

# Startup

Startup a jeho vymezení

Startup – fáze vývoje firmy

Startup prostředí v ČR



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.

*adamek@opf.slu.cz*

Katedra podnikové ekonomiky a managementu



- **Startup – vymezení**
  - **Startup – fáze vývoje firmy (riziko a zdroj kapitálu)**
  - **Startup – faktory přežití a úspěšnosti**
  - **Startupy v ČR**
-

# Cílem je...

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **...získat znalosti vymezující pojetí startupu a jeho jednotlivých vývojových fázích mající vliv na rizikovost a druh kapitálového financování. Problematika startupů rozšiřuje pojetí a oblast zahájení podnikatelských aktivit o inovativní a nové přístupy k zakládání a tvorbě škálovatelného (opakovatelného) byznys modelu.**
  - **Získané poznatky využijete pro transfer konkrétních kroků při tvorbě a budování Vašeho startupu s důrazem na vymezení českého startupového prostředí.**
-

# Startup - vymezení

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Startup je buzzword – slovní floskule, pod kterou si každý představí něco trochu jiného.
- Start-up může být jakákoliv firma nebo projekt, který pracuje s neznámým produktem na neznámém trhu, kde teprve musí před potenciálními zákazníky obhájit své místo na daném trhu.
- Start-up jako **firma**, jako **business model** (má různé varianty jako je Lean Start-up) nebo **projekt**.
- Start-up jako firma se snaží o inovaci ve velkém měřítku (celonárodním až globálním) s vědomím, že tato inovace má víc než 95% šanci selhání.



Pohledem startupistů – „Mělo by se jednat o společnost, která nabízí unikátní, škálovatelné řešení, které v ideálním případě „mění lidem životy“.“



# Startup - vymezení

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Luger a Koo (2005) uvádějí tři kritéria vymezující definiční rámec pro startup:

- 0 **nový** – za startupy se považují pouze nově založené entity registrované v obchodním rejstříku. Firmy s podnikatelskou historií, u kterých došlo pouze ke změně názvu, vlastnické struktury, sídla nebo právního statutu, tuto podmínku nesplňují.
  - 0 **aktivní** – dalším definičním kritériem je aktivní participace nově registrované společnosti v obchodních vztazích. Tento atribut vylučuje firmy, které z nejrůznějších důvodů figurují pouze „na papíře“.
  - 0 **nezávislý** – do kategorie nově založených/registrovaných firem aktivně působících v obchodních vztazích mohou spadat také dceřiné podniky ovládané mateřskou společností.
- ➔ Vývojový myšlenkový postup: **mám nápad – vytvořím projekt – začnu realizovat aktivity a postupně začínám vytvářet startup.**
-

# Startup - vymezení

---



- „Startup je raná fáze životního cyklu podniku, kde se podnikatel pohybuje od nápadu k zajištění financování, následně se stanovuje základní struktura podniku pro zahájení podnikatelské činnosti“. (<http://www.businessdictionary.com/definition/startup.html>)
  - **Eric Ries** říká, že „start-up je   ne produkt“.
  - **John Vanhara**, tvrdí, že „Oproti projektu, startup už musí být live a musí mít zákazníky. Ne jenom jednoho nebo pár testujících zákazníků, což bych spíše zařadil k projektu. Startup je už pro mě normální podnikání.“
  - **Senor a Singer** (2009) definují start-up jako „malou firmu rozvíjející novou inovaci, která v sobě nese velký komerční potenciál“.
  - Startupy vyžadují nový druh managementu, který je uzpůsobený pro situaci s extrémní nejistotou.
-

