

ČESKÉ STARTUPY 2016

Autorky:

Maria Staszkievicz
Daniela Havlíková

Obsah

			Úvod	04
--	--	--	------	----

KAPITOLA 1		KAPITOLA 2		KAPITOLA 3	
Hlavní zjištění	06	Metodika a definice startupu	10	Profil českých startupistů	12

KAPITOLA 4		KAPITOLA 5		KAPITOLA 6	
Profil českých startupů	16	Obchodní modely	20	Financování a nefinanční podpora	26

KAPITOLA 7		KAPITOLA 8		KAPITOLA 9	
Zaměstnanci	38	Tržby a export	40	Inovace	42

KAPITOLA 10		KAPITOLA 11			
Prostředí	44	Doporučení	48	Poděkování	54

Úvod



**Maria Staszkiwicz, zástupkyně
výkonného ředitele, Aspen Institute
Prague a spoluautorka**

” Tato studie představuje jedinečný projekt zaměřený na analýzu neustále se měnícího prostředí českého inovačního podnikání. Zájem o startupy v posledních letech prudce roste a samotný termín se stal, v dobrém i zlém, synonymem pro inovativní způsob podnikání. Následně začala být „podpora startupů“ nezbytnou součástí mnoha veřejných či soukromých inovačních a vývojových strategií, často bez správného pochopení, co startupy jsou a co opravdu pro svůj rozvoj potřebují nebo co jim překáží. **Proto bylo jedním z cílů průzkumu zmapování prostředí a zkoumání možných trendů a častých problémů, s nimiž by se české startupy mohly potýkat.**

Studie je založena na **spolehlivém, nikoliv reprezentativním vzorku odpovědí a její výsledky tedy nejsou určeny k formulování obecných závěrů o všech startupech působících v České republice.** Níže uvedený text však může sloužit jako inspirace pro všechny, kteří utvářejí podnikatelskou scénu a podporují inovační podnikání. Analýza české startupové scény je první částí projektu, který Aspen Institute Prague provedl se svými partnery. Jeho další část bude zahrnovat srovnání startupových ekosystémů v celé Visegrádské skupině, tj. v České republice, Maďarsku, Polsku a na Slovensku. Důvodem pro toto srovnání není pouze skutečnost, že se země V4 snaží koordinovat podporu startupů na regionální úrovni, ale i to že, potenciální investoři často chápou region střední Evropy jako celek. Doufáme, že náš výzkum, spolu s komentáři a doporučeními expertů a odborníků z české startupové komunity umožní lepší orientaci politikům, kteří tvoří startupové prostředí a zároveň všem, kteří se zabývají startupy.



Tomáš Prouza, vládní koordinátor pro digitální agendu a státní tajemník pro evropské záležitosti

” České startupy a čeští inovátoři obecně mají světu co nabídnout. Bohužel domácí nápady často brzdí zbytečné komplikace v podobě administrativních bariér, překážek ve vstupu na zahraniční trhy, nedostatků v elektronizaci veřejné správy či poradenských služeb. To potvrzují i výsledky této studie.

Dlouhodobě se snažíme prostředí pro začínající podnikatele zjednodušovat a poskytovat služby, které zvýší jejich šanci na úspěch – v přípravách je Národní inovační fond, který by měl zajistit možnost financování stadia proof-of-concept. CzechInvest rozjíždí poradenský projekt CzechStarter a pokračovat bude i CzechAccelerator, který nabízí mentoring a kancelářské prostory pro firmy. Dlouhodobě také stoupá účast českých misí na mezinárodních veletrzích a výstavách, kterých se podnikatelé mohou účastnit. Mezinárodní povědomí je u startupů velice důležité, snažíme se proto využívat spolupráce v rámci Visegrádské skupiny a společně zviditelňovat naše startupy pomocí iniciativy We4Startups. Cílem této platformy je propagovat region jako celek na mezinárodní scéně, mimo jiné v Silicon Valley, a dostat do povědomí investorů myšlenku, že již dávno nejsme jen levná průmyslová země, ale též máme rozvinutý inovační ekosystém, který na průmyslovou tradici navazuje. **Osobně bych rád viděl více propojení českých startupů s evropskými centry jako je Londýn**, proto věřím, že společná propagace regionu jako šedesátimilionového trhu je tou správnou cestou

Hlavní zjištění

1 Ke spolupráci na výzkumu a vyplnění dotazníku jsme vyzvali **550 startupů** z naší vytvořené databáze. Dotazník byl rovněž rozeslán prostřednictvím českých inkubátorů, akceleračních programů, agentury CzechInvest a dalších platforem, které české startupy hojně využívají a které mají vlastní databáze. Přesný počet startupů, které v současné době v České republice fungují není možné odhadnout, zejména kvůli neustálému vzniku a zániku projektů a nedostatečné shodě ohledně definice startupu.

2 Na dotazy odpovědělo **141** respondentů, celý dotazník vyplnilo **125** subjektů. Vzhledem k tomu, že dotazník byl určen všem podnikům, které se samy podle použité definice označují za startupy, není možné vypočítat míru návratnosti dotazníku.

3 Téměř **70%** dotazovaných startupů se nachází v **raných vývojových fázích** (pre-seed a seed stage), pouze **15%** v tzv. **scale-up** fázi.

4 U otázky týkající se cílových **zákazníků**, kde mohli respondenti vybrat více odpovědí, označilo **56%** dotazovaných startupů za cílovou skupinu jednotlivce. Přibližně 50% respondentů se soustředí na **velké firmy** (s více než 250 zaměstnanci) a **43%** respondentů uvedlo, že jejich **zákazníky** jsou **veřejné instituce** (např. školy, nemocnice, obce).

5 O něco více než **60%** startupů uvedlo, že nabízejí **nové služby** nebo produkty, a téměř **23%** z nich pracuje na **vylepšení** stávající služby nebo produktu.

6 Startupy působí zejména v následujících oblastech: **SaaS (28%)**, **webové služby (21%)** a **mobilní softwarové služby (17%)**. Dalšími často zmiňovanými oblastmi jsou: **analytika/ business intelligence (16%)** a **cloudové služby (12%)**. Zajímavým poznatkem bylo, že cca 10% startupů za oblast svého podnikání uvedlo **internet věcí (IoT)** a **vzdělávání**.

7 Spolupráce s univerzitami a komerčními výzkumnými centry není u českých startupů příliš běžná a jen malý počet dotazovaných startupů vznikl v rámci univerzity nebo výzkumného centra. To se rovněž promítá do oblastí, v nichž dotazované startupy působí – většina z nich nabízí nové IT produkty a služby, nikoli technologická řešení.

8 Celkem **78%** dotazovaných českých startupů využívá **financování z vlastních zdrojů**. **13%** respondentů získalo finanční podporu od **místních business angels** nebo vlastních **sítí** (tzv. skupiny 3F: friends, family and fools).

9 Pouze asi **9%** startupů využilo **veřejné finanční zdroje** a jen **18%** startupů je **plánuje využít** v následujících šesti měsících.

10 Více než **polovina** dotazovaných startupů (57%) chce své projekty **financovat z vlastního kapitálu** a o něco více než **čtvrtina** (26%) respondentů má v úmyslu navázat spolupráci se **strategickými byznysovými investory**. Cca 20% z nich chce do financování zapojit **místní VC fond nebo business angela** (19%, resp. 21%).

11 **Jedna pětina** startupů začala do konce prvního roku podnikání vytvářet stabilní, očekávaný a dostatečný příjem. Celých **47%** respondentů naopak ještě stále příjmy vytvářet **nezačalo**.

12 Téměř **25%** respondentů vůbec nevyvází do zahraničí. Pouze **22%** startupů získává přes polovinu příjmů ze zahraničí.

13 Téměř **třetina** startupů má zaregistrovaný **patent nebo ochrannou známku**.

14 Celkem **14%** dotazovaných startupů uvedlo, že **jsou univerzitním nebo výzkumným spin-offem**.

15 Převážnou většinu dotazovaných startupů tvoří **mikropodniky** s méně než 10 zaměstnanci. Přes **65%** z nich za **posledních šest měsíců zvýšilo počet zaměstnanců alespoň o jednoho pracovníka**.

16 **Třetina** respondentů spolupracuje alespoň s **jedním neplaceným pracovníkem**.

17 V otázce týkající se vnitřních výzev dotazované startupy nejčastěji uváděly **lidské zdroje** (53% odpovědí) a **financování/investice** (43%).

18 **Vstup na zahraniční trhy a export** byly zmiňovány jako **nejdůležitější vnější výzvy** (43% odpovědí).

19 Celkem **19%** startupů mělo mezi zakladateli **alespoň jednu ženu**. Téměř **9%** někoho s titulem **Ph.D.**

20 Převážná většina zakladatelů a CEO dotazovaných startupů je ve věku **20–39 let** a má **vyšší než středoškolské vzdělání**.



Jan Klesla, vedoucí ekonomické rubriky, Lidové noviny

” Startup neznámá garáž, či designově vyladěné sdílené kanceláře, neznámá ani kávu s hladkou pěnou v papírovém kelímku, neznámá večírky, ani rozjásané prezentace. I když i to vše jaksi patří k věci. **Startupy jsou v rozvinutých ekonomikách hlavně motory skutečných inovací.** Takových, které za pět či deset let potáhnou celou zemi či dokonce region. Česká startupová scéna je už dospělá a je tedy na místě, aby měla jasnou ambici stát se motorem naší budoucnosti.

Je proto více než zarážející, že drtivá většina startupů se u nás, dle výsledků prezentované studie, orientuje na software a aplikace, ale jen jednotky procent působí v oborech budoucnosti jako je zdravotnictví, biotechnologie, pokročilá výroba, robotika, IoT, nebo dokonce doprava. Přitom právě průmysl, a zvláště ten automobilový, je páteří naší ekonomiky a nabízí tak významnou oporu i z hlediska lidského kapitálu, ve společnosti sdíleného know-how, či tradice. Kolik startupů třeba na Zlínsku vyvíjí boty?

