ať už pro B2B nebo B2C, který postihuje co největší skupinu lidí nebo firem, a tam nabídnout řešení. Tým jako tvůrce myšlenky je také důležitý a zde hraje roli především vůle. “



Lukáš Foral,
Partner v česko-britské venture
kapitálové společnosti Opifer



Nabídnout řešení pro reálnou
potřebu.

”

Jestli jde o založení s.r.o.- čka tak ať použije zalozfirmu.cz. Jestli jde o to dostat v ČR projekt do povědomí, být součástí startupového akcelérátoru, mohu jen doporučit. My absolvovali Startup Yard. Člověk tím získá spoustu užitečných kontaktů, feedback a nějaké peníze na rozjezd. Pořád je ale nejdůležitější mít projekt, který řeší reálný problém, a za kterým stojí motivovaný tým - pak je vlastně i jedno jestli se firma zakládá v ČR nebo jinde.

“



Jakub Havej,
zakladatel a CEO,
ClaimAir

”

Focus on creating value – you need to get paid for something. At least once. Once you've proven people / businesses are willing to pay for the value you created, you've done the hardest part. Now you "just" need to grow, grow, grow.

“

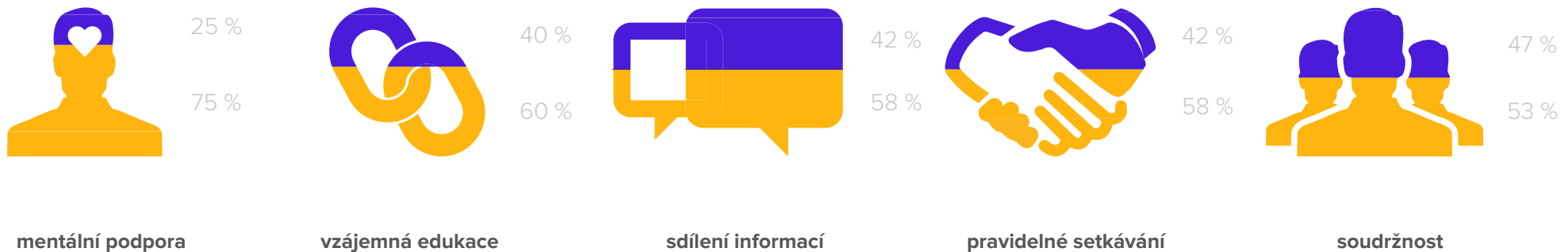


João Duarte,
CEO,
Techloop.io –
Recruitment Entrepreneur



Nevzdat se a mít smysluplný
produkt/nápad.

Co podle startupistů v ČR funguje skvěle?



startupisté (n=105)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

■ funguje skvěle ■ nefunguje



Nejlépe funguje setkávání se a mentální podpora. Nejméně naopak soudržnost.

Toplines

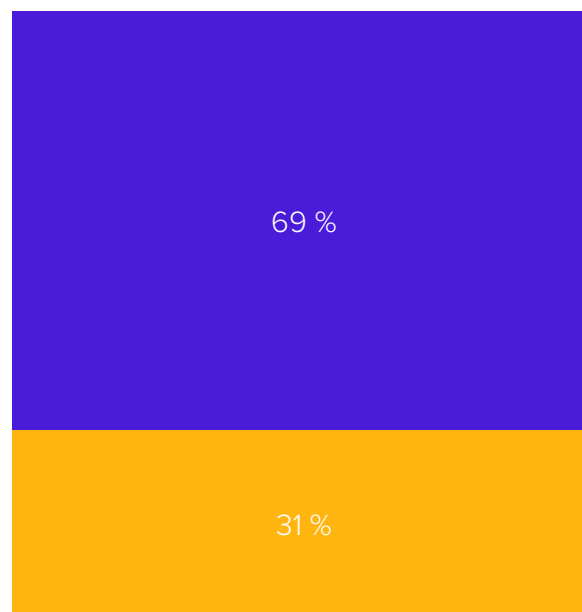
**Akcelerátory stále nejsou startupy
pro svůj rozvoj plně využívány.**

Důvodem může být relativně nižší výskyt mimo Prahu a také stále ještě menší obeznámenost a zvyk akcelerátory využívat. Případně je projekty nepotřebují a mají jiné priority.



Ti, co akcelerátory využili, **mají
v naprosté většině pozitivní zkušenost.**

Podíl startupů se zkušeností s akceleračním programem



startupisté (n=105)

■ ano ■ ne



Akceleračních programů využila pouze třetina dotazovaných startupů. Mezi hlavní důvody, proč někteří program nevyužili, patří nedostupnost kvalitního programu s potřebným zaměřením v regionu, kde působí. Startupisté také uváděli, že je pro ně absolvování programu zbytečné a raději se soustředí na naplnění svých cílů.

” Účast v programu StartupYard byl pro Cryptelo rozhodující zlom - za 3 měsíce jsme získali klíčové kontakty a know-how, které bychom nebyli schopni získat ani za 3 roky. “



Martin Baroš,
CEO, Cryptelo

” *SOCIFI dbá na zapojení mladých talentů. Akcelerační programy, zejména pro konkrétní typy startupů, mohou být velmi užitečné. V případě existence vhodného akceleračního programu se naše společnost ráda zúčastní. Zatím jsme ale takový neviděli. Cítíme, že pro náš růst je nyní klíčový pohled zvenčí, a proto využíváme náš advisory board.* “



Kateřina Chroustovská,
Developer, SOCIFI

” Zajímavý je nejen celkem nízký podíl startupů, které takové programy využily, ale i relativně malý přehled a znalost toho, jaké možnosti vlastně mají. Mnoho zakladatelů startupů často neví, kde a za jakých okolností mohou takovou podporu získat. “



Petr Mandík,
Startup expert,
Co-founder, Happyend

Accelerators are still not fully utilized by startups for their development. The reason may be a relatively lower occurrence outside of Prague, also less familiarity and the habit of using the accelerators. Alternatively, projects say they do not need to be part of the accelerator and have other priorities (time/rather scaling-up their business fast).

”

Some of them say they haven't found yet a suitable accelerator
(not only within the Czech Republic).

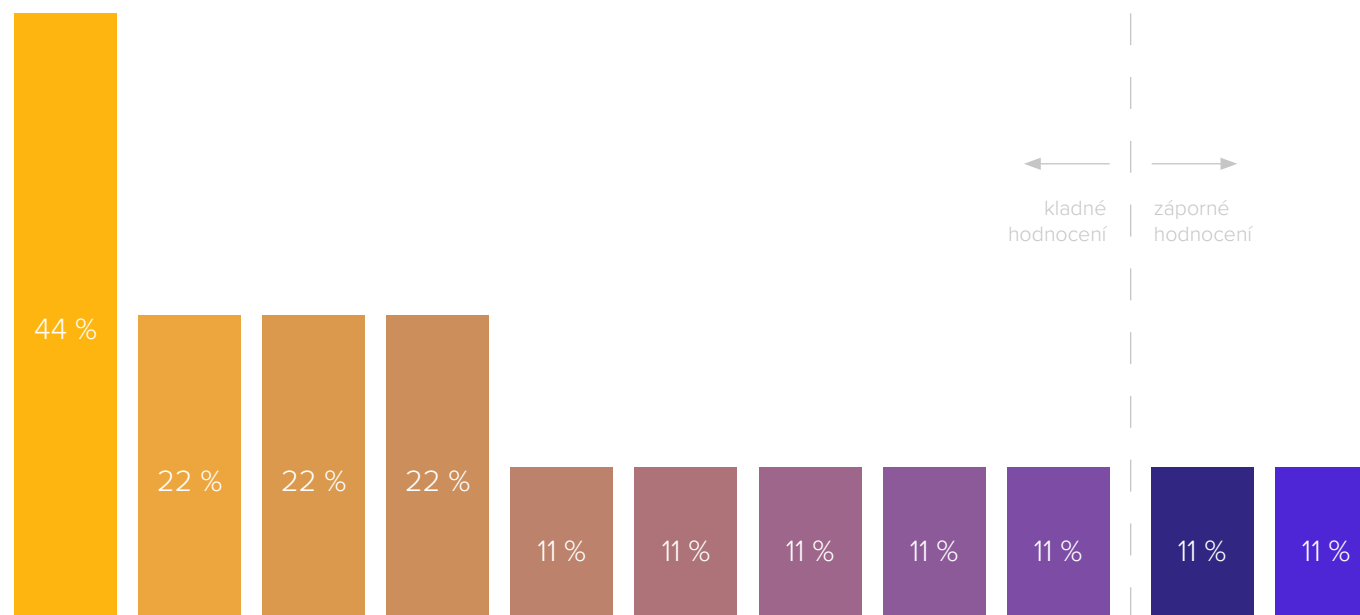
Building a company from scratch takes a lot of skills and qualities but an important one is to realize that you don't know everything and you will need all the help and support you can find. This is what accelerators do and the reason why 100% of our alumni would recommend us to another founder.

“



Cedric Maloux,
CEO,
Startup Yard

Co startupisté nejvíce oceňují na akceleračních programech?



startupisté (n=33)

pouze ti, kteří se zúčastnili nějakého akceleračního programu.

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

- mentoring/zpětná vazba ■ networking ■ free office ■ výborné zázemí
- přímá investice od akcelérátoru ■ srozumitelnost programů ■ reprezentativnost ■ právní služby
- možnost spolupráce s ostatními startupy ■ spolupráce mezi startupy ■ neefektivnost/nepomohlo to



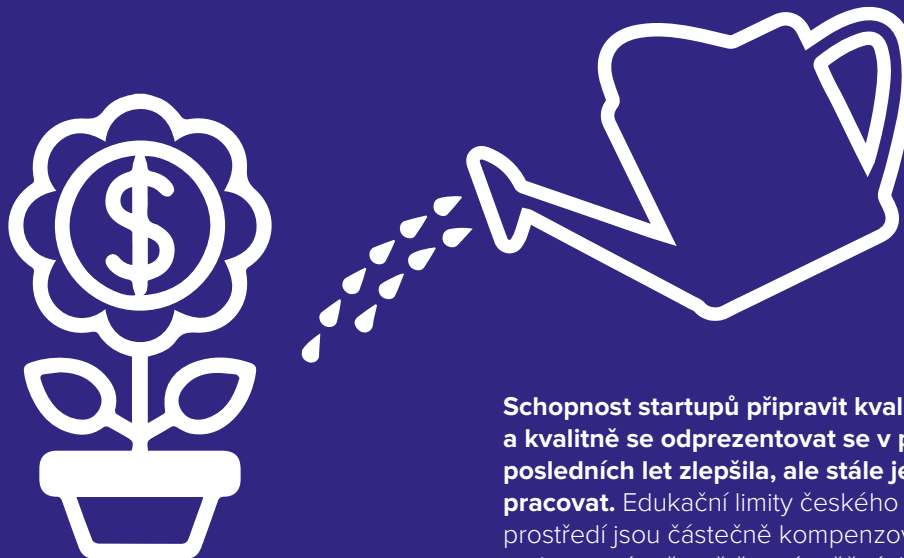
Převažuje pozitivní hodnocení (78 %).
Nejčastěji je oceňován mentoring a zpětná vazba. Kritizována je naopak spolupráce mezi samotnými startupy.



STA_ RT_ _UP_ A_IN_ _VES TOR

PARTNERSTVÍ

Aspekty investice a připravenost startupů na byznys

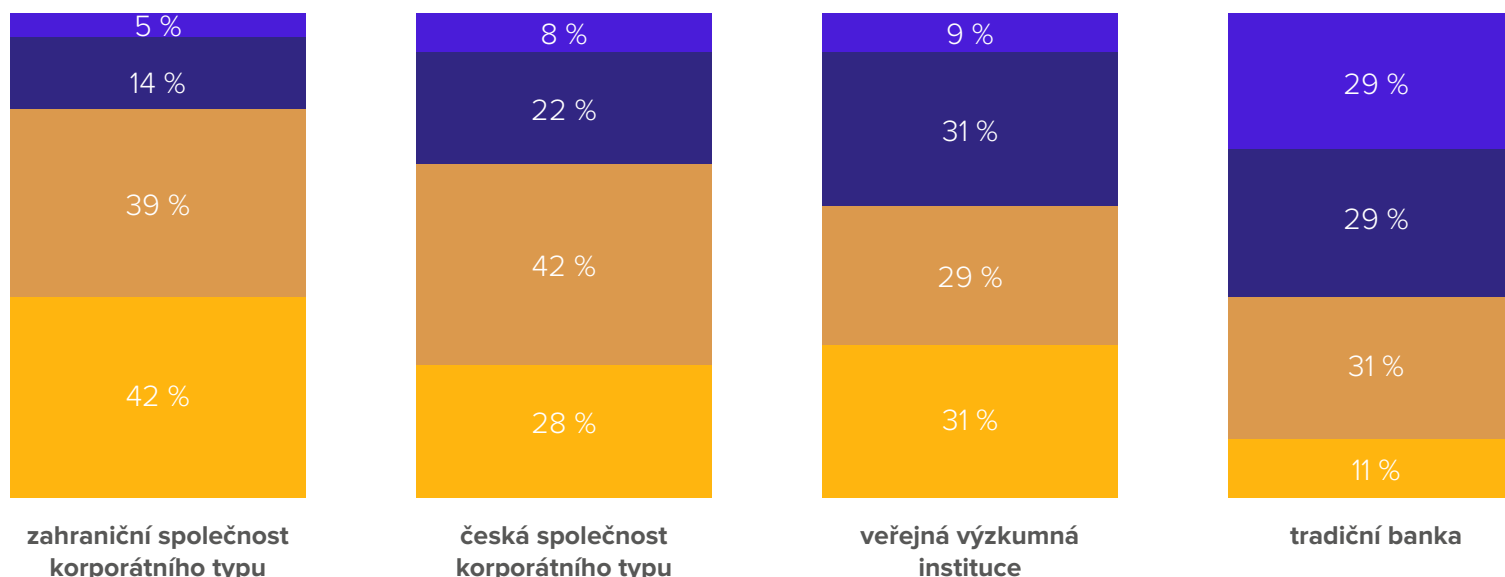


Investice do startupů je obecně vnímaná jako **relativně velmi pracná** – je vždy kombinací důkladných byznys analýz. Všichni úspěšní investoři ale také přiznávají, že nezbytná je schopnost vycítit potenciál a následná aktivní účast. Nestačí finanční prostředky do startupů vložit, ale je zapotřebí se o tuto investici po celou dobu starat a se startupy aktivně pracovat a pomáhat jim.