# Startup - vymezení

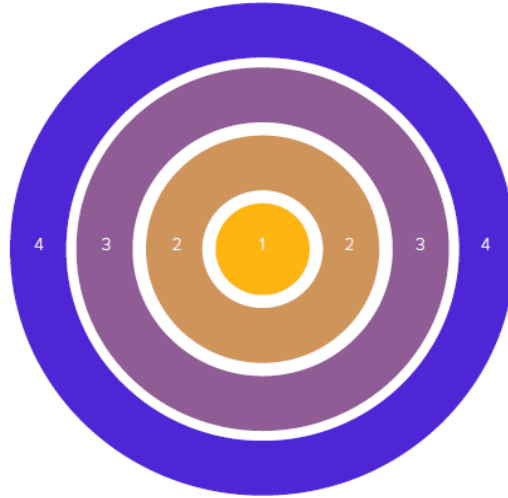
---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Startupový guru **Steve Blank** – „startup je dočasná organizace určená k hledání opakovatelného a škálovatelného obchodního modelu“.
  - Z podstaty definice vyplývá, že hlavní ambicí startupu je najít takový obchodní model umožňující zvyšování jeho podílu na trhu.
  - Organizační uspořádání je v případě startupu dočasné a v průběhu vývoje se mění. Zavedené firmy se vyznačují poměrně stabilní organizační strukturou.
-

# Příklady startupů



obecná veřejnost (n=300), podnikatelé (n=50)

- Kiwi.com ■ Rohlík.cz ■ Slevomat, Zonky, Google, Alza
- Tesla, Sklizeno, Facebook, Instagram, Car4way, Zoot, Damejdro, Liftago, Facebook, Apple

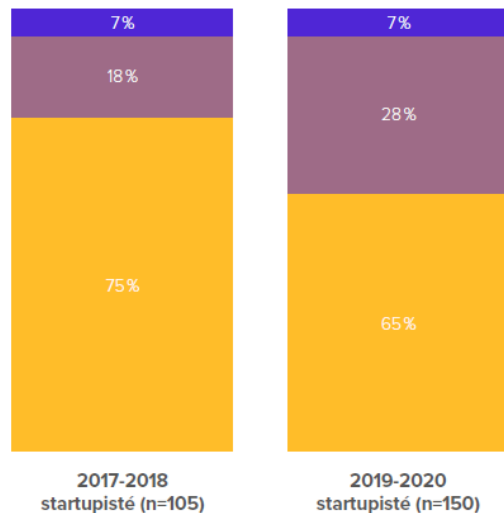
V posledních několika letech jsme příliš nezaznamenali vnímání nových startupů, patrně je spíše posilování znalosti již dříve fungujících značek, respektive firem, které jako startupy začínaly. Kupříkladu posilování znalosti společnosti Kiwi.com, v Praze, Brně a Olomouci pak znalost Rohlík.cz. V minulosti silně vnímaná společnost Letgo zmizela z trhu a také z vědomí obecné populace a podnikatelů.