Z tohoto pohledu lze proto označit za velmi nízká čísla spolupráce startupů s akademickou sférou a vývojovými centry. Vždyť právě takové firmy jako například Cognitive security, vzniklé na akademické půdě, patří k nemnoha opravdovým příběhům českého startupového úspěchu posledních let. Nabízí se tak úvaha, že namísto orientace na obory a oblasti, ve kterých i v mezinárodním srovnání excelujeme, jako je právě bezpečnost, se mladí čeští podnikatelé snaží jen více či méně napodobovat křemíkové pohádky ze zahraničí.

Právě podniky postavené na hmatatelných a reálných inovacích v oborech s českou přidanou hodnotou přitom vypráví jasný příběh i pro zahraniční investory, kterých je v tuto chvíli jen o něco málo více, než desetina.

Takové budou mít šanci skutečně exportovat a expandovat do zahraničí, po čemž i podle výsledků studie startupisté vcelku pochopitelně touží. V tomto ohledu přichází na řadu i stát. Ufinancovat i letitý výzkum a vývoj není jednoduše v silách vlastního kapitálu zakladatelů, jejich rodin a přátel. Stejně tak

může být sice na trhu dostatek soukromých zdrojů, vysoké kapitálové nároky společně s tradičně vysokým rizikem, ale mohou být v těchto případech nepřekonatelné. Právě veřejné spolufinancování může – a ostatně by mělo – takové investice umožnit. A to jak napřímo, tak i prostřednictvím rozvíjejících se inovačních center.

Veřejné organizace i například profesní sdružení by také měli motivovat soukromé korporace k oboustranně prospěšné spolupráci se startupy. Zároveň mají nenahraditelnou úlohu v otevírání nových příležitosti v zahraničí. Především na trzích, které nejsou tradičním cílem tuzemských startupů jako je Latinská Amerika, Asie či Afrika.

Nezbytnou podmínkou je také ochrana malých před velkými. Na druhé straně pak otevření možnosti financování prostřednictvím burzy, například v menších emisích, či formou private placementu. Právě startupy by tak mohly přispět i k oživení tuzemského kapitálového trhu.

Metodika a definice startupu

1 Studie startupů v zemích V4 je prvním pokusem o zmapování a porovnání startupových ekosystémů v zemích Visegrádské čtyřky (Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko). V první fázi analyzovaly národní studie, (jakou je například i tento text), **parametry, podnikatelské trendy a výzvy** jednotlivých ekosystémů. Druhá fáze se zaměří na porovnání údajů získaných ve všech čtyřech zemích.

2 Proč se vůbec pokoušet o zmapování tak rychle rostoucího a proměnlivého prostředí, jaké ekosystémy startupů představují? Hlavním důvodem byl obrovský zájem veřejných i soukromých subjektů o podporu startupů, jenž vede k vytvoření podpůrných programů a politik zaměřených na inovační podnikání. Získané statistické a kvalitativní údaje o startupech by mohly být využity k lepšímu nastavení těchto programů.

3 Na základě shromážděných údajů a uskutečněných rozhovorů proto v závěru této studie uvádíme **doporučení ohledně administrativních a legislativních změn**.

4 V této studii používáme následující **definici startupu**: startupem je subjekt z jakéhokoli odvětví, který:

- vyvíjí určitý produkt nebo službu, jež jsou **v daném místě, příp. době jedinečné**,
- se pokouší řešit určitý problém jedinečným a inovativním způsobem,
- má **potenciál rychlého růstu** z hlediska příjmů a počtu zákazníků,
- se vyznačuje tím, že hlavní úlohu v podnikání hrají sami zakladatelé,
- pro svůj další růst **potřebuje investice**.

5 Tato definice byla zvolena z toho důvodu, aby bylo možné startupy odlišit od jiných nově zakládaných podniků a aby se výčet startupů neomezoval pouze na ty působící v oblasti digitálních technologií.

6 Studie byla rovněž omezena na subjekty, které jsou **registrované v České republice nebo u nichž je alespoň jeden ze zakladatelů český občan**. V druhém z uvedených případů musí subjekt splňovat ještě další podmínku, že musí alespoň částečně působit na území České republiky.

7 Při tvorbě obsahu a struktury dotazníku byly využity poznatky z jiných podobných projektů, zejména z polské studie o startupech z roku 2015 (Polish Startup Report 2015). Náš dotazník obsahoval **33 hlavních otázek**: 28 uzavřených otázek nebo otázek s možností výběru více odpovědí a pět otevřených otázek. V dalších dvou otázkách se měli respondenti vyjádřit k obsahu a formě dotazníku. U všech otázek byly odpovědi nepovinné. Dotazník byl k dispozici ve dvou jazykových verzích, češtině a angličtině.

8 Dotazník probíhal ve dvou časových obdobích, od 20. června do 15. srpna a od 5. do 18. září. CEO a zakladatelé startupů byli k účasti na studii osloveni prostřednictvím e-mailů, sociálních sítí, prostředníků (např. inkubátorů) nebo během rozhovorů. Subjekty jsme následně oslovili ještě telefonicky.

9 Veškeré shromážděné údaje byly **anonymizovány**, a studie tak neobsahuje názvy společností ani nepřirazuje jednotlivé odpovědi ke konkrétním subjektům nebo jednotlivcům.

10 Po analýze hrubých údajů autorky vybraly **141** relevantních subjektů, které odpověděly na všechny dotazy nebo jejich část. Celý dotazník vyplnilo **125** respondentů.

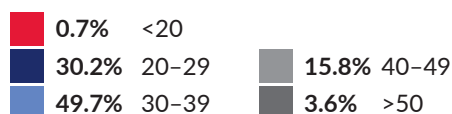
11 Dotazník byl vyplňován prostřednictvím webové aplikace Webankieta.pl, jejíž součástí jsou analytické nástroje (SPSS apod.).

12 Korelace byly počítány v programu SPSS s pomocí Sociologického ústavu Akademie věd ČR. Přestože jsme ze získaných odpovědí vypočítali celou řadu korelací, ukázalo se, že v mnoha případech byl vzorek příliš malý na to, aby bylo možné vyvodit z údajů nějakou konkrétní tendenci.

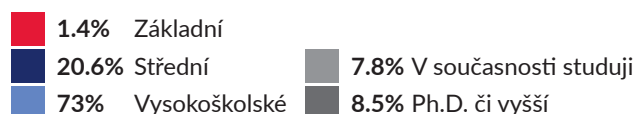
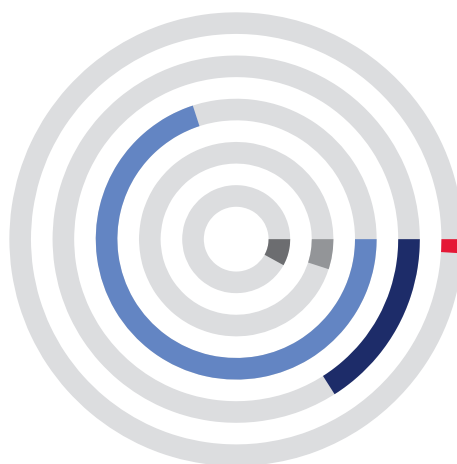
13 Studie obsahuje kromě analýzy údajů a doporučení **také osobní názory a postřehy odborníků**, kteří se prostředím startupů zabývají.

Profil českých startupistů

Věk



Vzdělání

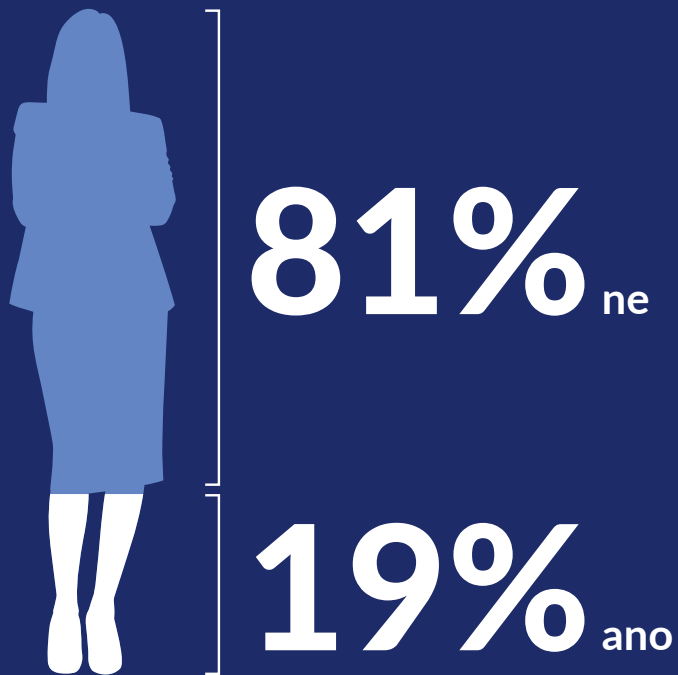


Není překvapením, že 80% CEO a zakladatelů je ve věku 20 až 40 let, přesně polovina z nich jsou třicátníci. Zajímavé je, že téměř 16% startupů zakládají či řídí osoby starší 40 let. Čtyři pětiny vedoucích pracovníků již dosáhly vysokoškolského vzdělání (s bakalářským, magisterským nebo doktorským titulem), 8% z nich stále studuje a téměř 9% z nich získalo titul Ph.D. či vyšší. Nepodařilo se vysledovat žádný konkrétní trend, co se týče oboru studia – polovina vedoucích pracovníků ve startupech studovala technické či přírodní vědy (mj. informatiku, elek-

trotechniku a matematiku), druhá polovina pak společenské nebo humanitní vědy (mj. ekonomii a právo). Celkem 17% respondentů z těch, kteří dosáhli vysokoškolského vzdělání, získalo titul z více oborů.

Téměř polovina respondentů působila dříve v jiném startupu a o něco více než 50% z nich pracovalo v korporacích. Téměř jedna třetina dotazovaných uvedla, že jejich startup má pouze jednoho zakladatele.

Byla nebo je mezi zakladateli alespoň jedna žena?