Podle investorů je zapotřebí nedostatečnou připravenost na podnikání či založení a provozování úspěšného startupu „hledat“ již ve škole, při vzdělávání studentů. **Škola a klasická rodina nepodporuje kreativitu, unikátnost, podnikavost, ale spíše vede k průměrnosti, jistotě a konzervativismu.** Častou kritikou školství je nedostatečné mezioborové vzdělávání, které nezajišťuje schopnost obsáhnout více činností v rámci malých startupových týmů. „Odborníci“ postrádají byznysovou stránku v kombinaci s hlavním předmětem jejich podnikání.

Schopnost startupů připravit kvalitní byznys plán a kvalitně se odprezentovat se v průběhu několika posledních let zlepšila, ale stále je na čem **pracovat**. Edukační limity českého podnikatelského prostředí jsou částečně kompenzovány pozitivním prvkem – tím, že většina úspěšných startupistů se snaží svůj úspěch „vrátit zpět“ a pomáhají sami mladému startupovému trhu formou svých vlastních investic.

S kým si startupisté dovedou představit partnerství?



startupisté (n=105)

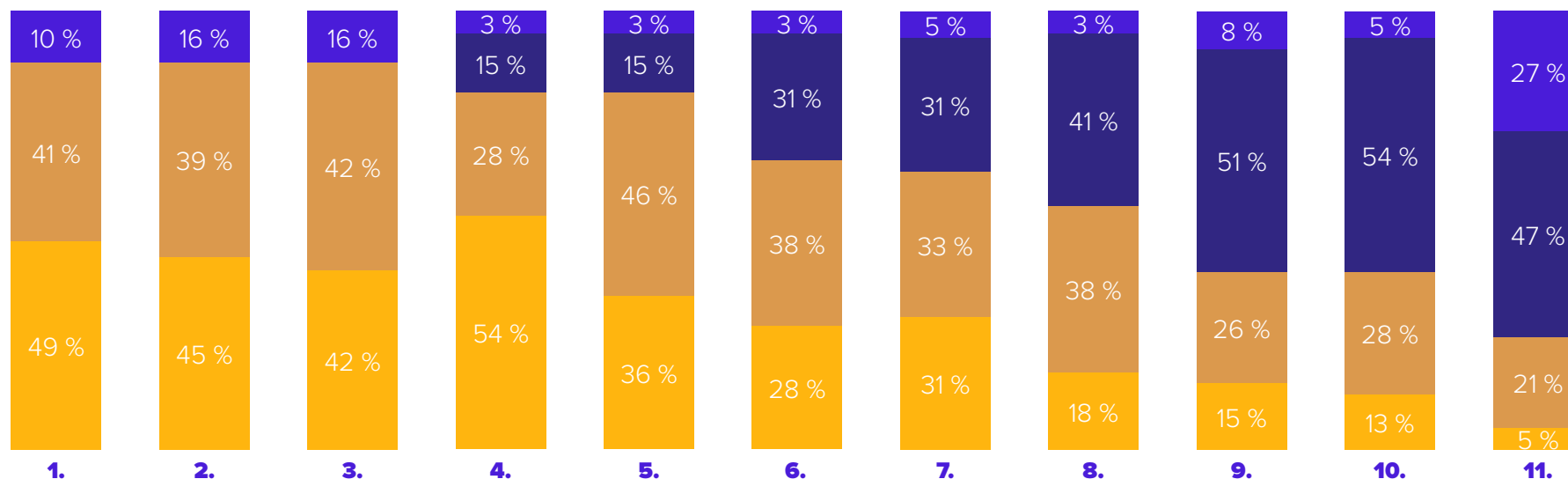
Řazeno dle TOP2BOX

■ rozhodně ano
 ■ mohlo by to být zajímavé
 ■ nedovedu si to představit, ale nebránili bychom se
 ■ rozhodně ne



Nejčastěji se zahraniční společnost korporátního typu. Nejvíce odmítaví jsou startupisté k tradičním bankám.

Jakou formu podpory by startupy uvítaly ze strany investora?



startupisté (n=33)
Řazeno dle TOP2BOX

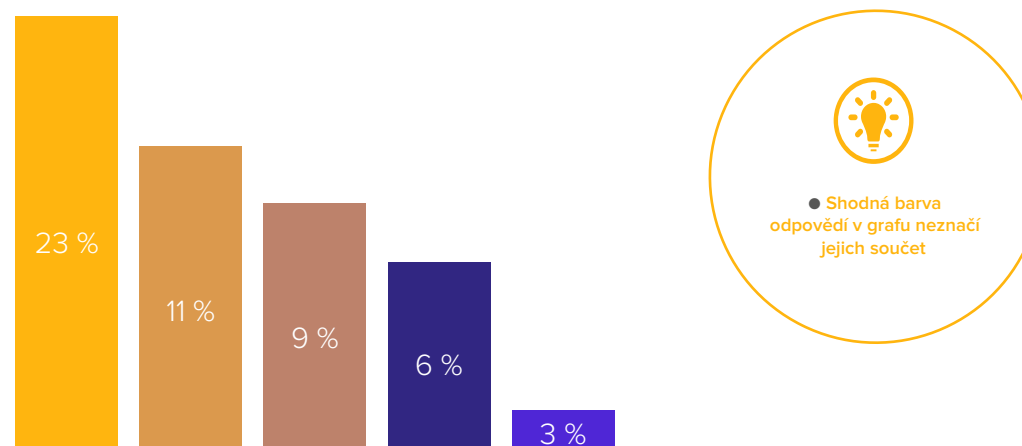
1. budování kontaktů 2. rozšíření byznysu 3. komunikace se zahraničím 4. sales
5. marketing a PR komunikace 6. rozšíření produktu/služby 7. strategické směřování
8. inovace produktu/služby 9. administrativa 10. nastavení procesů 11. logistika

■ rozhodně ano ■ spíše ano ■ spíše ne ■ rozhodně ne



Více než polovina by rozhodně potřebovala pomoc s prodejem. Velmi vítanou formou podpory je budování sítě kontaktů.

Co by startup nabídl společnosti korporátního typu



startupisté (n=105)

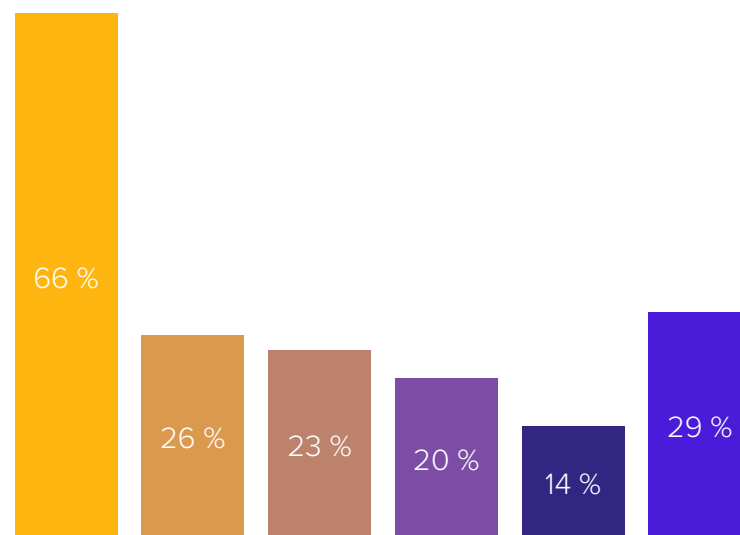
Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

- inovace/jiný pohled při řešení problému/rozvoj
- podíl/podíl na zisku/investice
- rozšíření portfolia/nabídka dalšího produktu, služby
- záleží, co nabídne společnost korporátního typu
- know-how/tržní segment, kterému rozumíme
- výzkum/věda/vývoj
- nespolečněval(a) bych
- kreativita
- efektivní management
- přístup zaměstnanců s vysokým potenciálem
- posílení prodeje/konkurenceschopnost
- zvýšení marže zákazníků
- originalita/odlišení od konkurence
- logistika
- průmysl
- automatizace
- vzdělávání
- jiné/ostatní
- nevím/bez odpovědi



Inovativní řešení.
Podíl na zisku.
Rozšíření portfolia.

Očekávání startupu od společnosti korporátního typu



startupisté (n=105)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

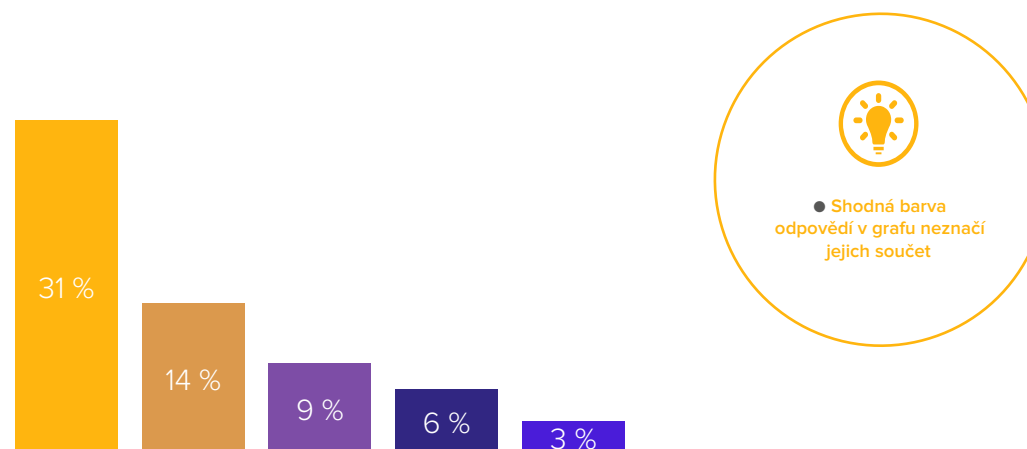


- strategická investice
- podpora inovací
- rychlost spolupráce a flexibilita při vytváření společných produktů a služeb
- sdílení dat (anonymizovaných nebo produkčních)
- stabilní zázemí
- technologické zázemí
- procesní zázemí
- financování formou úvěru
- něco jiného



Strategická investice.
Podpora inovací/flexibilita
ve spolupráci/sdílení
dat.

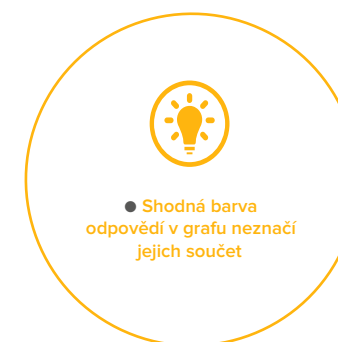
Co od partnerství se společností korporátního typu odrazuje



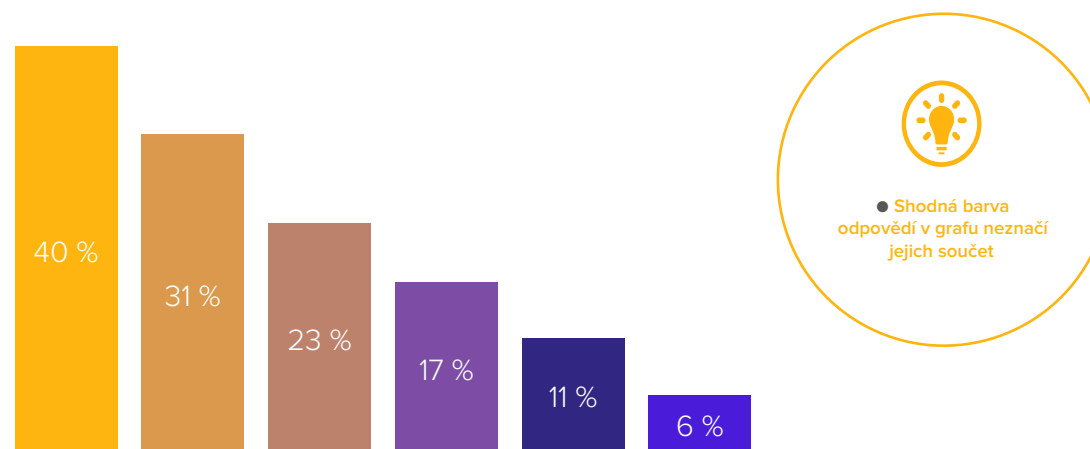
startupisté (n=105)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

- nepružnost/dlouhé rozhodovací procesy
- zkosnatělost/formálnost/stereotyp
- komplikovanost
- byrokracie
- vše
- korporátnost
- kontrola
- neflexibilita
- zpomalení růstu
- špatné zkušenosti
- ziskuchtivost
- nuda/nezajímavost
- nepřátelství
- pracovní podmínky
- bez pravomocí
- nic



Nejvíce přátelská banka pro vytvoření partnerství



startupisté (n=105)

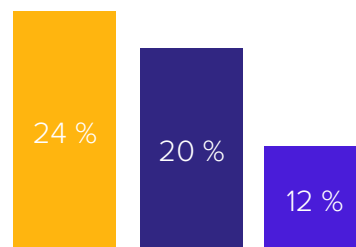
Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

■ Fio banka
 ■ Air Bank
 ■ Raiffeisenbank
 ■ Česká spořitelna
 ■ ČSOB
 ■ Komerční banka
 ■ Moneta Money Bank (dříve GE Money Bank)
 ■ Equa bank
 ■ UniCredit Bank
 ■ ostatní



Jako nejvíce vstřícnou vnímají startupy Fio banku, následovanou Air Bank. U první jde zřejmě o poněkud benevolentnější přístup, co se některých regulací týče, u Air Bank pak hraje roli její dlouhodobá profilace jakožto banky pro mladé a začínající podnikatele.