# Rozdělení startupů podle délky jejich existence



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



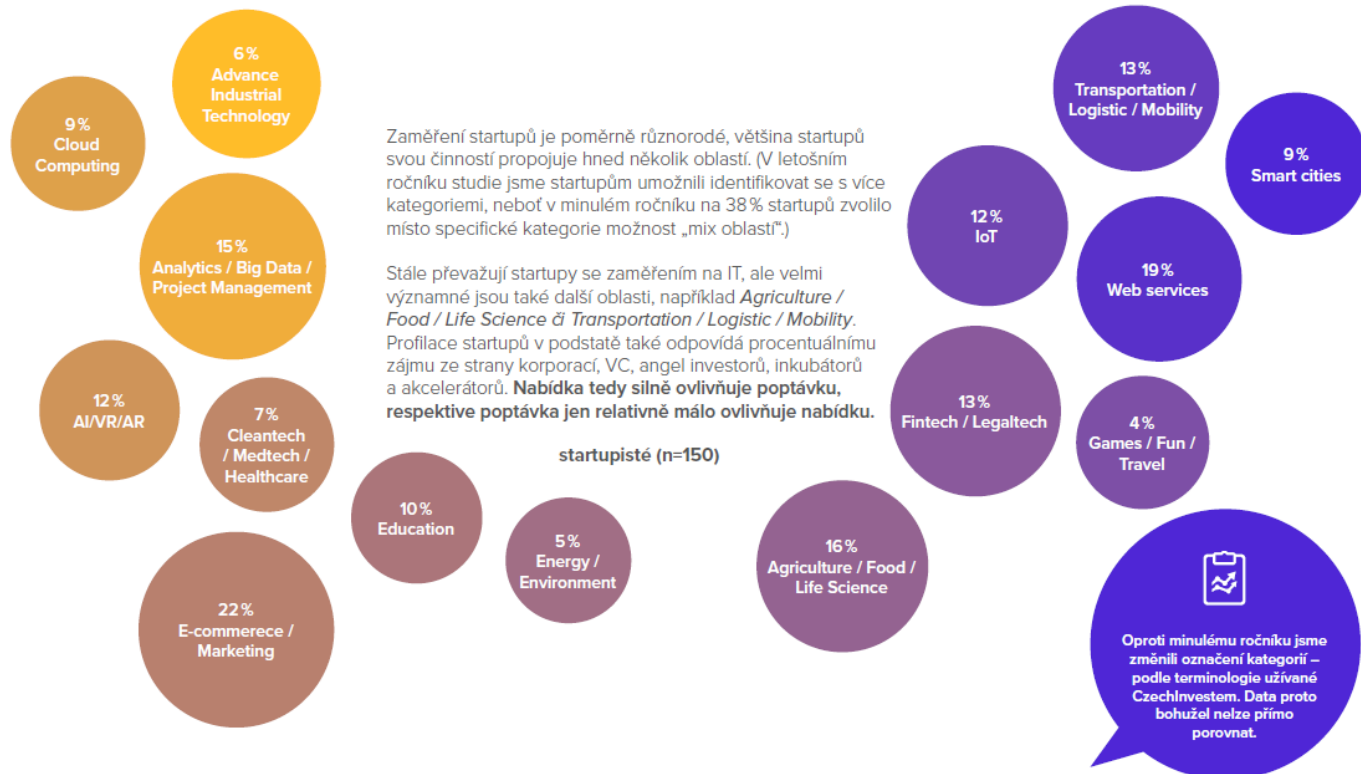
■ do 3 let ■ 3-5 let ■ více než 5 let



Je patrný pokles procenta startupů založených v posledních 3 letech. Startupový trh tedy mímě „stárne“, jsou zde přítomné startupy s delší dobou fungování.