Téměř 19% dotazovaných startupů uvedlo, že mezi jejich zakladateli je alespoň jedna žena, zatímco pouze 2% uvedla, že mají jednu ženu mezi vlastníky.



**Michal Andera, ePORT Program Manager,
xPort, Vysoká škola ekonomická v Praze (VŠE)**

” Dnes už téměř všichni znají slovo startup. Není to tak dávno, kdy to bylo slovo používané hrstkou zasvěcených. Mediální zájem o úspěšné české firmy způsobil, že mít svůj startup, je ambicí stále více lidí. S tím ale také souvisí eroze tohoto termínu. Název původně používaný pro rychle rostoucí ambiciózní technologické firmy, dnes lidé používají i při rozjezdu menšího podnikání, třeba kavárny. I když to občas některé odborníky rozčiluje, já si myslím, že je to pozitivní vývoj. Stále více mladých lidí zvažuje vlastní podnikání jako atraktivní alternativu zaměstnaneckého poměru. Souvisí to také s popularitou úspěšných podnikatelských příběhů. Na jedné straně globální podnikatelské hvězdy jako Mark Zuckerberg, Steve Jobs a Bill Gates. U nás zakladatelé firem Avast, Y Soft, Apiary. Firmy,

kteří úspěšně působí celosvětově. Dokonce u nás najdeme v poslední době celou řadu úspěšných sociálních podniků jako Pragu-lic, Rekola, Koala Phone. Jejich zakladatelé vnímají podnikání jako nástroj pozitivní změny. Je skvělé, že z podnikání se stává nástroj společenské změny.

Celý ekosystém podpory podnikání se rozvíjí. V našem výzkumu jsme v ČR zaznamenali 51 podnikatelských inkubátorů. Nejvíce z nich se nalézá v Praze. Dvacet tři akceleratorů je vlastněno privátně, 21 je veřejných a 7 akceleratorů je v kombinovaném vlastnictví. V České republice je dále více jak 80 coworkingových center. Minimálně tím, že poskytují sdílené prostory, podporují začínající podnikatele. Mnoho z nich organizuje vzdělávací

akce a podporuje podnikatelskou komunitu. Možnosti pro začínající podnikatele se stále rozšiřují.

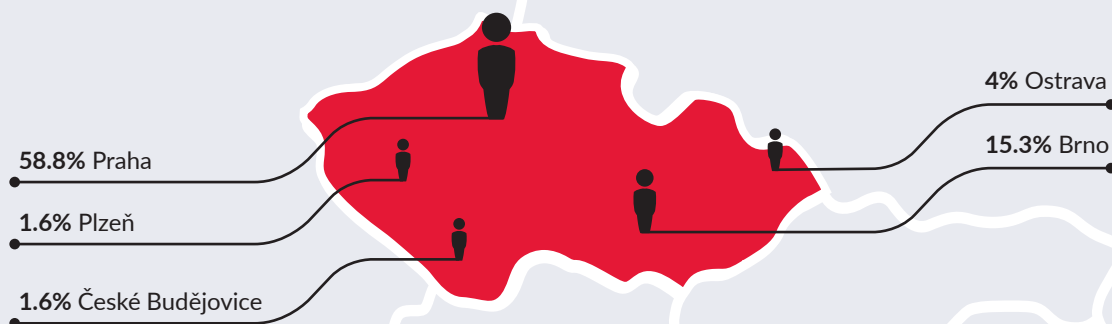
Mladí lidé si po skončení studia volí kariéru. Zda se nechají zaměstnat nebo rozjedou vlastní podnikání je významné rozhodnutí. Nyní je patrný trend rozvoje kreativity, kritického myšlení a podnikavosti. Vysoké školy umožňují studentům zaměřit se na vzdělávání ve vztahu k založení a rozvoji vlastního podnikání. Na Fakultě podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze vznikla Katedra podnikání. Ta poskytuje studentům ucelený vzdělávací program zaměřený na založení a rozvoj vlastního podnikání. Studenti tak mohou studovat vedlejší specializaci Podnikání. Kromě toho Vysoká škola ekonomická v roce 2015 otevřela

podnikatelský akcelerační xPORT. Tento trend je vidět i na ostatních školách. ČZU má Point One, Technická univerzita Ostrava má podnikatelské centrum.

Mezi samotnými studenty je patrná změna postoje k budoucí kariéře. Před 10 lety byla vysněnou metou manažerská pozice ve velké firmě nebo kariéra v jedné z významných poradenských firem. Dnes se absolventi ve větší míře vydávají cestou vlastního podnikání nebo získávají zkušenosti v začínajících firmách svých kolegů. Změna postojů umožnila mimo jiné vznik projektu startupjobs.cz, který se zaměřuje na nabídku práce výhradně ve startupech.

Podnikání není pro každého, ale může to být cesta ke spokojenému a naplněnému životu.

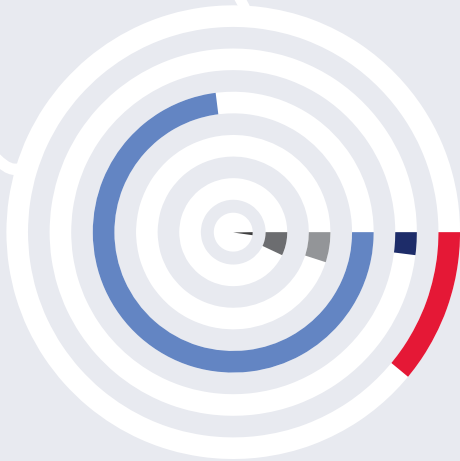
Profil českých startupů



Mapa startupů

České startupy se koncentrují v hlavním městě: téměř 60% z těch, které se zúčastnily průzkumu, jsou zaregistrovány v Praze. Druhé město s největším počtem startupů je Brno s 15%. Další tři města s aktivním inkubátorem anebo akcelerátorem, která se objevila na mapě, jsou: Ostrava (4%), České Budějovice a Plzeň (v obou případech 1,6%). V dalších českých městech je zaregistrováno 11,5% startupů.

Zahraníční registrace, které činí 7,2%, jsou většinou ve Velké Británii následované Spojenými státy americkými.



- 11.3% Akciová společnost
- 2.1% Veřejná obchodní společnost
- 73% Společnost s ručením omezeným
- 4.3% OSVČ
- 7.1% Pobočka zahraniční společnosti
- 2.2% Jiná

Právní forma

Tři čtvrtiny (tj. 73%) dotazovaných startupů jsou společnosti s ručením omezeným, zatímco pouze 11% jsou akciové společnosti, a jen malý podíl (4,3%) tvoří OSVČ.



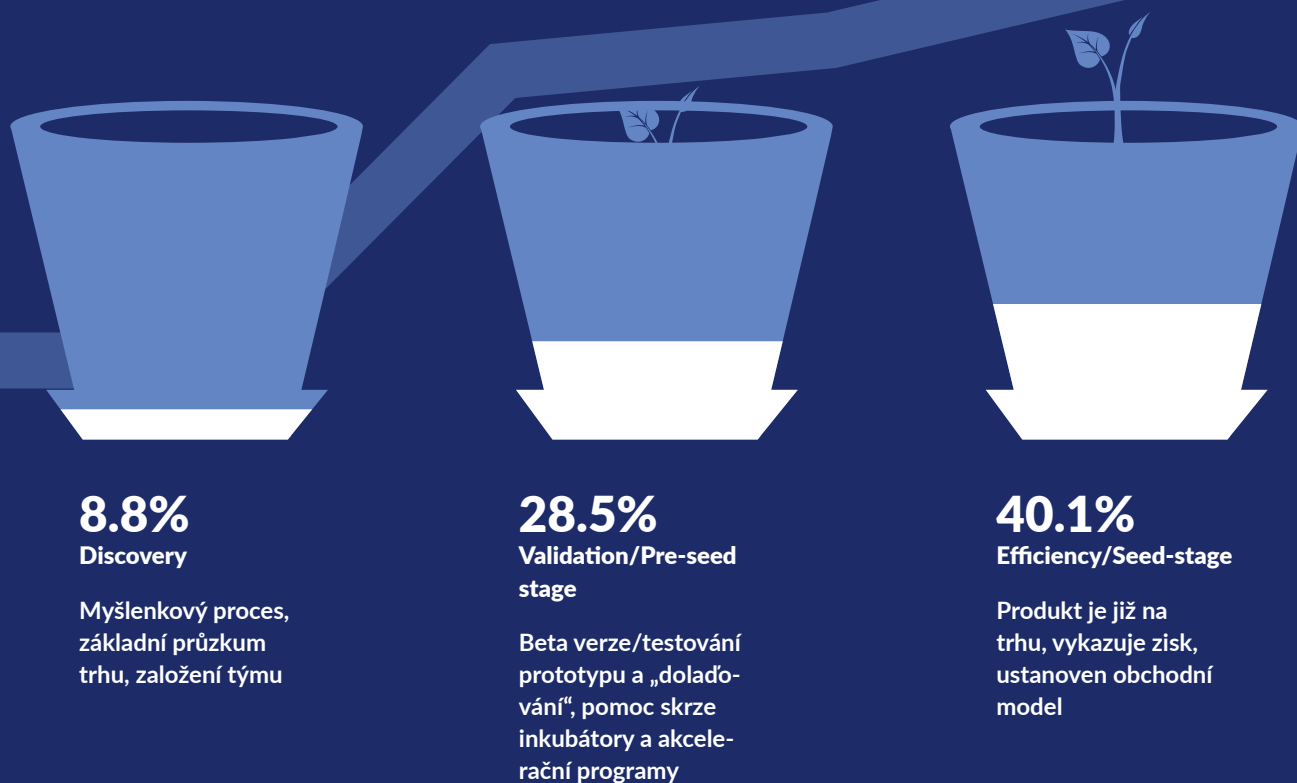
- 39% 2015–2016
- 39% 2013–2014
- 22% Před 2013

Datum registrace

Mezi dotazovanými startupy se 85% zaregistrovalo v posledních pěti letech. Skoro 39% fungovalo méně než dva roky (tj. byly založeny v roce 2015 nebo později) a dalších 39% bylo zaregistrováno v letech 2013–2014. 22% startupů byla založena před rokem 2013.