Doporučení člověku, který chce investovat v ČR do startupu



startupisté (n=105)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

■ zaměřit se na kvalitu týmu ■ důkladná analýza produktu/služby/nápadu ■ potenciál produktu/služby (škálovatelnost, globální potenciál) ■ finanční analýza ■ trpělivost



Soustředit se na kvalitu týmu. Posoudit smysluplnost produktu/služby s ohledem na jejich globální potenciál, škálovatelnost a dostatek potenciálních zákazníků.

” *Neinvestovat sám, najít partnery kteří se v oboru vyznají a přinesou jako investoři pro daný startup nějakou přidanou hodnotu. Neinvestovat z nadšení, ale racionálně analyzovat. Při hodnocení startupu, a tedy investiční příležitosti, považuji za klíčové: **1)** analýza úspěšnosti business plánu a **2)** tým, který má plán naplnit.* “



Lukáš Foral,
Partner v česko-britské venture
kapitálové společnosti Opifer

” Využít zázemí mezinárodní sítě investorů, kteří formou syndikovaných investic sobě navzájem pomáhají snáze se zorientovat v jednotlivých investičních příležitostech a zároveň dohromady přinášejí tolik potřebné chytré peníze, zkušenosti a kontakty cenné pro startupy, které potřebují rychle růst. “



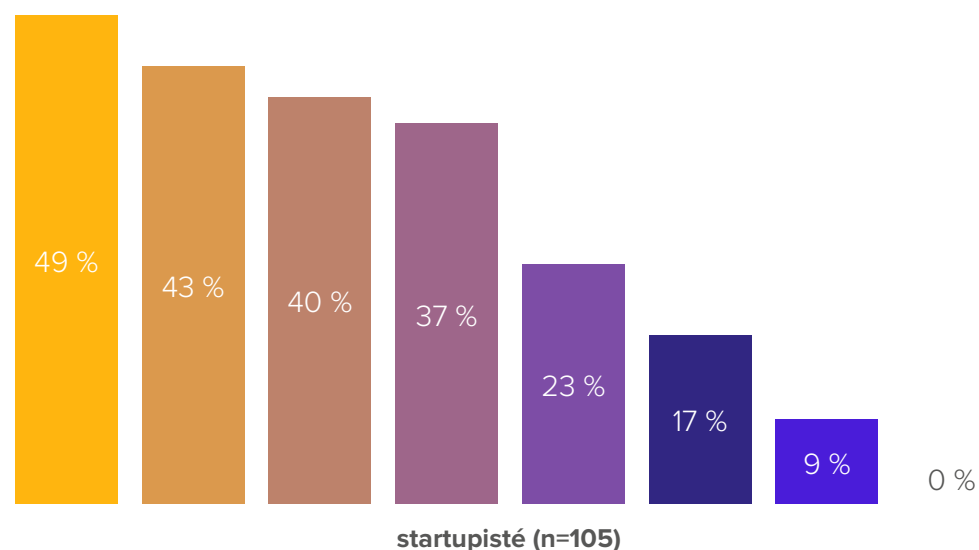
Petr Lemoch,
COO,
Keiretsu Forum CEE

” Klíčem k úspěchu je vyvážený, ambiciózní a přitom dostatečně komerčně a oborově erudovaný tým s velkou mírou pokory a sebereflexe a obrovskou pracovitostí a posedlostí uspět! Podstatné jsou rovněž ověření referencí a dosavadní “track record”. Finanční plán je potřeba nahlížet zejména jako projev dostatečného vhledu do nákladnosti vývoje a rozvoje businessu a schopnosti finančního plánování. Celkově by se investoři ze 70% měli zaměřovat na tým a otázky související s komercializací / prosazením na trhu a jen ze 30% na produkt samotný. “



Marek Jablonský,
Executive Director,
Springtide Ventures

Plusy startupu při usilování o investora v ČR



Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

- škálovatelnost
 návratnost investice
 složení týmu a jeho zkušenosti
 osobnost zakladatele/ů
- vize a podnikatelský plán
 potenciální zisk
 originalita nápadu
 společenský přínos produktu/služby
- něco jiného
 ekologický přínos produktu/služby



Škálovatelnost.
Návratnost investice/
Složení týmu a jeho
zkušenosti/Osobnost
zakladatelů.

” *Zisk a s ním související návratnost vložené investice jsou sice pro investora při rozhodování zásadním bodem, jsou ale výsledkem, nikoli příčinou úspěchu. Tím nechci říct, že by startup neměl finančně plánovat a nemusel umět vysvětlit, jak na spolupráci investor vydělá. Neměl by ale zapomínat na faktory, které mu pomůžou vysněných výsledků dosáhnout: dobrý tým – který má jasnou vizi, zvládne zastat všechny klíčové role a funguje v něm správná chemie; dobrý produkt – který má jasnou hodnotu pro zákazníka, dá se snadno škálovat a nejde jen tak okopírovat; a na konec, a na to se někdy zapomíná, dobrý timing – na trh musí přicházet ve správný okamžik.* “



Lukáš Konečný,
Financial Manager,
Y Soft Ventures

”

*Klíčové faktory z pohledu investora na které se zaměřujeme je **1)** vize, plán, **2)** tým **3)** škálovatelnost, **4)** návratnost investice.*

“



Lukáš Foral,

Partner v česko-britské venture kapitálové společnosti Opifer

Mimo uváděných kvalit je rovněž zapotřebí:

- ” 1) *zhodnotit úroveň konkurence a to jak v době investice tak i v horizontu do potenciálního Exitu. Klíčové přitom je a) jak rychle roste adresovatelný trh a b) jaké bariéry vstupu si dokáže projekt při svém růstu budovat.* “
- 2) *posoudit vhodnost prodejní a distribuční strategie pro daný produkt / službu, nákladů na prodej a schopnosti dostatečně rychle otevírat distribuční kanály.*



Marek Jablonský,
Executive Director,
Springtide Ventures



HOD_ NO _CENÍ

PODNIKATELSKÉHO
PROSTŘEDÍ
V ČR

Jak se liší pohled startupistů a živnostníků na podnikatelské prostředí v ČR?



startupisté

- Startupisté jsou celkově optimističtější než živnostníci. Podnikatelské prostředí v ČR nevidí tak černě. Snaží se hledat spíše světlé stránky, akcentovat to, co funguje a vidět to, v čem čeští podnikatelé vynikají. Startupisté častěji vnímají české podnikatelské prostředí jako inovativní a inspirativní. Živnostníci naopak jako korupční a chudé na finanční zdroje.
- Startupisté se více zaměřují na svůj projekt a méně na podnikatelské prostředí jako takové.
- Startupisté i živnostníci se shodují v tom, že nejpalčivějším problémem je obecně byrokracie.



živnostníci

Startupisté kromě toho na rozdíl od ostatních skupin vnímají české podnikatelské prostředí jako místo vytvářející rovné podmínky pro všechny účastníky trhu. Dále jej také vidí jako srovnatelné s okolními vyspělými evropskými státy. Rozdíl se zahraničím spočívá pouze v ochotě riskovat, která je podle startupistů v České republice neopodstatněně nižší. Větší míře ochoty jít do rizika založení startupu by například pomohla důraznější medializace úspěšných podnikatelských příkladů.

Čeští startupisté se minimálně svým optimistickým přístupem výrazně vymykají, a to navzdory tomu (nebo možná právě proto), že startupové podnikání je považované obecně za nejvíce rizikové. Kromě toho je v českém prostředí stále poměrně silně zakořeněno heslo „úspěch se neodpouští“. Na úspěšné podnikatele veřejnost stále pohlíží jako na někoho, kdo se dopustil jistě něčeho „nekalého“. Neúspěch je naopak v českém prostředí určitým „cejchem“. Je s ním nakládáno jako se skutečností,

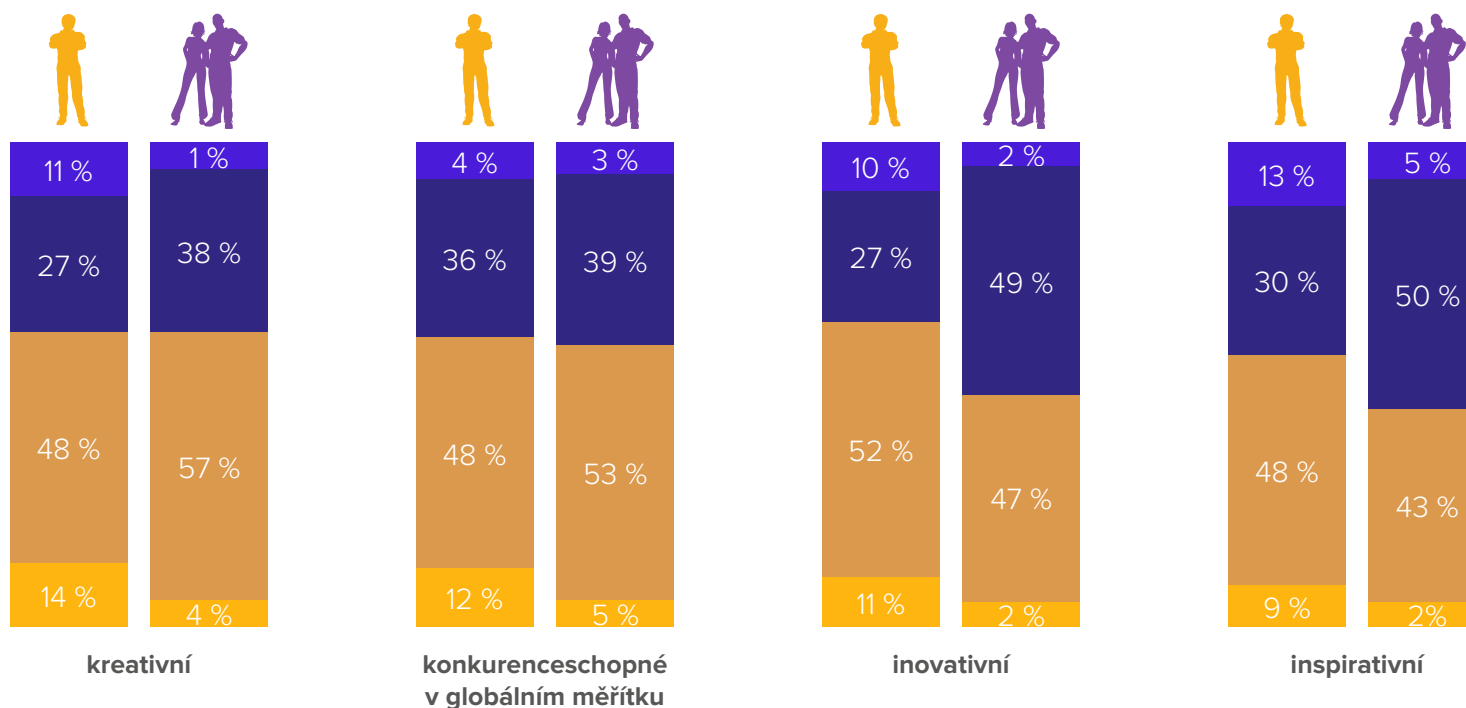
kterou je lepší skrývat, a nikoliv jako se specifickou a důležitou zkušeností v podobě ponaučení se z neúspěchu. Dokonce se místy může zdát, že startupisté jsou svým pozitivismem více „euro-američtí“ než „čeští“. Jak si vysvětlit tento polaritní rozdíl v hodnocení českého podnikatelského prostředí mezi skupinami? Je perspektiva startupistů příliš idealistická pod vlivem počátečního nadšení a ostatní jsou naopak uzávkováni v kulturně-politickém stereotypu pochybování?