# Rozdělení startupů podle oblasti podnikání



# Osobnost?

---



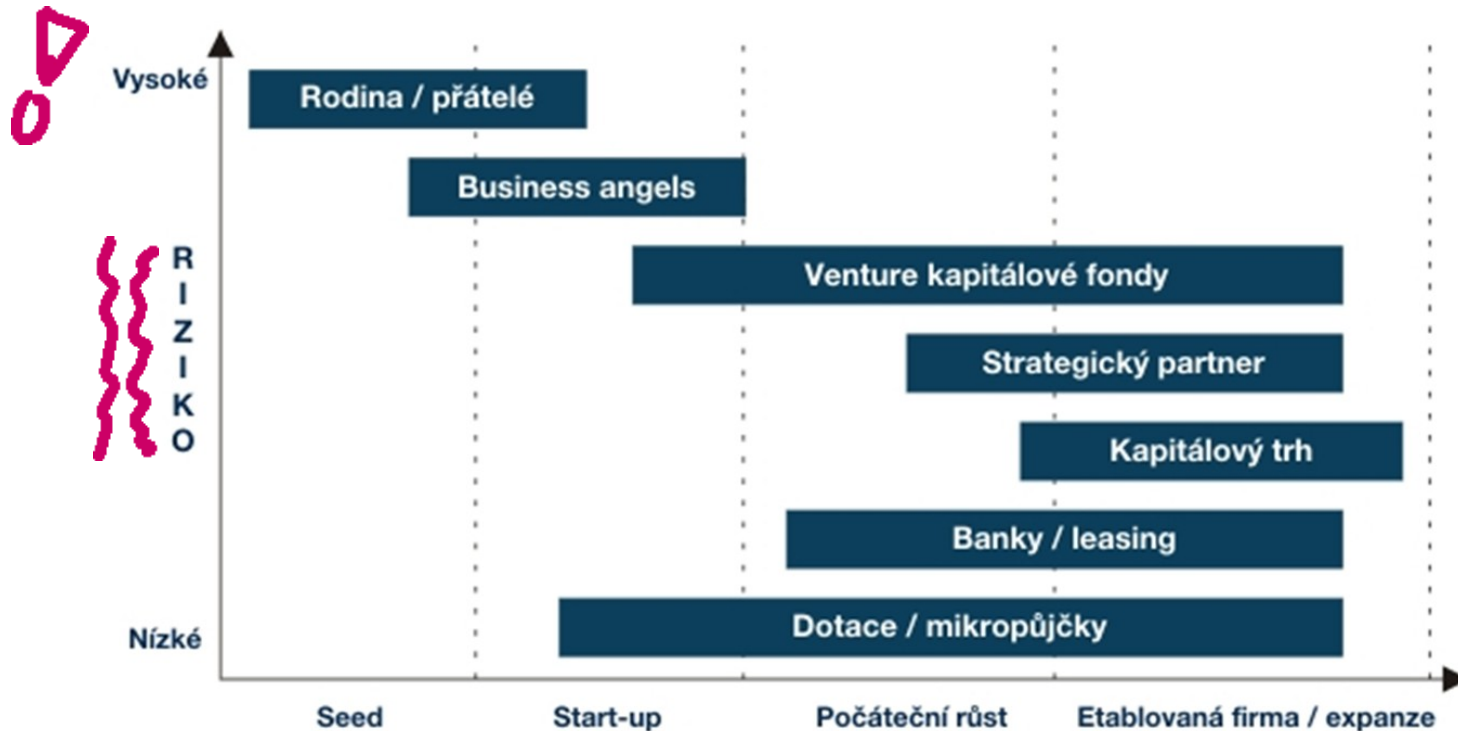
- Vytvořte 3-5 členné týmy, zvolte si zástupce.  
(2 min.)
- Udělejte si brainstorming a vyberte jednu významnou osobnost ze startupové komunity a uveďte proč je významná a v čem se realizuje.  
(10 min.)
- Prezentujte vybranou osobnost.  
(3-5 min.)



# Startup – fáze vývoje firmy (riziko a zdroj kapitálu)



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Zdroj: <http://www.czechinvest.org/faze-vyvoje-firmy>

# Startup – fáze vývoje firmy (riziko a zdroj kapitálu)



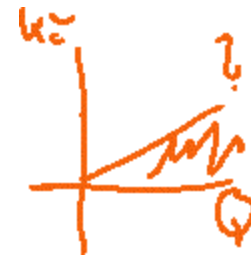
SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

životního cyklu firmy, kdy má podnikatel základní představu o svém produktu a podnikatelském záměru na úrovni výzkumu a vývoje, do kterého směřuje převážná část finančních zdrojů.

žaložené nebo teprve zakládané společnosti, které však ještě nezahájily komerční prodej svých služeb a nemají žádný zisk. Financování je spojené s komercializací produktu vyvinutého v

ž firma vyrábí svůj produkt, má nastavené vztahy se svými partnery (obchodními a finančními) a má své vlastní místo na trhu. Financování firmy je orientováno zejména na zajištění provozního chodu výrobních kapacit, vývoj nového produktu / služby nebo profinancování pracovního kapitálu.