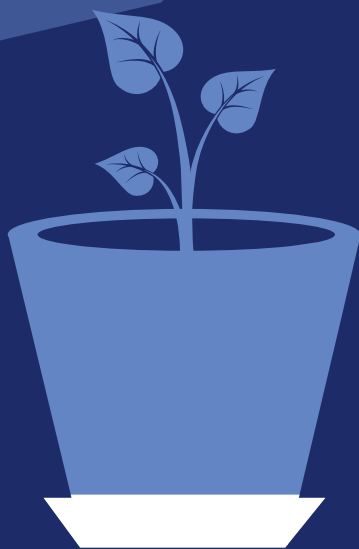
Rozdělení počtu startupů podle různých fází vývoje

Ve studii byly startupy požádány, aby označily svou stávající vývojovou fázi. Navrhli jsme šest fází, které jsou charakterizovány takto:



Startupy, které se průzkumu zúčastnily, jsou v raných fázích vývoje. To není nijak překvapivé, protože většina z nich byla založena v posledních pěti letech. Tři čtvrtiny (77%) se nacházejí v prvních třech fázích: discovery (8,8%), pre-seed (28,5%) a seed stage (40,1%). To znamená, že většina dotazovaných startupů již začala nabízet svůj produkt zákazníkům a nyní

se soustředí na testování obchodních modelů a modelů tržeb. Na druhé straně, pouze 15% z nich je ve fázi scale-up, která přináší zvyšující se tržby a podíl na trhu.

**15.3%**Scale/
Series A

Vzrůstající zisk a podíl
na trhu, vyvíjení
růstových strategií

**5.1%**

Establishing/Series B

Stálá základna
uživatelů a ustálený
obchodní model

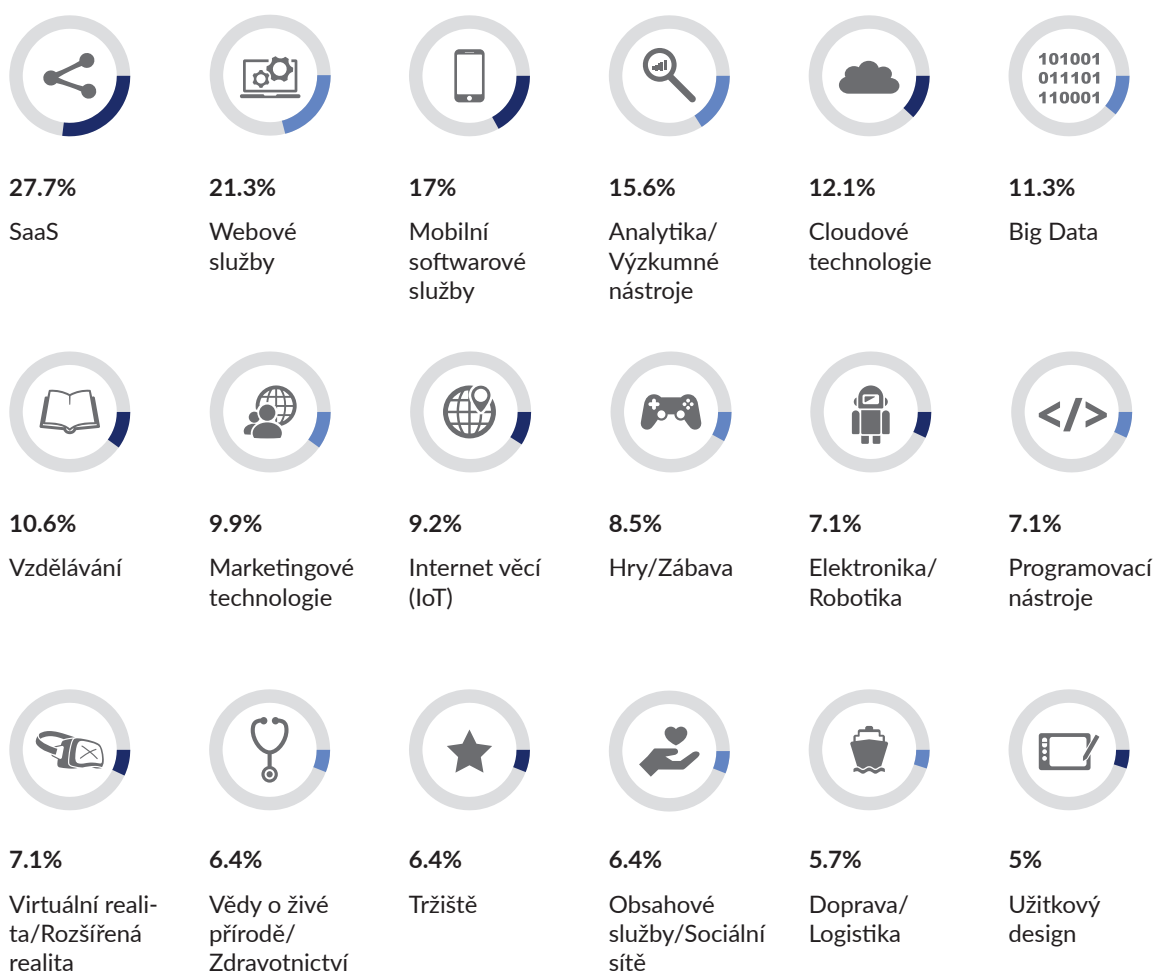
**2.2%**

Maturing/Series C

Expanze a akvizice

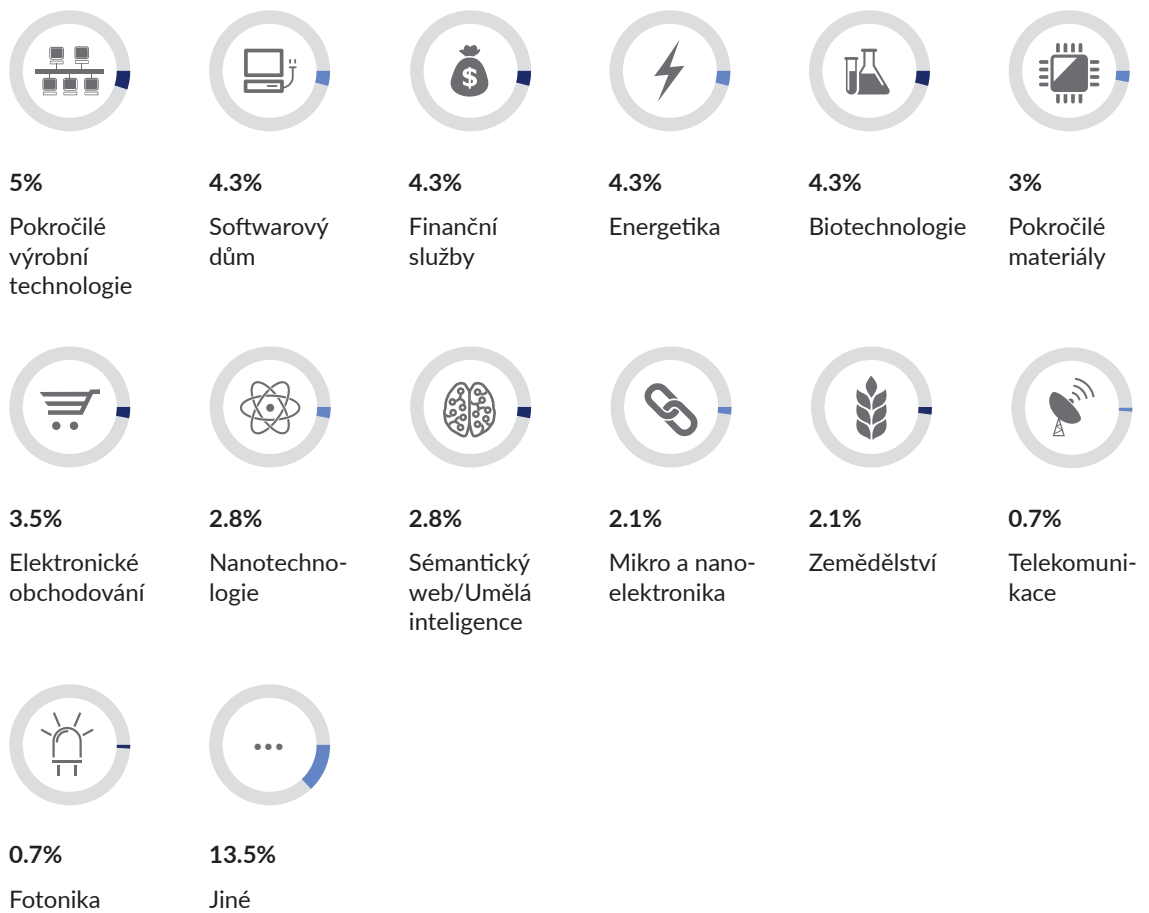
Obchodní modely

Průmyslové odvětví, v jakém startupy působí
(otázka s možností výběru více odpovědí)

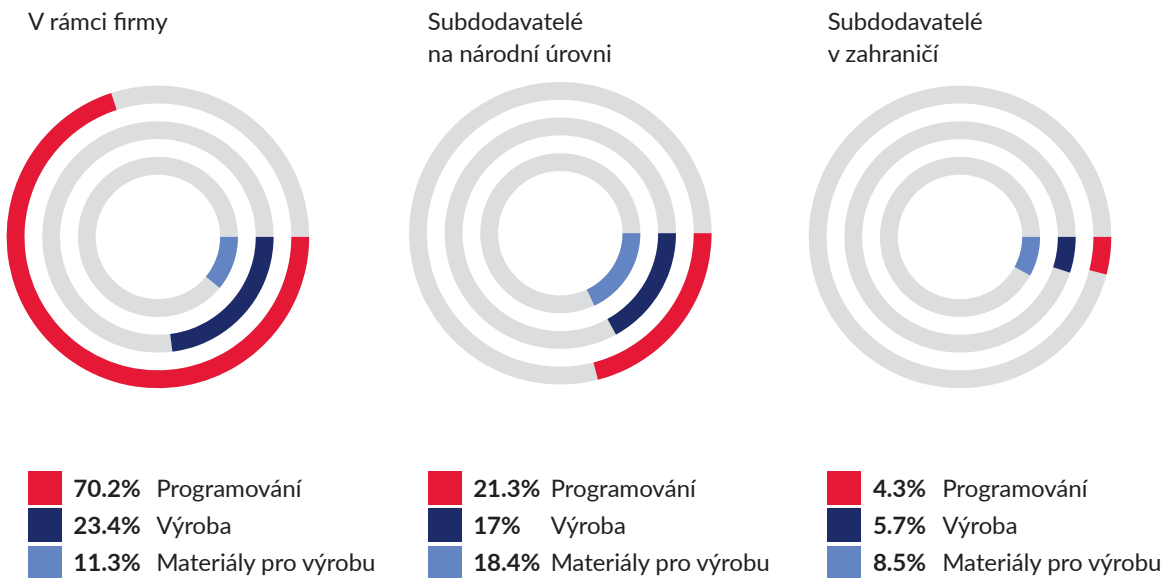


České startupy působí především v těchto oborech: SaaS (28%), webové služby (21%) a mobilní softwarové služby (17%), analytika/ výzkumné nástroje (16%) a cloudové služby (12%). Zajímavé je, že přibližně 10% startupů uvedlo jako obor působení internet věcí a vzdělávání.