” Podnikatelské prostředí v České republice není moc nakloněné drobným podnikatelům
vzhledem k poplatkům a byrokracii. Živnostníci nejsou státem podporováni a naopak jsou ještě
znevýhodňováni. Startatupisté jsou v úplně jiné pozici. “



Monika Červinková,
zabývá se výzkumem trhu,
PerfectCrowd

Hodnocení podnikatelského prostředí v ČR – pozitivní atributy



startupisté / živnostníci (n=105)

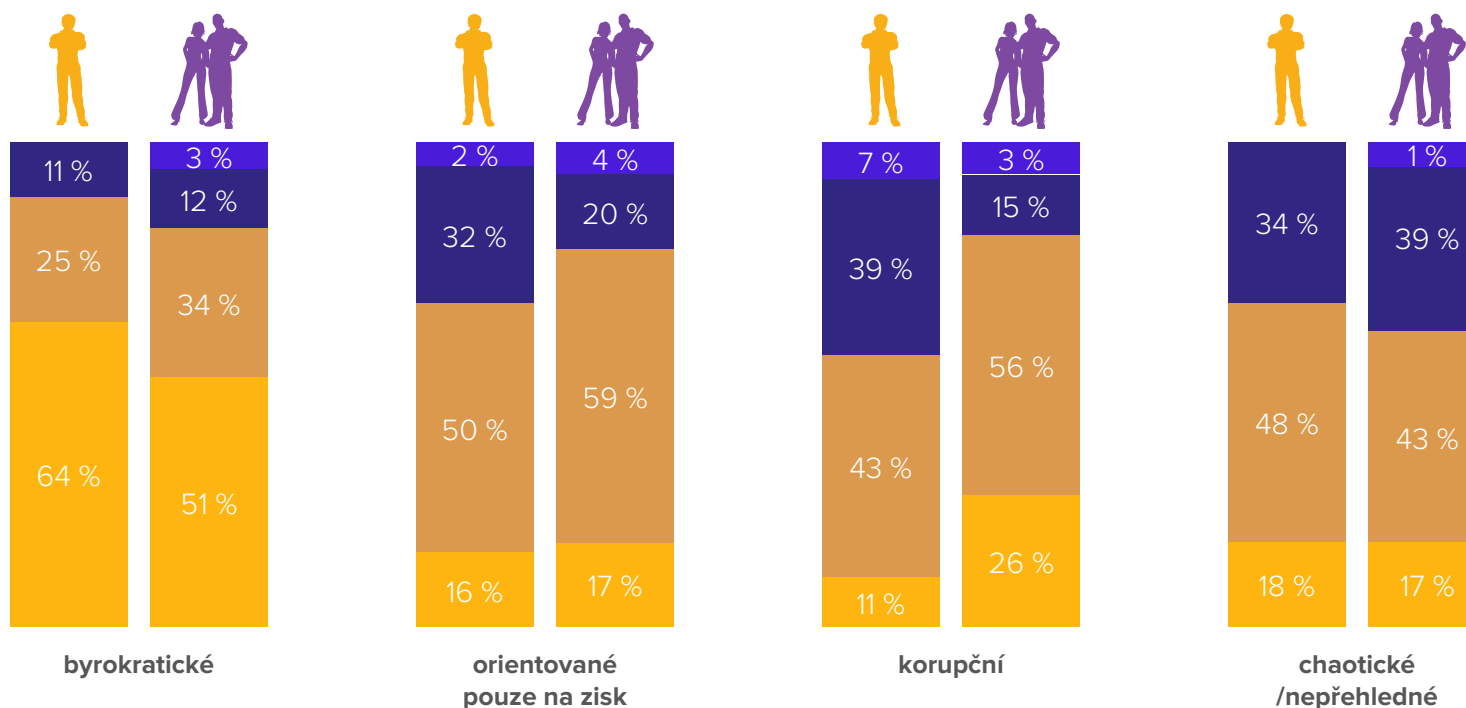
Řazeno dle průměrného top2box za všechny zobrazené skupiny respondentů

■ rozhodně souhlasím
 ■ spíše souhlasím
■ spíše nesouhlasím
 ■ rozhodně nesouhlasím



Startupisté vnímají celkově podnikatelské prostředí v ČR pozitivněji než živnostníci. Výrazně častěji jej vidí jako inovativní (63 % vs. 49 %) a inspirativní (57 % vs. 45 %).

Hodnocení podnikatelského prostředí v ČR – negativní atributy



startupidisté / živnostníci (n=105)

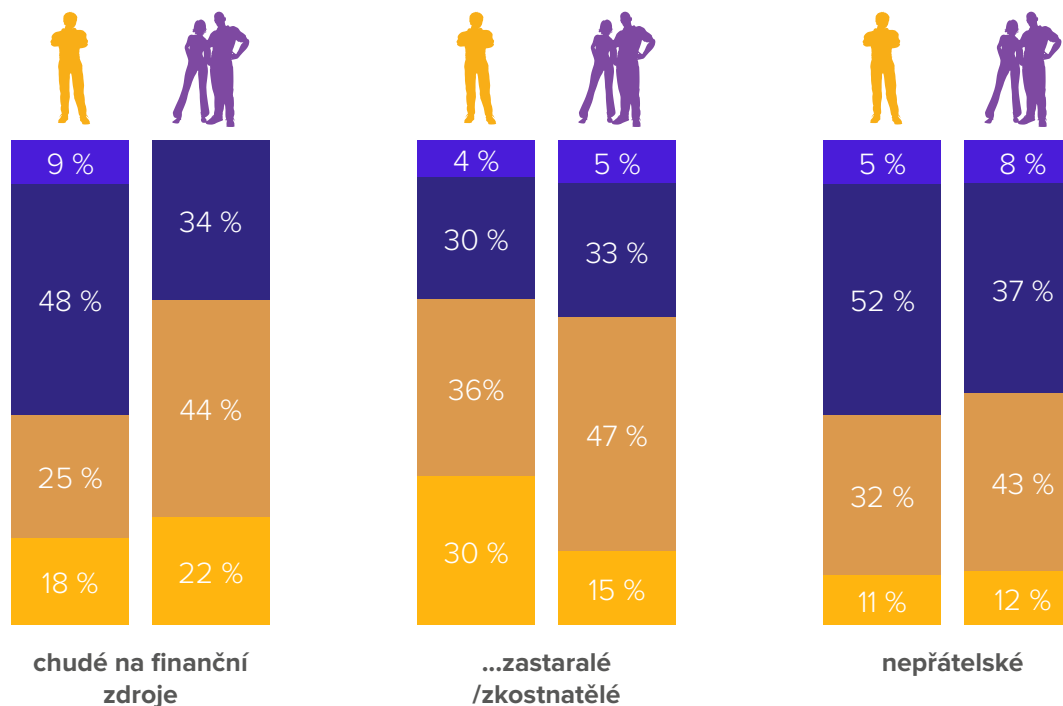
Řazeno dle průměrného top2box za všechny zobrazené skupiny respondentů

■ rozhodně souhlasím
 ■ spíše souhlasím
 ■ spíše nesouhlasím
 ■ rozhodně nesouhlasím



Velká část oslovených živnostníků vnímá zdejší podnikatelské prostředí jako korupční (82%), 89% startupidistů se při podnikání v ČR potýká s vysokou mírou byrokracie. Startupidisté nicméně uvádějí, že se zde podniká v podmínkách srovnatelných s okolními zeměmi.

Hodnocení podnikatelského prostředí v ČR – negativní atributy



startupisté / živnostníci (n=105)

Řazeno dle průměrného top2box za všechny zobrazené skupiny respondentů

■ rozhodně souhlasím
 ■ spíše souhlasím
 ■ spíše nesouhlasím
 ■ rozhodně nesouhlasím



Podnikatelské prostředí v ČR netrpí nedostatkem financí. Je o tom přesvědčeno více startupistů z osloveného vzorku (57%) než živnostníků (34%).

”

Financí by mělo být tak akorát. Přebytek i nedostatek finančních prostředků způsobuje neefektivnost fungování startupového trhu.

“



Petr Lemoch,
COO,
Keiretsu Forum CEE

Co v českém podnikatelském prostředí funguje skvěle



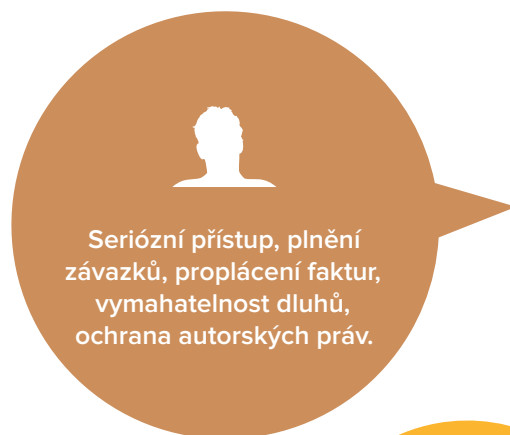
živnostník



Co je v českém podnikatelském prostředí lepší než v zahraničí



Co by se v českém podnikatelském prostředí mělo zlepšit



živnostník



Co v českém podnikatelském prostředí významně ztěžuje podnikání



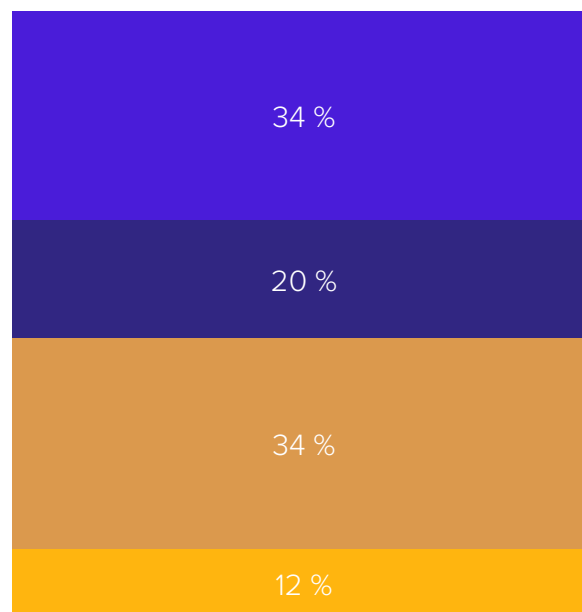
živnostník



HOD_ NO _CENÍ

PODPORY
STARTUPŮ
ZE STRANY
STÁTU

Zkušenost startupů s některou z forem státní podpory



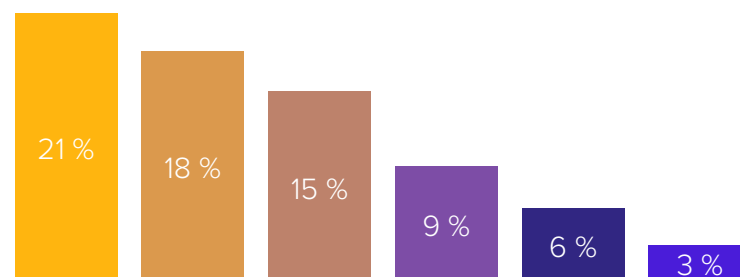
startupisté (n=105)

- žádali jsme, ale podporu jsme nezískali
- nežádali jsme a nemáme to v plánu
- žádali jsme a získali
- zatím jsme nežádali, ale plánujeme to



Pětina startupistů žádala o podporu a byla úspěšná. Třetina startupů má v plánu zažádat. Z těch, kteří o podporu požádají, uspějí zhruba 2/3.

Podpora ze strany státu z pohledu startupistů



startupisté (n=105)

Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).



- byrokracie/zatíženost byrokracií ■ žádná podpora státu/praktická podpora je nulová
- podmínky/složité podmínky ■ neexistující jednotná politika/upřednostňují velké firmy, korporáty
- hodně podpůrných programů ■ nepružnost vyřízení ■ zneužívání dotací
- stát nepořádá žádné konference/soutěže ■ složitý režim daní ■ zkosnatělost státní správy
- nezkušenost/amaterismus ■ podvody/je to jen na oko ■ omezení v medicíně
- ničí přirozené konkurenční prostředí ■ stát by se angažovat neměl/volných prostředků je dostatek
- neflexibilita



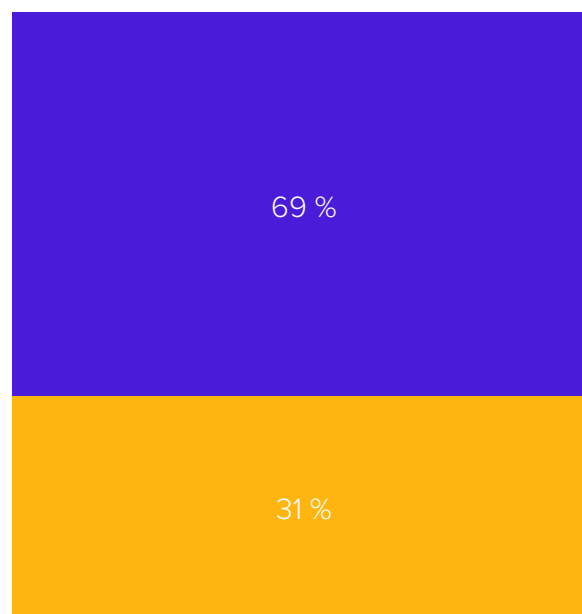
Podpora startupů ze strany státu není podle startupistů dostatečná. Tento skeptický pohled dokresluje například relativně vlažný zájem startupů o různé formy státních dotací - pouze třetina dotázaných startupistů se někdy obrátila s žádostí o finanční podporu na stát.



STA_ RT _UPY

A VÝZKUMNÉ
ORGANIZACE

Podíl startupů, které spolupracují s výzkumnou organizací



startupisté (n=105)

■ ano, spolupracuje ■ ne, ne spolupracuje



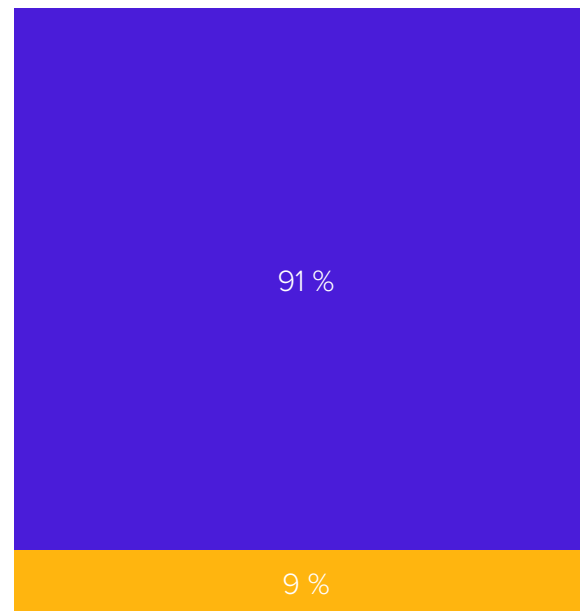
O tom, že spolupráce podnikatelské a výzkumné sféry není již úplnou raritou, svědčí fakt, že třetina startupů spolupracuje s nějakou výzkumnou organizací a čtvrtina startupů má ve svém týmu lidi s úvazkem na univerzitě či ve výzkumné instituci.