- Růstová fáze životního cyklu již existující firmy, která připravila nový produkt představující významnou změnu v její nabídce. Financování v této fázi směřuje do expanze a růstu společnosti, je možno financovat růst výrobních kapacit, vývoj nového produktu / služby nebo profinancování pracovního kapitálu.



# Startup – faktory přežití a úspěšnosti

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ



**Technologické inovace**, především v oblasti informačních technologií, které přicházejí v neuvěřitelně rychlém sledu, jsou signifikantním znakem současnosti.

- Nutné sledovat podíl startupů, které přežijí kritické počáteční období a odrazí se k dynamickému růstu doprovázenému tvorbou nových pracovních příležitostí. Toto kritické počáteční období je někdy též označováno jako tzv. **údolí smrti**.
  - **Délka trvání údolí smrti** se samozřejmě odvíjí od celé řady faktorů – segment podnikání, technologická náročnost produktu/služby, velikost týmu, business model, spolupráce, know-how, kapitálová náročnost apod.
  - *„Počítá s tím, že jedna z deseti firem by měla uletět jako hvězda. Ze zbylých devíti se očekává, že tři zkrachují. Další tři se ocitnou v prostoru, který nazýváme údolí smrti, tedy kdy firma sice přežívá a užívá se, ale je neprodatelná a v zásadě negeneruje moc zisků. Poslední tři projekty jsou relativně úspěšné, ale je to vždy horší než očekávání.“*
-

# Startup – údolí smrti



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



ý

Ná

zur@j. nup.//www.czechninvest.org/juze-vyvujc-jrmy

# Startup – faktory přežití a úspěšnosti

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Nejdůležitějšími atributy, na kterých investorovi při vstupu do firmy záleží v první řadě, jsou **kvalitní produkt** s vysokým růstovým potenciálem, odborně vyvážený, kvalitní, schopný a **ambiciózní tým**, a také vzájemná spolupráce mezi investorem a startupem.
- Úspěšnost startupu nemusí být definována pouhým přežitím. Jiné indikátory úspěšnosti uvažují například **počet vytvořených pracovních příležitostí, nárůst tržeb, návratnost investic a její výnosnost** v určitém časovém období.
- **Startup Genome** (studie na 650 startupů) – identifikace faktorů, které stojí za úspěšným růstem a rozvojem start-upů, (spoluzakladatelé kalifornského akcelérátoru Blackbox + Kalifornská univerzita + Stanfodská univerzita).
- **Startup Genome** je sledována napříč pěti dimenzemi – **Business Model, Market, Team, Funding, and Scale**. Byly stanoveny vývojové fáze, kterými startup prochází: **Discovery, Validation, Efficiency, and Scale**.






# Startup – vývojové fáze

---



Vývojové fáze startupu: Discovery, Validati

- Ve fázi **Discovery** startupy zjišťují, zda  **validaci** jejich řešení dostatečně atraktivní pro potenciální zákazníky, s nimiž tak mohou být prováděny například řízené rozhovory.
  - Zakladatelé startupu nabývají přibližnou představu o podobě produktu/služby a přidané hodnotě, kterou s sebou tento produkt/služba přináší.
  - Startupy mohou vstoupit do různých akceleračních programů (v ČR například StartupYard, Starcube, Green Light Startup Program) či navázat kontakt s mentory.
-




# Startup – vývojové fáze

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Vývojové fáze startupu: Dis ~~x~~; Validation, Efficiency a Scale.

- V průběhu fáze **Validation** startup nabízí  
  - Dochází k optimalizaci produktu a „vychytání“ jeho případných nedostatků (pro finální distribuci či prodej).
-  Implementací analytických metod a metrik může být vyhodnocována úspěšnost akvizice zákazníků, na základě které mohou být navrženy první marketingové strategie.
- V případě vyšších finančních nároků pro další růst může startup usilovat o získání seed investice.
-

# Startup – vývojové fáze

---

Vývojové fáze startupu: Discovery, Validation, Efficiency a Scale.