Obecně dotazované startupy působí v oborech úzce souvisejících s digitálními technologiemi, a v menší míře se orientují na základní klíčové technologie, jako jsou nanotechnologie nebo pokročilé materiály.

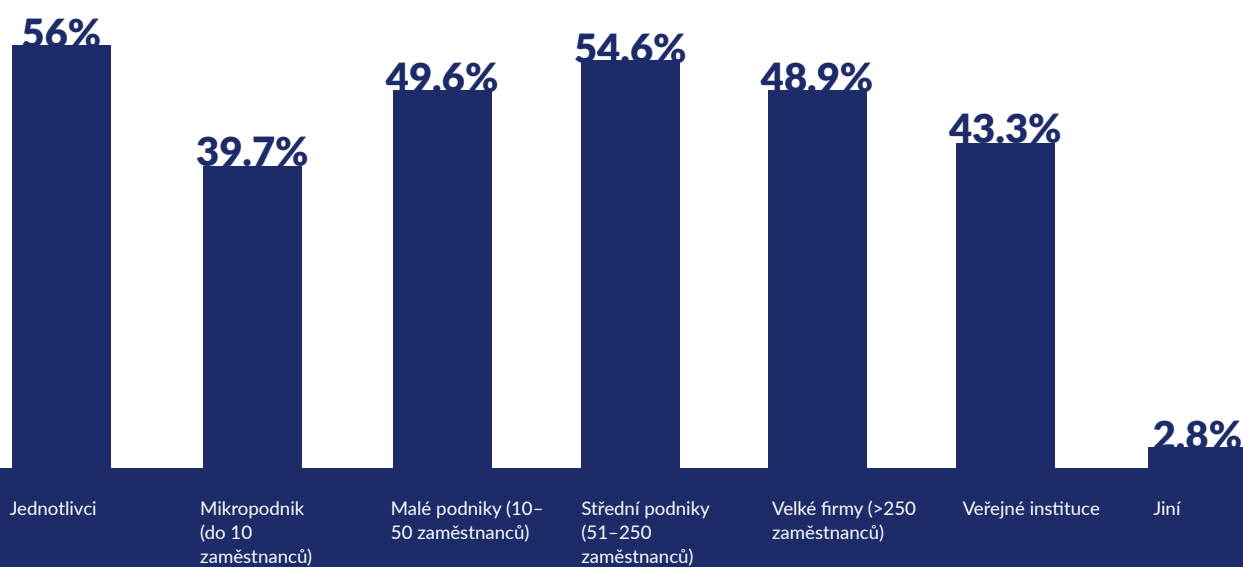


Jak vzniká váš produkt?
(otázka s možností výběru více odpovědí)



Téměř tři čtvrtiny českých startupů využívají vlastní programátory v rámci firmy nebo u subdodavatelů – jiných českých IT specialistů (21,3%). Tato tendence využívání spíše národních, než zahraničních subdodavatelů je patrná i ve výrobě a získávání materiálů pro výrobu. Většina produktů je založena na softwaru.

Cíloví zákazníci
(otázka s možností výběru více odpovědí)



V otázce s možností výběru více odpovědí týkající se cílových zákazníků uvedlo 56% dotazovaných startupů jako svou cílovou skupinu jednotlivce. Přibližně 50% respondentů prodává své výrobky a služby velkým firmám (s více než 250 zaměstnanci) a 43% uvedlo jako své (potenciální) zákazníky veřejné instituce (např. školy, nemocnice, obce).



Renata Nemkyová, TechSquare Scout

” V TechSquare pracujeme většinou se startupy, které jsou ve fázi růstu, než s těmi ve fázi discovery. Lidé mají obecně spoustu nápadů pro spotřební trh, protože oni sami jsou spotřebiteli. **Ale Česká republika nepředstavuje pro žádný startup dostatečně velký trh, rozhodně ne v oblasti B2C.** Domníváme se, že největší potenciál představují technologické startupy zaměřené na podnikový trh. Startupy, které jsou schopné vyvinout a otestovat svá řešení na místním trhu a zároveň si připravovat půdu na mezinárodní a globální expanzi. Zdá se, že historie to potvrzuje, neboť celá řada zajímavých globálních startupů, která vyrazila na podnikatelskou dráhu

v České republice, využila toho, že na podnikovém trhu chyběla odpovídající řešení (Cognitive Security, GoodData, Y Soft nebo SocialBakers).

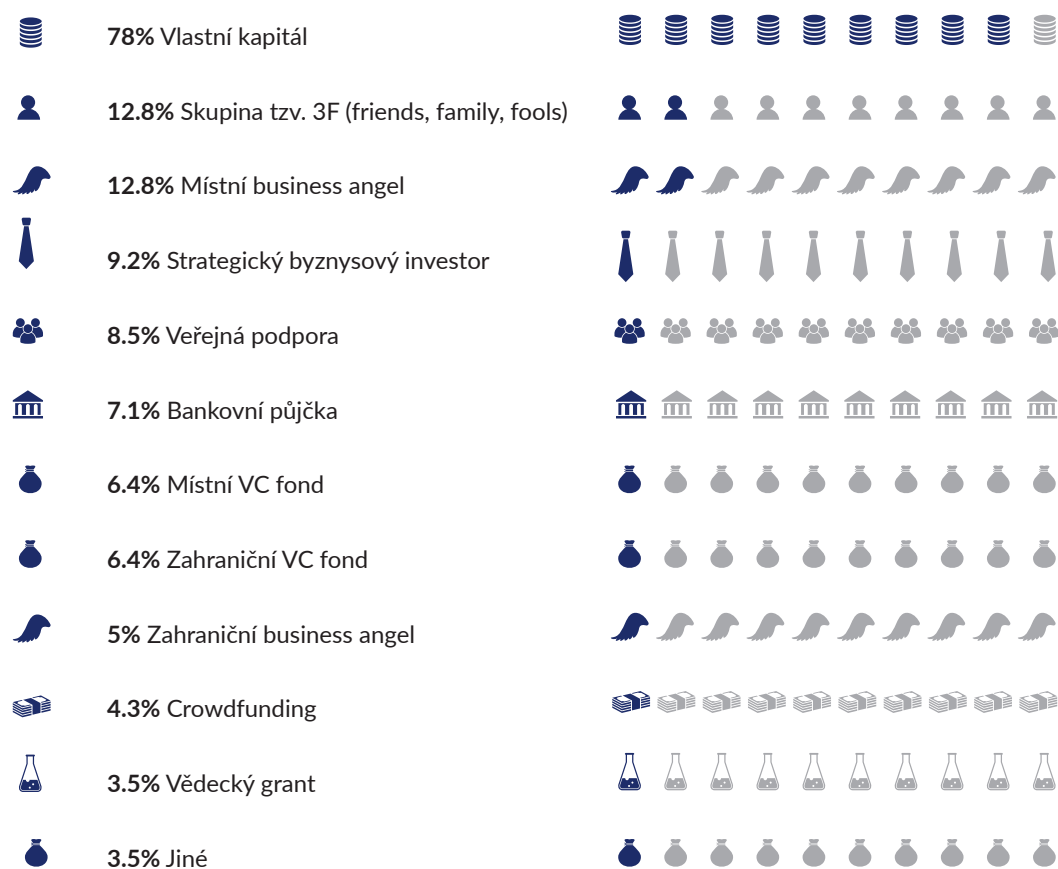
Existuje velké množství zakladatelů technických startupů, kteří jsou na hony vzdálení představě „mladíků v garáži“. Stále častěji se setkávám a pracuji s lidmi, kteří byli 10 nebo dokonce 20 let odborníky na určitou oblast v korporátním prostředí. Vezměte si třeba podnikovou bezpečnost, business intelligence nebo síťovou infrastrukturu. S rozsáhlými zkušenostmi ohledně problémů, které korporace v těchto vysoce strategických oblastech řeší, mají tito lidé

jasnou představu o tom, jak by měla vypadat jejich řešení a jakým standardům by měla odpovídat. Tomuto trendu velmi napomáhá způsob, jakým velké podniky konečně začínají přemýšlet o svém podnikání. Vlastní in-house inovace jsou drahé, tradiční dodavatelé a prodejci často nejsou dostatečně flexibilní a také představují drahé řešení. Ale pokud se nic nezmění, velké podniky nebudou stačit tempu na nově vznikajících trzích. V tom okamžiku se rozhlédnou směrem ke startupům. Nejde vždy o to „eat or be eaten“, je zde velký prostor pro spolupráci.