” Jednou z oblastí pro vyšší konkurenceschopnost kde evidujeme velký prostor ke zlepšení, je spolupráce firem a výzkumných organizací. Začít tuto spolupráci nebývá příliš jednoduché, ale těží z ní obě strany. Je pozitivní, že si tuto prospěšnost české startupy uvědomují. Ukazuje to zároveň na skutečnost, že české startupy mají opravdu ambici být progresivními firmami využívající poznatků získávaných právě od výzkumných organizací. Bylo by skvělé, pokud by v budoucnu probíhalo ještě více kooperací startupů a výzkumných organizací. “



Jakub Hudec,
RIS3 Manažer Středočeského kraje
Středočeské inovační centrum

Podíl startupů, který využívá licenci k duševnímu vlastnictví třetí strany



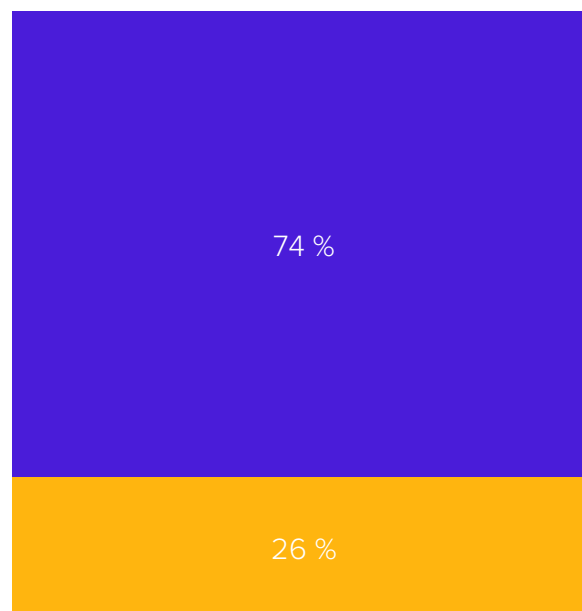
startupisté (n=105)

■ ano, využívá licenci ■ ne, nevyužívá licenci



Desetina má licenci. Ukazuje se tak, že většina startupů buď tuto oblast neřeší nebo využívá vlastního řešení, které je součástí hodnoty startupu.

Podíl startupů s výzkumníky v týmu



startupisté (n=105)

■ startupy s výzkumníky v týmu ■ startupy bez výzkumníků v týmu

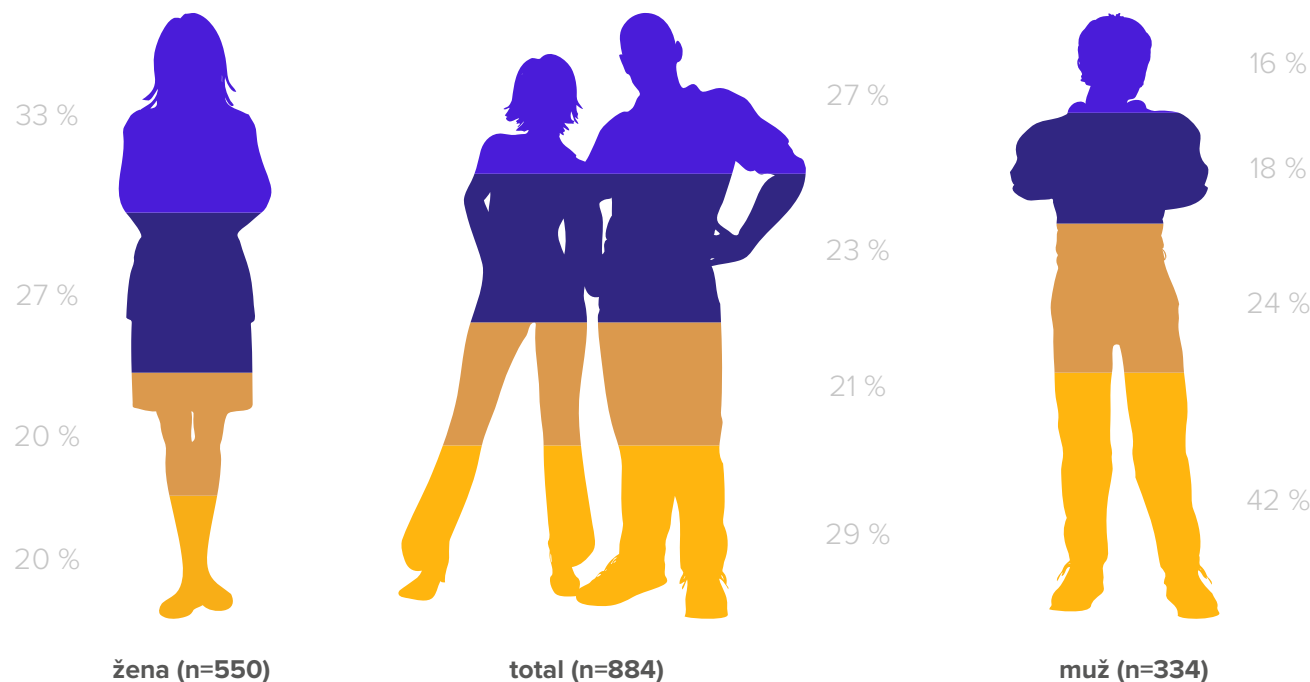


Čtvrtina startupů má ve svém týmu lidi s úvazkem na univerzitě/výzkumné instituci. Spolupráce akademické a komerční sféry je v České republice stále ještě méně běžnou praxí než například v USA, i když se situace pomalu zlepšuje. Příkladem jsou vědeckotechnické parky v blízkosti univerzit (např. Plzeň, Liberec).



**ZNA_
LO
_ST
TERMÍNU
STA_
RT
_UP**

Znalost termínu „startup“ podle pohlaví – obecná veřejnost



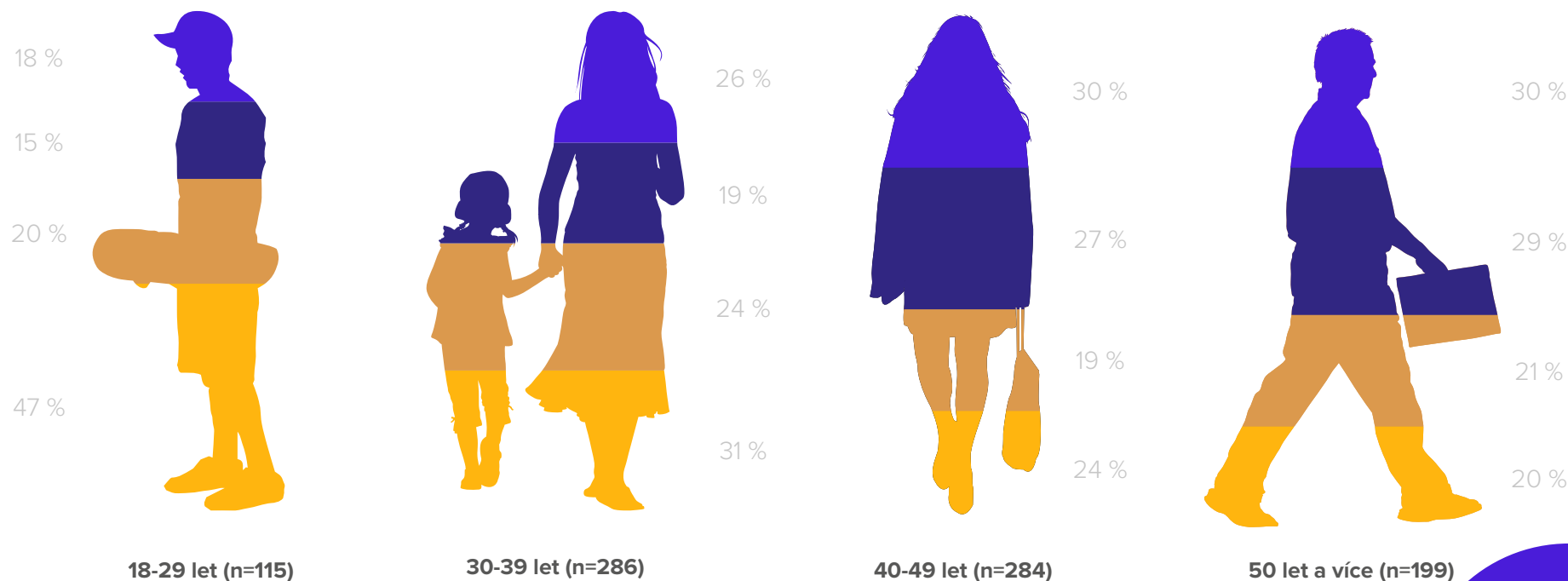
■ ano, vím
 ■ ano, tuším
 ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená
 ■ ne, slyším poprvé

Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)



Více než čtvrtina obecné populace vůbec termín „startup“ nezná. Ženy dvakrát častěji než muži neznají termín „startup“.

Znalost termínu „startup“ podle věku – obecná veřejnost



■ ano, vím ■ ano, tuším ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená ■ ne, slyším poprvé

Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)

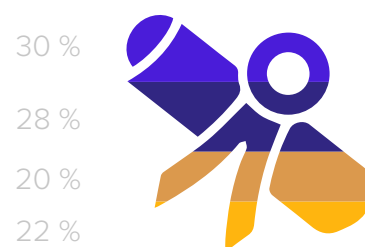


Se vzrůstajícím věkem
klesá šance, že bude
člověk termín
„startup“ znát.

Znalost termínu „startup“ podle vzdělání – obecná veřejnost



Vyučen/a, středoškolské bez maturity a nižší (n=146)



Středoškolské s maturitou (n=389)



Vysokoškolské a vyšší odborné (n=349)

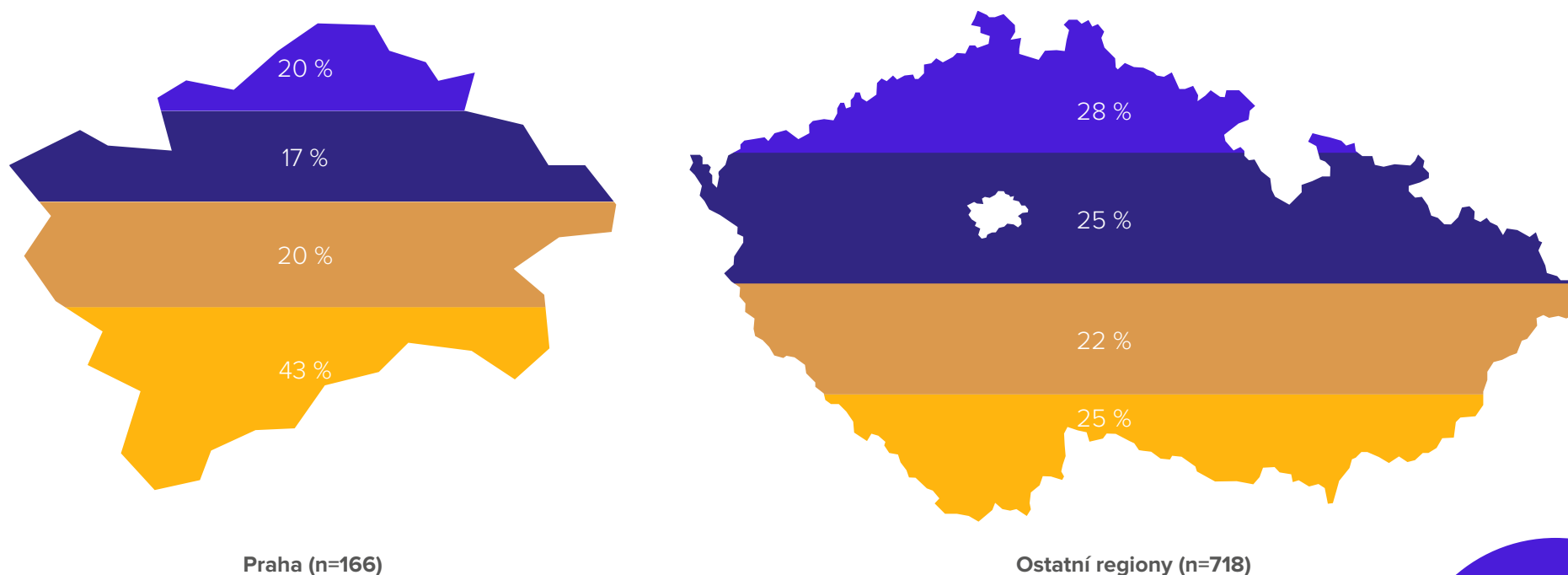
■ ano, vím
 ■ ano, tuším
 ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená
 ■ ne, slyším poprvé

Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)



Čím nižší vzdělání, tím menší šance, že bude člověk znát termín „startup“.

Znalost termínu „startup“ podle regionu – obecná veřejnost



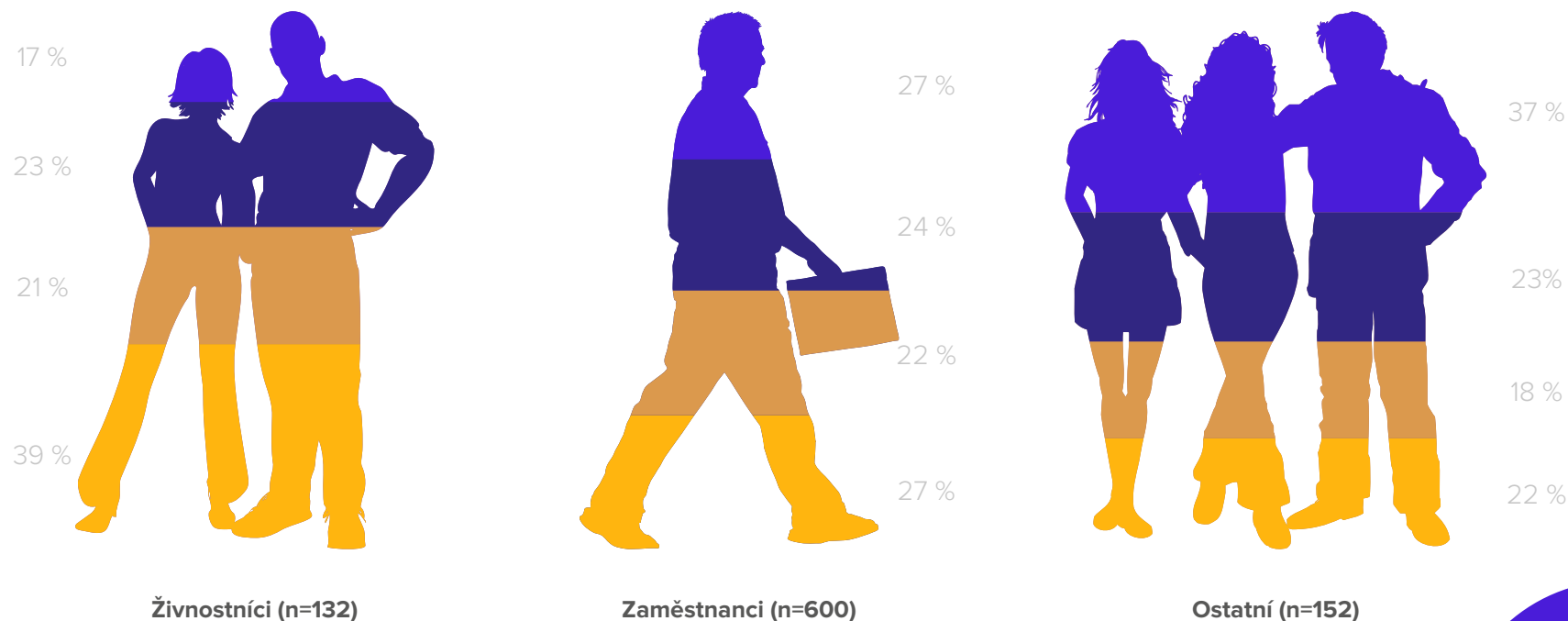
■ ano, vím ■ ano, tuším ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená ■ ne, slyším poprvé

Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)



V Praze je výrazně méně těch, kteří termín „startup“ vůbec neznají.