Ve fázi **Efficiency** je již poptávka po produktu/službě ověřena v tržním prostředí.

- Hlavním cílem této fáze je **hledání obchodního modelu**, který startupu umožní akceleraci růstu.

 Finanční prostředky se tedy postupně přesouvají od technického vývoje produktu k marketingovým aktivitám.

Startupy působící ve fázi **Scale** již mají otestováno několik obchodních modelů a trh znají velice dobře.

- Primárním cílem je dosažení rostoucího podílu na trhu skrze růstu zákaznické základny.
- Finanční prostředky které mohou procházet z rizikového kapitálu, mohou být vynakládány na získávání manažerského týmu zastávajícího výkonné a řídicí funkce. Může docházet k akvizičním aktivitám a/nebo zřizování nových poboček.



- Online magazín Czechcrunch <http://www.czechcrunch.cz/category/startupy/>
  - Pozornost kolem startupů zvyšují také soutěže pro začínající podnikatele, kterých je v České republice několik:
    - Rozjezdy roku organizovanou telekomunikační společností T-Mobile.
    - Vodafone - Nápad roku
    - Soutěž pro společensky odpovědné podnikatelské projekty představuje například Social Impact Award
  - Rozvoji startupové scény napomáhá také vzi [redacted] – StartupYard, Wayra (Telefónica síť akceleratorů ve 12 zemích v Latinské Americe a v Evropě).
  - Jihomoravské inovační centrum (JIC) [JIC - podnikání dává smysl | JIC](#)
  - Ostravský Green Light, <https://greenlight.vsb.cz/cz/>
  - Czech Accelerator (CzechInvest) <https://www.czechstartups.org/>
-

# 10 podnětů pro zlepšení českého startupového prostředí

Digitalizace  
státní správy a méně  
byrokracie

Posílení zapojení škol  
do vedení mladé  
generace k podnikání

Další rozšiřování  
ekosystému mimo Prahu,  
lokální podpora

Finanční  
zodpovědnost startupů  
nejen pod tlakem  
a dohledem partnerů/  
investorů

Instabilita  
a nízká  
výkonnost

Větší spolupráce  
mezi startupy  
a jednotlivými subjekty  
startupového světa

Lepší podchycení  
kvalitních nápadů  
(aktivita akceleratorů,  
spolupráce se školami  
a spin-offy aj.)

Častější PR  
a medializace širšího  
počtu úspěšných  
startupů, včetně  
fuckup stories

Externí ověření  
poptávky, očekávání  
a požadavků koncových  
zákazníků, práce  
startupu se zpětnou  
vazbou

všechny cílové skupiny (n=550)

# Info k startupové komunitě

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Podpora českých startupů <https://www.czechinvest.org/getattachment/4f1d0ff4-61d7-4652-9f3f-dfa9f47cde90/Fact-Sheet-Startup>
  - StartupJobs <https://www.startupjobs.cz/upload/press/startupjobs-startup-report-2020.pdf>
  - Report - Startup FactSheet Inovační prostředí v Česku 2021 (v IS)
  - <https://startupmap.cz/>
  - <https://www.ycombinator.com/library> podcasty, info, startup podpora.
  - VC Funding In CEE Report – 2020 <https://www.vestbee.com/blog/articles/vc-funding-in-cee-report-3q-2022>
-



---

# Jaké si odnášíte poznatky?

## Uved'te...

---

# Závěr

- Startup směřuje své hledání k opakovatelnému (škálovatelnému) business modelu.
- Typické je dočasné uspořádání, které se dynamicky mění a směřuje ke stabilní organizační struktuře, tak aby bylo dosaženo opakovatelného business modelu.
- Startupy jsou vysoce inovativní firmy, mají inovativní potenciál rychlého rozvoje a růstu firmy (často mezinárodní, globální působnost).



# Děkuji za pozornost

a přeji Vám úspěšný den 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.  
adamek@opf.slu.cz