Celkově vzato se domnívám, že startupová scéna v České republice dozrává a uvědomuje si, že získávání kapitálu není cílem, ale nástrojem. Startupy se prostě musí ujistit o tom, že jejich produkt na trh zapadá, musí prodávat svá řešení a přinášet hodnotu investorům. Aby to bylo možné, je třeba, aby na ně jejich korporátní zákazníci a strategičtí partneři pohlíželi jako na sobě rovné.

Financování a nefinanční podpora

Jaké zdroje finanční podpory využil váš startup? (otázka s možností výběru více odpovědí)

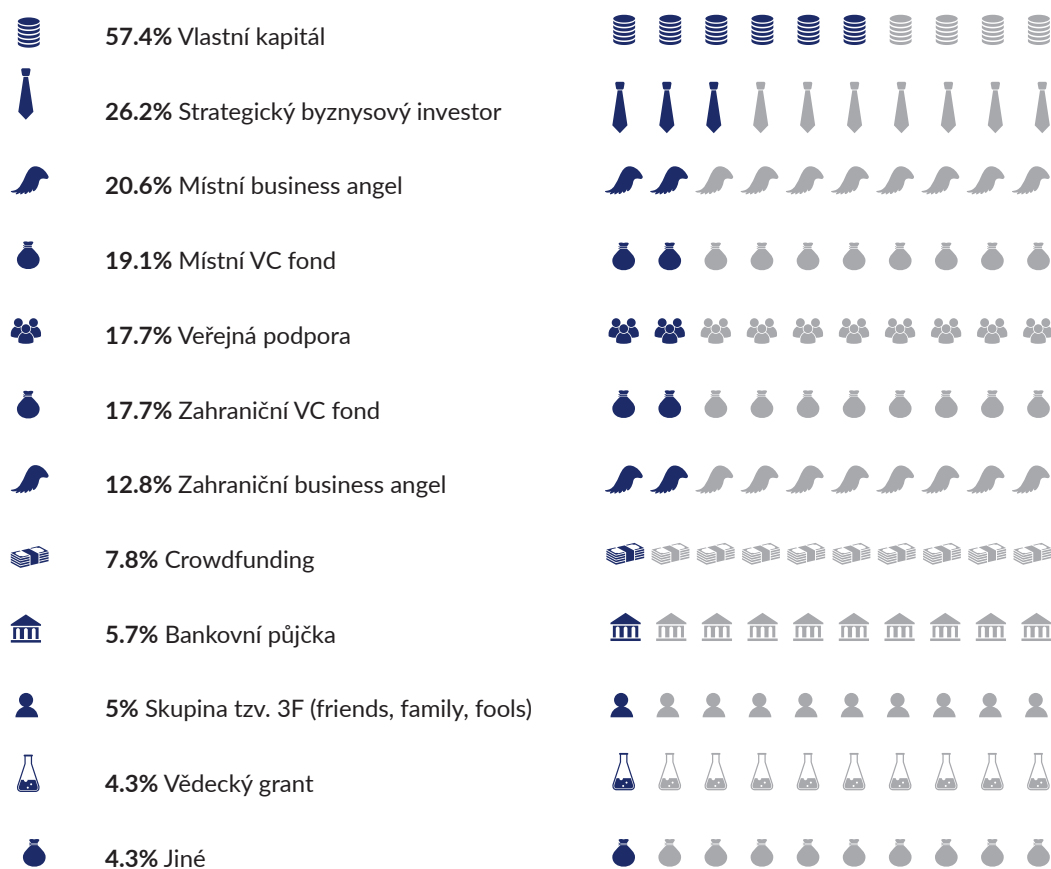


Celkem 78% dotazovaných českých startupů použilo k financování svého podnikání vlastní kapitál. Význam tohoto zdroje financování v oslovených startupech (většina z nich je v rané fázi vývoje) bude v příštích šesti měsících klesat, můžeme tedy předpokládat, že s růstem podniku pozbývá vlastní kapitál na důležitosti. Místo toho je cílem čtvrtiny startupů najít strategického byznysového investora. Tento zdroj byl

uveden jako druhý nejdůležitější při navyšování kapitálu.

Jak místní business angels, tak vlastní síť (tzv. přátelé, rodina, blázni) finančně podpořili 13% dotazovaných startupů. Zdá se, že místní business angels a místní VC fondy působí jako klíčové zdroje investic v pozdějších vývojových fázích, pravděpodobně, aby zaplnily mezeru

Jaké zdroje finanční podpory plánujete využít? (otázka s možností výběru více odpovědí)



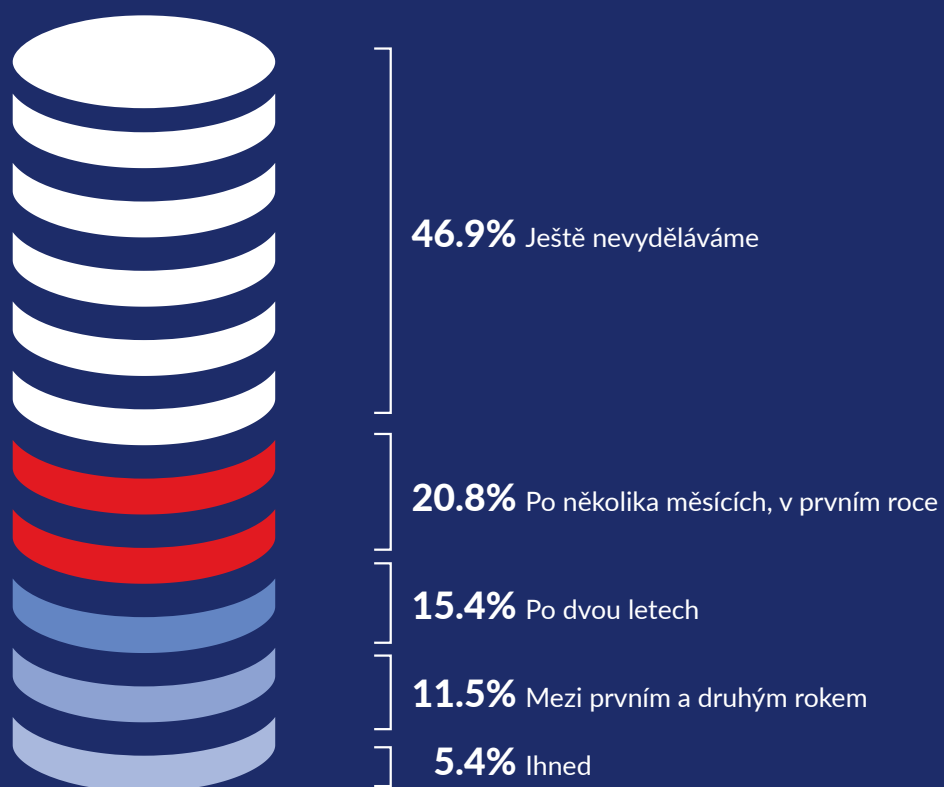
klesající finanční podpory z vlastní sítě zakladatelů startupů. Přestože to vypadá, že zájem o využívání veřejných financí postupně roste, v příštích šesti měsících plánuje požádat o veřejnou podporu pouze 18% a pouhých 9% podnikatelů už tuto podporu využilo.

Bankovní půjčka nebo crowdfundingová kampaň se využívají velmi málo, avšak poměrně

překvapivé je, že více startupů upřednostňuje získávat finanční prostředky z crowdfundingu (8%), nikoli prostřednictvím bankovní půjčky (6%).

Téměř pětina startupů začala generovat stabilní, očekávaný a dostatečný příjem během prvního roku působení. Zároveň 47% dotazovaných subjektů ještě nezačalo stabilní příjem vytvářet.

Stabilní, očekávaný a dostatečný příjem





Jan Dejl, ředitel Odboru podpory finančních nástrojů Ministerstva průmyslu a obchodu

” Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) chce podpořit novou generaci začínajících podnikatelů a pomoci jim překlenout „údolí smrti“ při realizaci jejich inovativních nápadů do globálního uplatnění. Trh rizikového kapitálu v České republice je zatím stále málo rozvinutý, co do počtu investic patří k nejslabším v EU. **Na rozdíl od všech okolních zemí zatím v České republice nebyla zavedena státní podpora rizikového kapitálu, která se v Evropě stala důležitým zdrojem financování startup a seed fází.** Na bázi zahraničních příkladů je na MPO pro příští roky z prostředků evropských fondů připravováno několik schémat podpory prostřednictvím poskytování kapitálových vstupů.

V nejbližším horizontu je plánován vznik fondu fondů ve správě Evropského investičního fondu, kam bude alokováno 40 mil. EUR z ESIF. EIF rozdělí tyto peníze do několika soukromých fondů rizikového kapitálu zaměřených na investice do začínajících podniků ve fázi startup a seed. Cílem je tak dát impuls pro vznik nových investičních subjektů na trhu a přilákání soukromých investic, které na úrovni jednotlivých fondů doplní veřejné zdroje. O první investice se startupy budou moci ucházet začátkem roku 2018.

Souběžně je na MPO připravován vznik **vlastního státního subjektu, Národního inovačního fondu, investiční společnost a.s. (NIF)**, který má mít v budoucnu na starosti implementaci všech kapitálových nástrojů. První realizovanou aktivitou bude koinvestiční fond rizikového kapitálu o velikosti 12 mil. EUR s předpokládaným začátkem fungování ve čtvrtém čtvrtletí roku 2017. Fond bude zaměřen na přímé koinvestice zejména do nejranější fáze podnikání (seed) a do high-tech oblastí, které nejsou trhem v současnosti dostatečně pokryty, (např. spin-off firmy realizující výsledky výzkumu a vývoje, projekty life-science, nanotechnologií apod.). **Veřejná investice bude kombinována na úrovni jednotlivých projektů se zdroji soukromých spoluinvestorů, jejichž účast může motivovat i možnost preferenčního dělení zisku z úspěšných exitů.** V roce 2018 má být prostřednictvím NIF realizován též program “Proof-of-concept” zaměřený na komercializaci výzkumu a vývoje ve fázi pre-seed ve výzkumných organizacích. Chtěli bychom tak přispět ke vzniku nových akademických spin-offů a většímu využití potenciálu českého výzkumu.