Znalost termínu „startup“ podle statusu – obecná veřejnost



■ ano, vím
 ■ ano, tuším
 ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená
 ■ ne, slyším poprvé

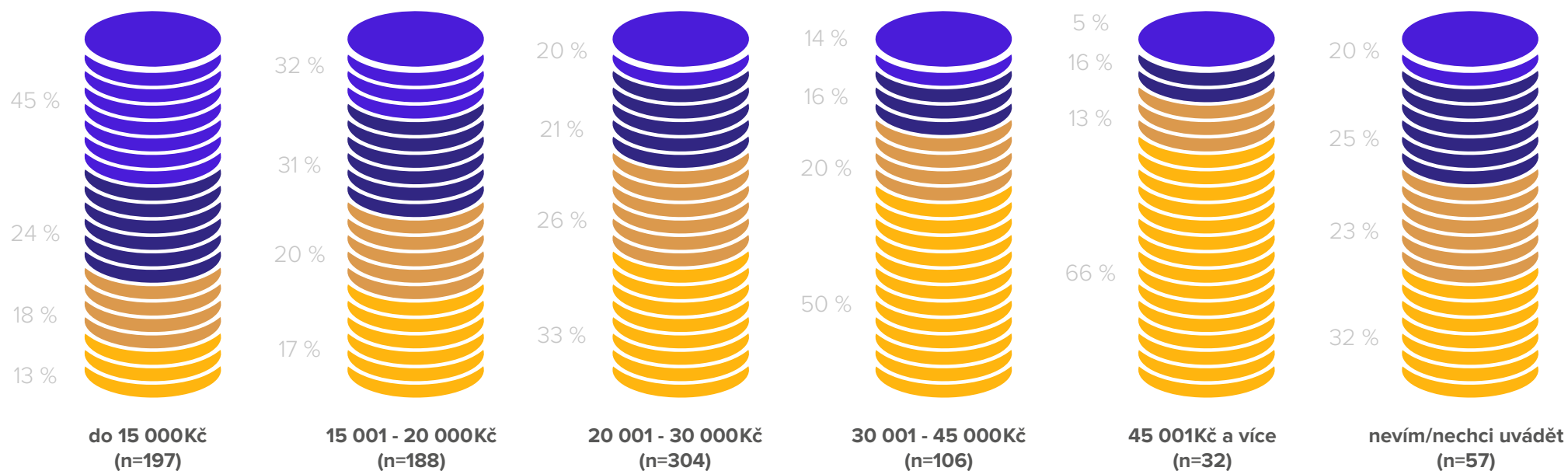
Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)



Blízkost k podnikatelskému prostředí zvyšuje šanci na znalost termínu „startup“.

Znalost termínu „startup“ podle příjmu – obecná veřejnost

Čistý osobní měsíční příjem



■ ano, vím
 ■ ano, tuším
 ■ znám ten termín, ale nejsem si jist/a, co znamená
 ■ ne, slyším poprvé

Všichni respondenti, kteří se zúčastnili (n=884)

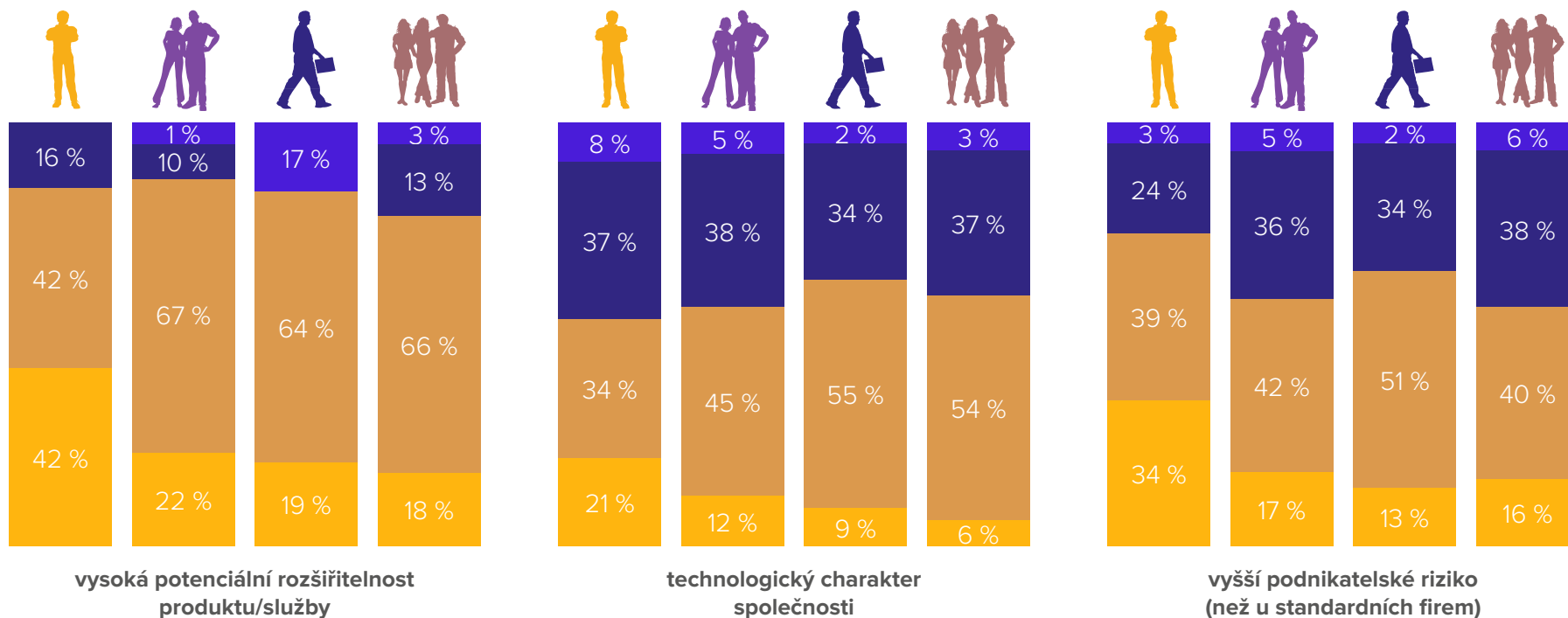


Čím vyšší měsíční příjem, tím vyšší šance, že bude člověk znát termín „startup“.



**VNÍ_
MÁ_
NÍ
STA_
RT_
_UPU**

Určující charakteristikou startupu je ...



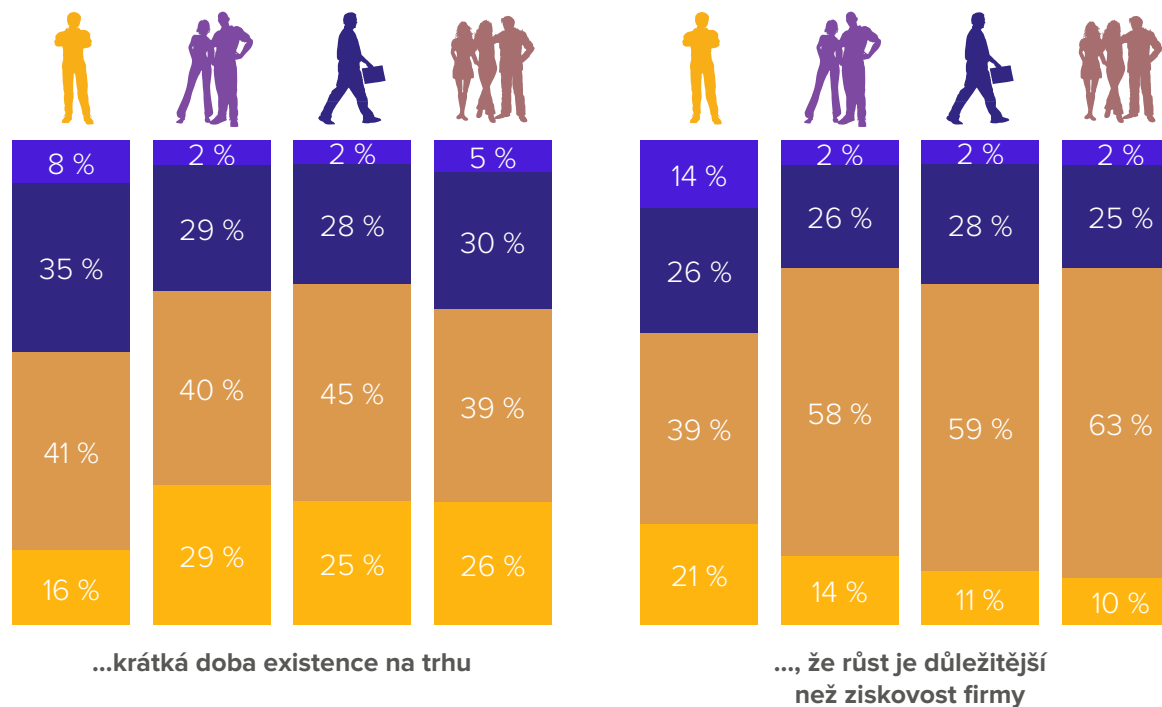
startupisté (n=105) / živnostníci (n=105) / zaměstnanci (n=408) / ostatní (n=89)

■ rozhodně souhlasím ■ spíše souhlasím ■ spíše nesouhlasím ■ rozhodně nesouhlasím



Živnostníci jsou názorem na určující charakteristiku startupu mnohem blíže obecné populaci než startupistům.

Určující charakteristikou startupu je ...



startupisté (n=105) / živnostníci (n=105) / zaměstnanci (n=408) / ostatní (n=89)

1 rozhodně souhlasím 2 spíše souhlasím 3 spíše nesouhlasím 4 rozhodně nesouhlasím



Určující charakteristikou startupu je škálovatelnost, technologický charakter a vyšší podnikatelské riziko.

Jak definují startup startupisté?

Malý kreativní nadšený tým, rychlý růst a reakce, evropský/globální potenciál



Jak definují startup startupisté?

Chuť dobýt svět, odvaha, víra, minimální budget, nestabilita, nejistota



startupisté

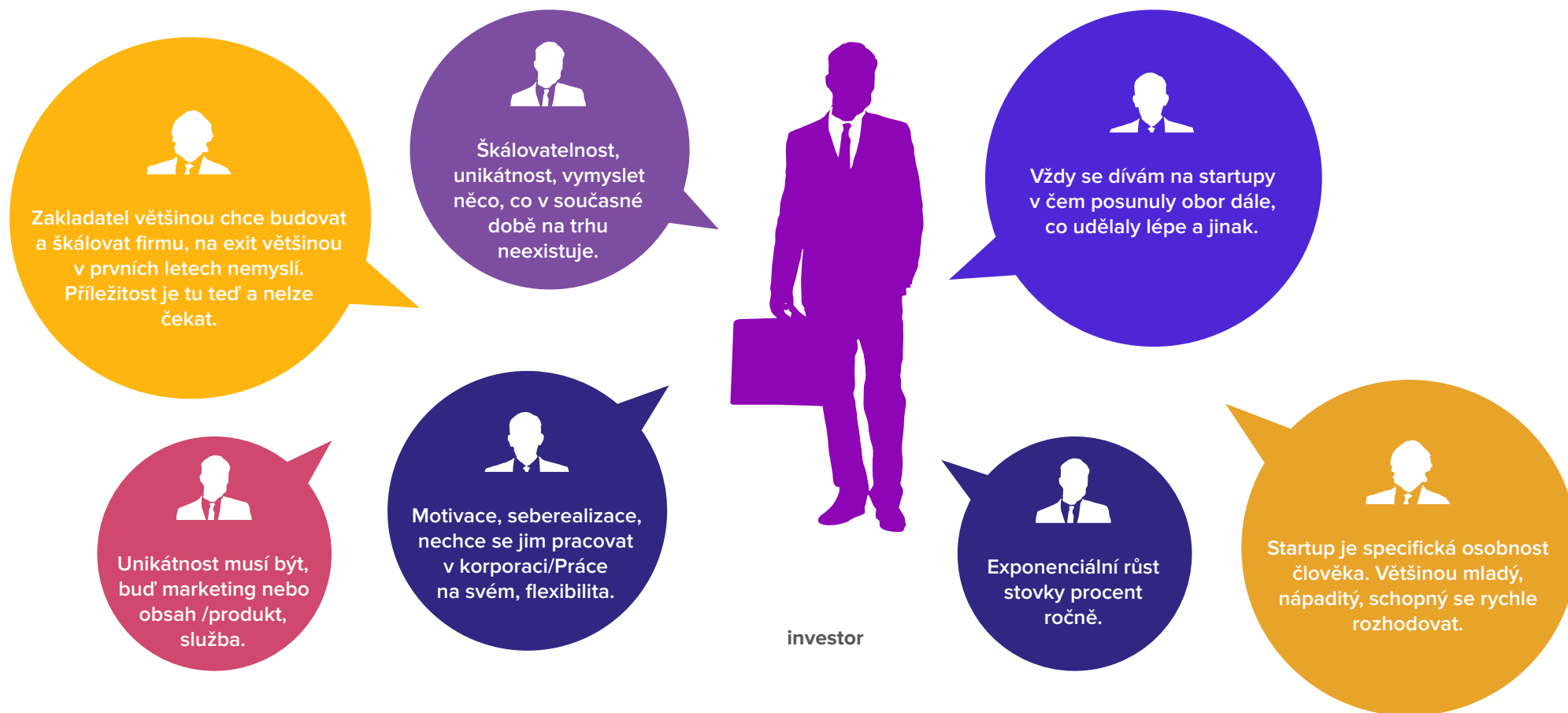
Jak definují startup investoři

Nemělo by se jednat o organické podnikání, ale něco, „co mění lidem životy“.