Financování nabízené startupům a proces výběru se nebude výrazně lišit od tržní praxe. Nebude se jednat o dotace, nýbrž o návratné investice. Prostředky z úspěšných exitů se vrátí státu k dalšímu využití. Startupy se dostanou do kontaktu pouze s investičními odborníky, nikoli se státem přímo. Státní fond nemá být konkurentem soukromých společností. Naopak, prostřednictvím vzájemných koinvestic, případně kapitálovými vstupy do soukromých fondů rizikového kapitálu, chce stát vhodně podpořit zapojení soukromých investorů zejména prostřednictvím sdílení rizika. **Aktivity NIF ve vzájemné synergii doplní podporu startupů formou poradenství, koučingu, mentoringu a podpory startupové infrastruktury, které zajišťuje agentura CzechInvest.**



**Philip Staehelin, Managing Partner
v Roland Berger**

” Český startupový ekosystém prošel za posledních několik let značnými změnami... jenže jeho vývoj započal ve srovnání s některými našimi sousedy o poznání později a nám tak nezbyvá nic jiného, než je dohánět. **Než se ovšem zařadíme mezi evropské špičky, máme před sebou bezpochyby ještě dlouhou cestu. Jedním ze způsobů, jak můžeme celý proces urychlit, je vybudování rozsáhlé základny "angel" investorů (neboli business angels).**

Rozsáhlá a stabilní komunita českých "angel" investorů je naprosto nezbytným stavebním kamenem dobře fungujícího startupového ekosystému, jelikož včasný přísun kapitálu zaručí, že se více dobrých nápadů uchytí a dá vzniknout novým prosperujícím firmám. V současnosti jsme svědky rostoucí vlny úspěšných podnikatelů, kteří začali investovat část svých zisků do startupů. Máme tu i dozrávající prostředí Venture Capital fondu,

kteří doajista působí jako stimulant pro již vyspělejší startupy, a také jsme mohli vidět řadu úspěšných crowd-fundingových kampaní, které přitáhly pozornost nových investorů. Ale obecně vzato, veškeré tyto mechanismy financování se na českém trhu zaměřují na startupy v pozdějších fázích vývoje. Stále postrádáme opravdu solidní síť "angel" investorů, kteří by byli připraveni a ochotni investovat už v ranních fázích nových konceptů. Co pro to můžeme udělat?

- **Vzdělávat trh. Mnoho potencionálních "angel" investorů samo sebe nepovažuje za možného kandidáta, takže je nezbytné je vést.** Za tímto účelem je třeba spustit jednotný "angel" vzdělávací program a využít při tom nových i existujících kanálů. V prvé řadě musíme definovat vzdělávání v širším kontextu, což může např. znamenat vyzdvižení významu "angel" investorů a zvýšení jejich viditelnosti na trhu. Dále je nutné

dostatečně zdůrazňovat jejich důležitou roli a význam pro společnost, aby lidé, kteří by se mohli stát investičními anděly, si byli vědomi všech možností.

- **Vytvořit pro “angel” investory systém daňových úlev** (jako např. ve Velké Británii), kterým by se alespoň částečně vykompenzovalo riziko těchto investic. Vláda by tím sice zpočátku mohla přijít o část daňových výnosů, ale na druhou stranu by v budoucnu mohla těžit z vysokých korporátních daní, kdyby se daný nápad stal úspěšným.
- **Zavést tzv. “program sdružování finančních prostředků”**, který umožní startupům, jež získají “angel” investici, přihlásit se do vládního programu a ucházet se tak o další finanční prostředky (podobný program funguje v Singapuru). Množství financí potřebných pro spuštění takového programu je poměrně malé, jeho přínosy jsou ale nevyčíslitelné – vytvoření prostředí, kde lze peníze “angel” investorů

využít pro delší rozjezd startupů a zvýšit tak jejich šanci na úspěšné uchycení na trhu, což také značně sníží riziko pro “angel” investory.

- A nakonec, ačkoliv je to trochu kontroverzní a ne přímo spojené s “angel” investováním, bychom měli zvážit poskytování malých měsíčních dotací pro kvalifikované podnikatele, které by jim na určitou dobu zajistily alespoň minimální životní úroveň tak, aby se mohli plně věnovat rozvoji svého startupu. Takovýto druh “podpory” je stejně poskytován nezaměstnaným, tak proč neplatit obdobnou částku nadšeným a tvrdě pracujícím podnikatelům, kteří by se mohli stát motorem našeho budoucího růstu?

Jsem nadšený z toho, jak se u nás startupová scéna vyvíjí. Pokud ale chceme dohnat naše zpoždění a zařadit se v Evropě tam, kam právem patříme – tedy mezi startupovou první ligu, musíme udělat víc. Musíme zvýšit naše úsilí.

Máte zájem o čerpání
veřejných dotací?

57% ANO 43% NE

V otázce veřejné podpory podnikání je česká startupová komunita rozdělená na dvě téměř stejně velké skupiny. Motivaci k využívání či odmítání veřejných peněz lze shrnout do několika bodů:

PRO	PROTI
Usnadňuje cash flow	Deformuje fungování trhu
Pomáhá v založení startupu a podporuje jeho růst	Příliš přísné podmínky využití
Umožňuje výzkum a vývoj	Vysoké náklady spojené s administrací veřejných programů
Dobrá k financování rozvoje lidských zdrojů	Zbytečně dlouhé čekání na výsledky výzev/ proplácení splátek
Proč bychom ji nevyužili, když je dostupná?	Špatně nastavené priority veřejných programů



Juraj Atlas, zakladatel & CEO, Liftago

”Vzpomínám si na dobu před čtyřmi-pěti lety, kdy docházelo k boomu mladých podnikatelů v oblasti (především) technologicky zaměřených startupů. Zároveň se otevíraly inovační huby, inkubátory, akcelerační programy. Vznikl skvělý ekosystém. Až na to, že se ubíral trochu nesprávným směrem – příliš zdůrazňoval nutnost naučit zakladatele přilákat a získat peníze. Naštěstí tato éra netrvala dlouho a ekosystém rychle vyřadil podnikatelské typy zaměřené jen

na rychlé zbohatnutí. Existovaly snahy přinést do ekosystému více počátečního financování formou státních prostředků investovaných přímo do inovací a startupů. Jsem velmi rád, že tento nápad nebyl úspěšný. Stát by místo toho měl ekosystém podporovat nepřímo – prostřednictvím podpory různých inkubátorů, akceleračních center a coworkingových prostorů.



**Markéta Havlová, ředitelka Odboru startupů,
CzechInvest**

” Expanze na zahraniční trhy není pro firmy, a zejména pro startupy, jednoduchá. Vzhledem k velikosti trhu v České republice je ovšem pro některé startupy rozšíření aktivit na zahraničních trzích nezbytné, a de facto je to jediná možnost, jak zabezpečit budoucí růst firmy. Téměř polovina startupů v dotazníku uvedla, že se zaměřují na globální trh, což samozřejmě vyplývá i z charakteru jejich byznysu, který je zaměřen na nové produkty a služby. Většinou ovšem nejde tento krok zajistit z vlastních zdrojů (jak respondenti uvedli jako nejčastější zdroj), neboť vstup je náročný, jak na finance, tak ale i na know-how managementu. Potřebnými zdroji jsou tak např. investice v podobě rizikového kapitálu, mentoring, odzkoušení si zahraničního působení. **Ne nadarmo se říká „scale fast“ – pokud startup nevyužije šance, chopí se jí někdo jiný. Zahraniční akcelerační programy**

tyto příležitosti nabízejí. Samozřejmě většínou fungují na soukromé bázi, kdy za vložené prostředky (ať již finanční nebo lidské) požadují buď podíl ve firmě nebo jinou formu „barteru“. Také je v zahraničí obrovská konkurence a šanci uspět mají opravdu jen ti nejlepší. Proto také není překvapující, že zahraničního akceleračního programu se zúčastnilo jen necelých osm procent dotázaných. Což je vlastně docela dobré číslo, které troufám si tvrdit bude dále narůstat.

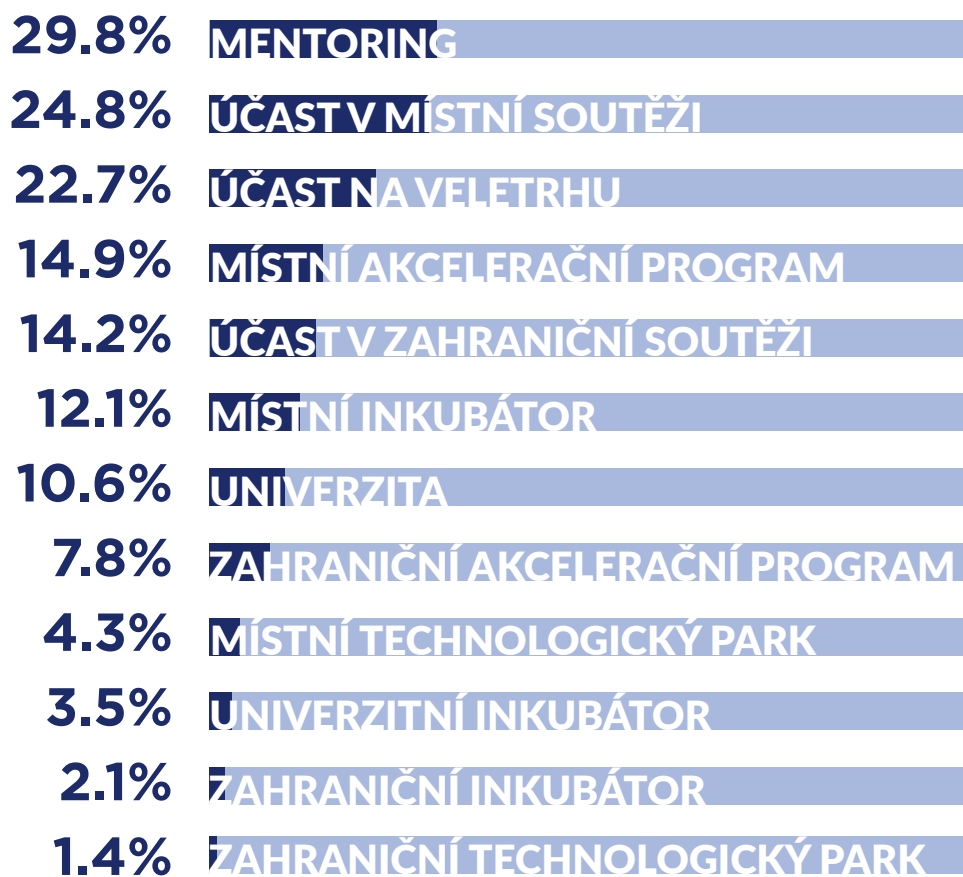
Pomocí projektů organizovaných na CzechInvestu se snažíme startupům pomáhat především v prosazení se na zahraničních trzích a poskytnout jim zázemí v technologicky vyspělých regionech. Před pár lety téměř neexistovaly zkušenosti či příležitosti k prosazení se v zahraničí, existovalo pouze několik málo startupů jako Videoflot, kteří se odhodlali vyrazit na vlastní