Jak definují startup investoři

Především na základě unikátnosti, škálovatelnosti, rychlého růstu nebo také vlastností zakladatelů.



Jak definuje startup obecná veřejnost

Jednoduše jako začínající firmu nebo nápad, projekt, aplikaci.



Laická veřejnost moc nerozlišuje mezi startupem a podnikáním. Možná bere starupy více jako “mladé lidi”.



Začínají projekt, firma s novým nápadem.



Začínající projekt (firma).



Obecná veřejnost



Nový projekt, podnikatelský nápad atd., který ale nemá peníze na rozjezd, a tak lidé mohou do těchto nápadů a projektů investovat.

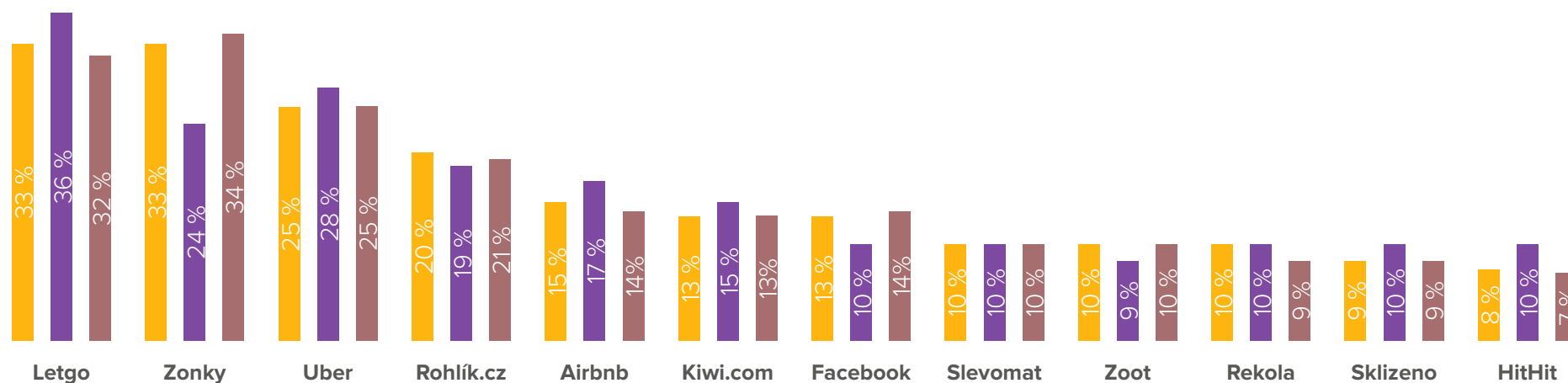


Když má někdo nápad, o kterém si myslí, že by mohl být úspěšný (např. výroba něčeho, nabízení nějaké služby a pod.), tak to zkusí zrealizovat a dodá na trh něco nového (novou službu, nový produkt).

Spontánní znalost startupů podle jména – obecná veřejnost



Které firmy vnímá obecná veřejnost jako startup



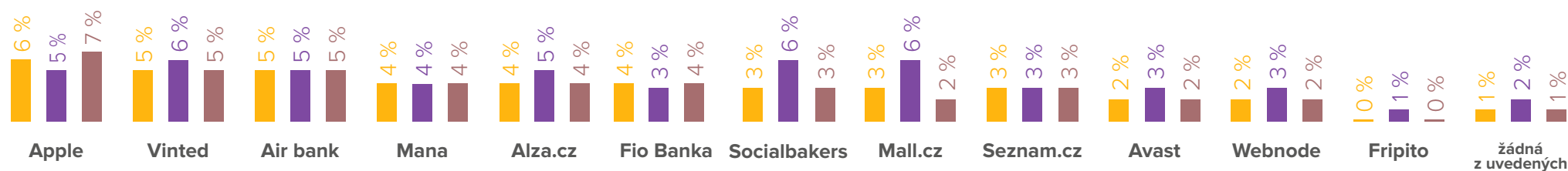
Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

■ total (n=602) ■ živnostníci (n=105) ■ ostatní (n=497)



Co se týče společností, které veřejnost vnímá jako startupy, první příčky nejsou příliš překvapivé. U společnosti Letgo je potřeba zmínit silnou marketingovou přítomnost v médiích, která v době sběru dat probíhala a výsledky zřejmě ovlivnila.

Které firmy vnímá obecná veřejnost jako startup



Pozn.: otázka typu více možných odpovědí (tj. součet nemá dát dohromady 100%).

■ total (n=602) ■ živnostníci (n=105) ■ ostatní (n=497)

Jak definují startup živnostníci

Podobně jako obecná veřejnost – nově vyvíjený projekt, firmu. Rozjezd podnikání.





**STA_
RT
_UP**

JAKO
ZAMĚSTNAVATEL

Důvody proč preferovat jako zaměstnavatele...

TOP 5 výroků od obecné veřejnosti.

STARTUP	MALOU RODINNOU FIRMU	VELKOU FIRMU	BEZ PREFERENCE
Z důvodu podnikání	Lépe se mi pracuje v přátelském prostředí a v malém kolektivu lidí	Záruka spokojenosti	Důležitější je, aby práce bavila a byla dobře oceněna. Pak je jedno kde...
Možnost růstu	Z důvodu předchozí zkušenosti – byla jsem spokojená v malé firmě	Jistota	Posuzoval bych potenciálního zaměstnavatele z více hledisek
Nové myšlenky	Všichni se tam znají a vědí, co mohou od druhých očekávat	Stabilita, jistota, benefity...	Jde o práci a zázemí
Láká mě to	Osobní vztahy jsou pro mě při práci důležité	Nemám rád když mi někdo leze do soukromí, chci si udělat svoji práci dobře, rychle a jít domů, po práci mám svůj osobní život	Záleží na typu práce, spolupracovnících, penězích a benefitech, možnostech růstu
Více adrenalinu, možnosti, realizace	Přátelská atmosféra	Větší možnosti uplatnění se, větší potenciál mého osobního růstu, růst na pozicích, pravděpodobnost dosažení vyššího příjmu v kratší době	Není podstatné v jaké firmě pracuji, ale co tam dělám a za kolik a také chování nadřízených



Mladí lidé nechtějí čekat a chtějí mít vliv na to, co jejich firma dělá, proto jdou také do startupu. Musí být nadšenci.
[INVESTOR]

Pohled zaměstnance

” Bez preference – ztotožňuji se se všemi komentáři v této kategorii. Podstatné jsou následující priority: **1)** náplň práce a firemní kultura (nedělal bych např. exekutora); **2)** platové ohodnocení, benefity, motivační potenciál (pokud dobře odvedu vše + něco navíc potom, jaká je odměna?); **3)** dobré vztahy na pracovišti s nadřízenými a kolegy; **4)** možnost osobní specializace a růstu. “



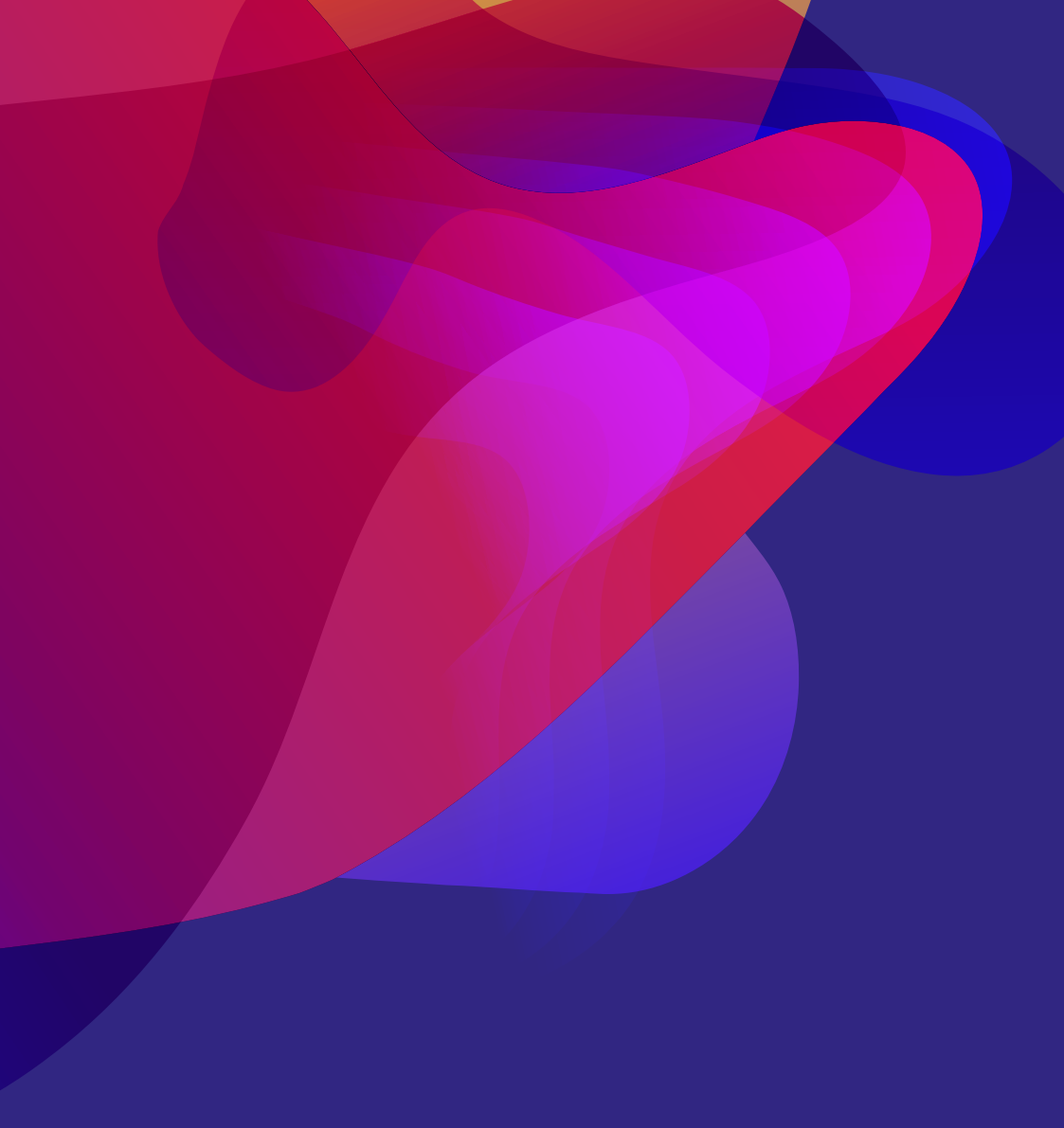
Petr Cupal,
EMEA Local HR Service Consultant - Functional team,
SAP Services s.r.o.

Pohled HR odborníka

” Tohle je velmi těžké kategorizovat a větší roli podle mě hraje náplň práce, pracovní role, jaké podmínky daná společnost nabízí a jaký dojem v průběhu výběrového řízení na kandidáta udělala než to, jestli je to startup nebo velký korporát. Ale dáme-li na miskou vah stejně zajímavou pozici v týmu stejně přátelských kolegů nabízející stejné podmínky v různých typech firem, pak převažujícím faktorem bude asi to, jaké má daný člověk závazky. Pokud velké, může být příliš velkým rizikem vystavit se nejistotě a preferovat bude větší stabilní firmu. Pokud je ale člověk dobrodružná duše a závazky zas tak neřeší, vyhraje pro něj startup. “



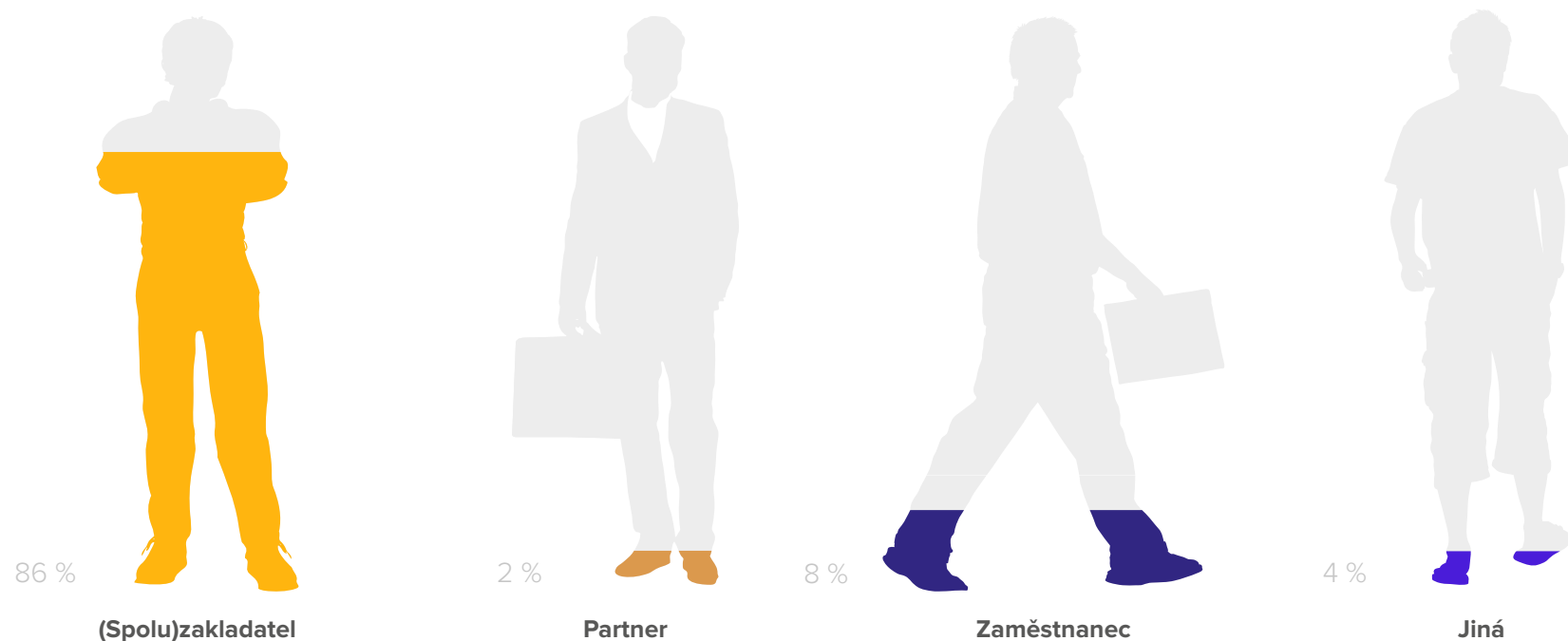
Kateřina Marková,
působí v interním HR v mezinárodní společnosti
v oblasti automobilového průmyslu,
předtím se věnovala externímu HR.



DEMO_ GRAF _IE STA_ RTUP _ISTŮ

KDO VYPLNIL
DOTAZNÍK

Startupisté – pozice ve startupu



startupisté (n=105)



Většinu respondentů-
startupistů tvořili
(spolu)zakladatelé.

Startupisté – podíl mužů a žen



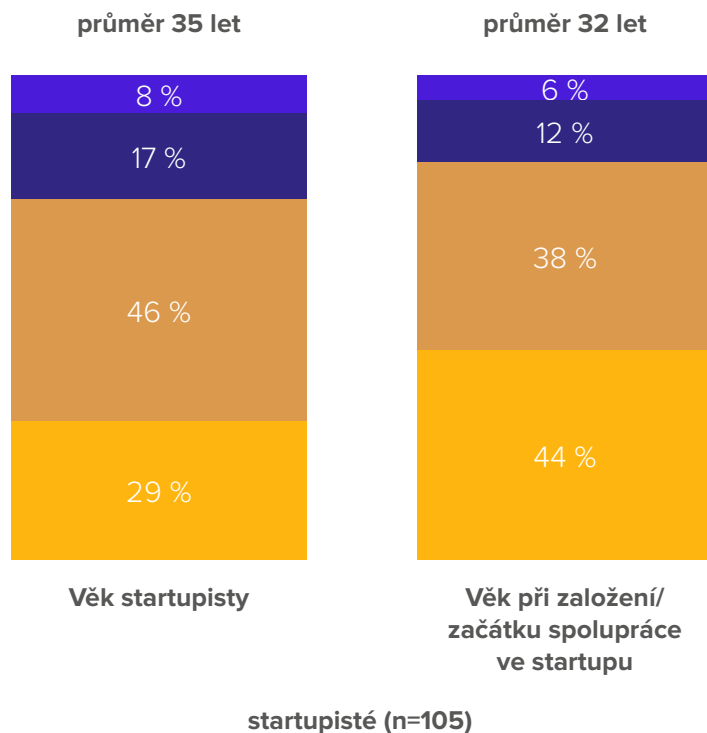
startupisté (n=105)

■ muž ■ žena



Z dotazovaných tvořily jen necelých 10% ženy, což ukazuje na stále velmi nízké zastoupení žen ve startupech, především co se vedoucích pozic týče. Trend je v tomto ohledu sice pozitivní, ale větší podpora žen – podnikatelek je potřebná.

Startupisté – věk a věk při založení startupu/vstupu do startupu



■ 18-29 let ■ 30-39 let ■ 40-49 let ■ 50 let a více



Průměrný věk startupisty je 35 let.

Průměrný věk startupisty při založení startupu/vstupu do startupu je 32 let.

Rozběh a zejména úspěch startupu je podle mě náročný v každém věku. Mládí, které já mám už dávno za sebou, má zřejmě výhodu v tom, že si člověk většinou z ničeho nedělá moc hlavu, zvláště když nemá ještě životní závazky (rodina atp.) a převažuje u něho touha uspět a tah na branku nad obavou „co když to nedopadne“.

”

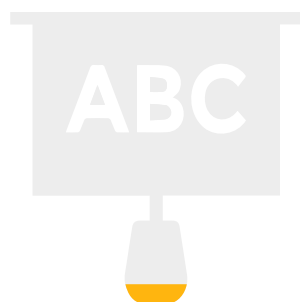
Na druhou stranu, životní zkušenosti “stáří” a z toho vyplývající komplexnější pohled na věc, může být výhodou a trochu i zároveň pojistkou proti zbrklosti a pošetilosti. Stáří také znamená – v případě pozitivní anamnézy – lepší networking a i důvěryhodnost u investorů, kteří si můžou říct - aha, tenhle člověk má něco za sebou, tak asi nemá potřebu se angažovat v každé blbosti...

“

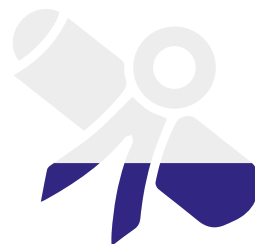


Jan Váňa,
Operations Director,
WheelTug

Startupisté – vzdělání



3 %



31 %



66 %

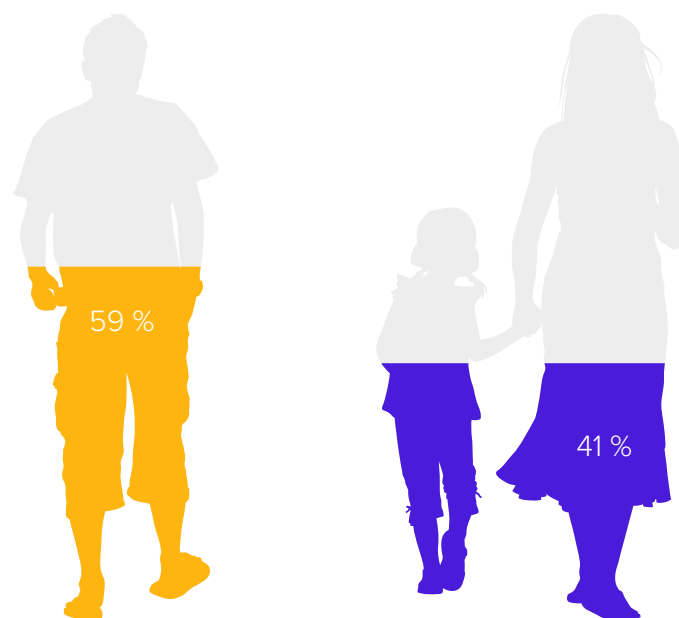
startupisté (n=105)

■ základní vč. neukončeného ■ středoškolské s maturitou ■ vysokoškolské



Větší část startupistů má
vysokoškolské vzdě-
lání.

Startupisté – podíl bezdětných a s dětmi



startupisté (n=105)

■ bez dětí ■ s dětmi



Dvě pětiny startupistů jsou bezdětní.

Jak se ti dělá startup „s rodinou“? Daří se ti spojit roli otce s rolí CEO fimy, která potřebuje jít rychle nahoru, aby obstála na konkurenčním trhu? Proč s ohledem na jistoty nevolíš raději práci v korporátu?

” Rodina mě určitě tlačí k lepším výkonům, protože přirozeně chci, abychom se měli co nejlépe. Nevím jak se vše podaří skloubit, ale do startupu jsem se pustil kvůli opakovanému neuspokojení z práce v korporaci. Spojit práci a rodinu je trochu challenge, ale ClaimAir je součástí mého celkového života. Pracuju i když jsem s rodinou a prostě když je volná chvíle – takže spíš je těžké se od ClaimAir odpoutat a dělat normální věci. Naštěstí moje žena a malý syn mi ukázali kdy už je toho dost. “

Podnikám, protože chci mít svobodu v tom co dělám a kde to dělám a věřím, že jednoho dne bude firma tak zaběhnutá, že si budu moci dovolit méně pracovat a mít peníze, které si s rodinou užiju... než se tak stane, tak chci, aby mě to hlavně bavilo.



Jakub Havej,
zakladatel a CEO,
ClaimAir*



*ClaimAir je mladá firma, která ke konci roku 2017 dokázala vyrovnat tržby a náklady (tzv. Break-even Point)

Realizační tým



Keiretsu Forum CEE



Petr Lemoch,
COO,
Keiretsu Forum CEE



Daniel Šenkýř
zakladatel a CEO,
Keiretsu Forum CEE



Tadeáš Bělík,
Marketing & PR,
Keiretsu Forum CEE



Filip Košťál,
Entrepreneur Director,
Keiretsu Forum CEE



PerfectCrowd



Martin Boček,
marketingový expert,
vedoucí výzkumu,
kvalitativní část výzkumu
Perfect Crowd



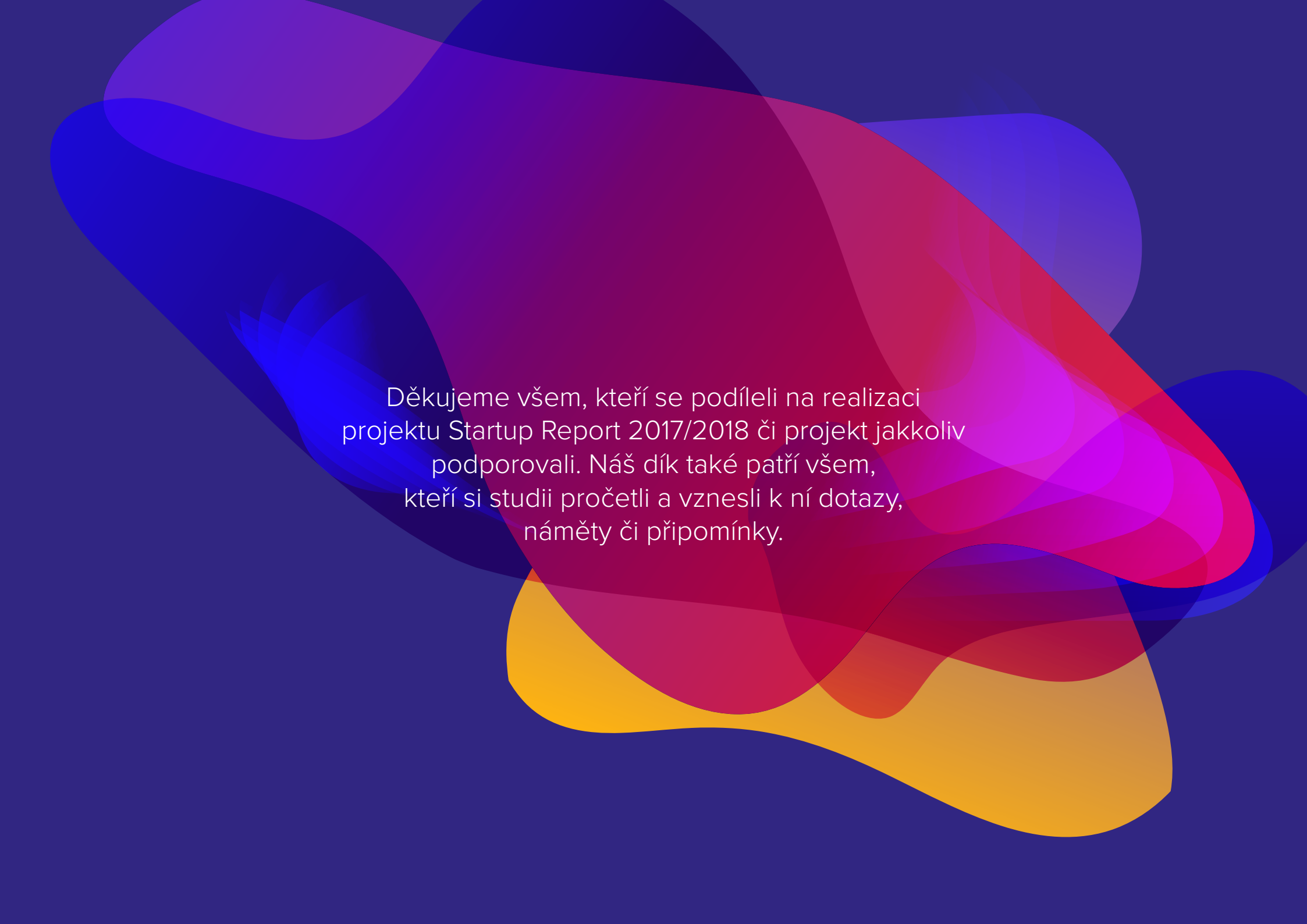
Jaroslav Cír,
zakladatel PerfectCrowd



Marta Hirschová,
kvantitativní část výzkumu,
PerfectCrowd



Jan Schmid,
Kvantitativní část výzkumu,
Perfect Crowd



Děkujeme všem, kteří se podíleli na realizaci
projektu Startup Report 2017/2018 či projekt jakkoliv
podporovali. Náš dík také patří všem,
kteří si studii pročetli a vznesli k ní dotazy,
náměty či připomínky.

#zvědavost chutná pokaždé jinak

Powered by



Veškeré otázky a komentáře prosím směřujte
na: info@keiretsuforum.eu

Keiretsu Forum Prague SE

Malá Štupartská 634/7
110 00 Praha 1