pěst. Následovaly je např. i Futurelytics či Teska-Labs. Díky působení akceleratorů i v ČR jako jsou StartupYard, JIC, chvíli i Wayra, které se zaměřují na podporu zahraničních startupů ze zahraničí a jejich přípravou na vstup na globální trhy, stoupá tak povědomí o tom, jak se dělá byznys globálně. U startupů, které prošly našimi programy, vidíme pozitivní výsledky, ať již v podobě nově navázaných spoluprací, získaných investic, růstu firmy, ale i v ověření si působení na zahraničních trzích a zhodnocení reálné situace v porovnání s mezinárodní konkurencí. **Firmy nejvíce oceňují získání praktických manažerských dovedností, získávání zkušeností anebo inspirací z hlavních světových technologických trhů a rychlejší rozvoj firmy.**

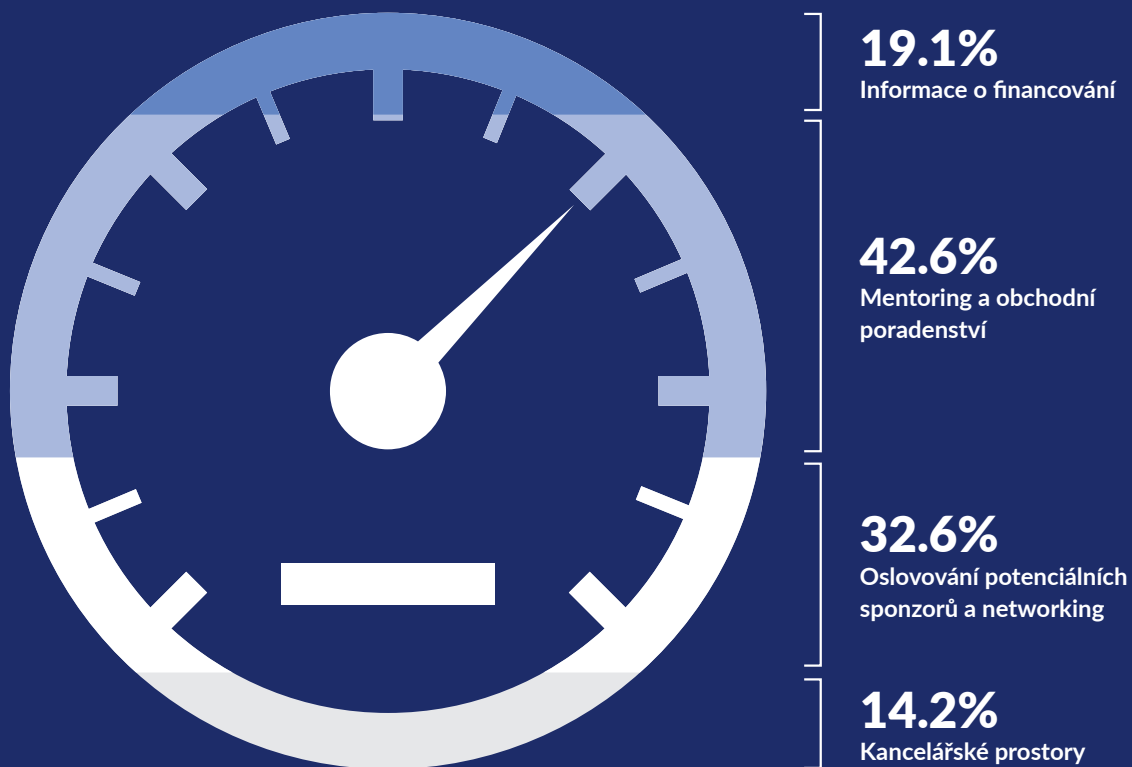
Obecně bychom mohli říci, že čeští podnikatelé mají výborné technické znalosti a dovednosti,

dokáží realizovat hi-tech produkty, ale od těch např. amerických pokulhávají v sebeprosazení a marketingu produktu – tedy spíše v měkkých dovednostech. České startupy by se od těch amerických mohly učit např. v oblasti tzv. MVP (minimum viable product) – neboli nabídnout zákazníkům ještě ne zcela hotový produkt, beta verzi řekněme, která je na nich otestována a firma může následně na reakce zákazníků produkt ještě vylepšit a dosáhnout tak lepších výsledků. **Je tedy jenom dobře, že pozitivních případů přibývá a je možné ukazovat success stories, zejména ze zahraničí a přenášet nabyté know-how zpět do českého podnikatelského prostředí.** O dění ve startupovém světě jsme také ve spolupráci s partnery rozeběhli projekt CzechStartups.org. Díky této platformě/webu mají potenciální, ale i současní podnikatelé šanci získat potřebné informace na jednom místě.

Využitá nefinanční podpora
(otázka s možností výběru více odpovědí)



Pokud jste se rozhodli využít služeb inkubátoru nebo akcelérátoru, jaká byla vaše motivace? (otázka s možností výběru více odpovědí)



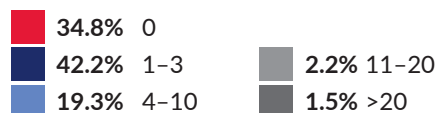
Sledované startupy uvedly jako tři nejoblíbenější nástroje nefinanční podpory: mentoring (29,8%), účast v místní soutěži (24,8%) a akce v rámci komunity (22,7%). Tyto „měkké“ a krátkodobé nástroje mají přednost před časově náročnějšími, jako jsou například akcelerační

programy. Místní nástroje se využívají častěji než ty zahraniční, což je dáno i tím, že v prvních fázích podnikání se startupy snaží získat kontakty a rady, které platí pro místní kontext.

Zaměstnanci

Změny v počtu zaměstnanců

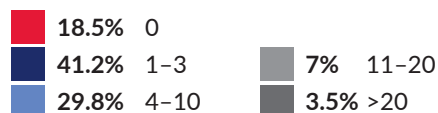
Zvýšení v uplynulých šesti měsících



Kolem 33 % respondentů uvedlo, že mají pouze jednoho a 23 % uvedlo, že mají dva zakladatele. Mezi samotnými zakladateli bylo pouze 15 % žen. Převážná část českých startupů, kolem 90 %, patří mezi mikro podniky, které zaměstnávají méně než 10 osob. Zhruba jedna třetina z nich využívání neplacených pracovníků vůbec nezmiňuje.

Klíčovou otázkou je také zda startupy přispívají k celkové zaměstnanosti. Celkem 65% dotazovaných společností

Plán na následujících šest měsíců



v uplynulých šesti měsících počet svých zaměstnanců zvýšilo, většinou o jednoho až o tři (42% z nich), zatímco pouze kolem 4% firem najalo v uplynulých šesti měsících více než 10 nových pracovníků.

Většina (82%) dotazovaných startupů plánuje rozšíření týmu: většinou o jednoho až tři zaměstnance (41%), a 30% z nich má dokonce optimistický plán přijmout více než tři spolupracovníky.



Petr Vitek, spoluzakladatel, Impact Hub

” Spíše než vymýšlením konkrétní podpory jednotlivých forem podnikání, by měl stát nejdříve pomoci budovat pokrokovou podnikatelskou kulturu – tzn. nejdříve zjednodušovat právní a daňový systém, snižovat administrativní zátěž, omezit korupci, otevřít data, jít příkladem v transparentnosti, omezit vliv zájmových skupin, které lobují na úkor druhých, pracovat na harmonizaci právního rámce v EU. Flexibilita

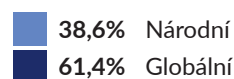
a horizontální spravedlnost na trhu práce by rovněž napomohla zlepšit situaci (například velké nůžky v daňovém zvýhodnění OSVČ vs. zaměstnanců). Zároveň by stát měl změnit svoji imigrační politiku nejen proto, že momentálně chybí na trhu práce 200 tisíc zaměstnanců, ale také proto, že máme morální povinnost se o ně přiměřeně postarat. V oblasti aktivních kroků politiky pro podporu startupů by inspirací mohla být rakouská iniciativa pro startupy – například jejich řešení jako jsou digitální one stop shop, startupová víza či snaha rozšířit akademickou sféru.

Stát by také mohl být aktivní v nastavení rámce pro zaměstnanost žen. Více zkrácených úvazků by pomohlo ženám na mateřské dovolené k návratu zpět. Stát by mohl řešit dostupnost kvalitní (progresivní, respektující) předškolkové péče, případně dát portfoliovou záruku bance, která by byla ochotná progresivní výchovu k odpovědnosti a občanství financovat. Celkově je potřeba změnit přístup; děti by měly být vychovávány k samostatnosti a zodpovědnosti za své životy ne jako zaměstnanci. **Věřím, že děti je dobré vychovat jako „change makers“, tzn. ke schopnosti se rozhodnout pro změnu ve svých životech a ve svém okolí a schopnosti tyto změny zrealizovat.**

Tržby a export



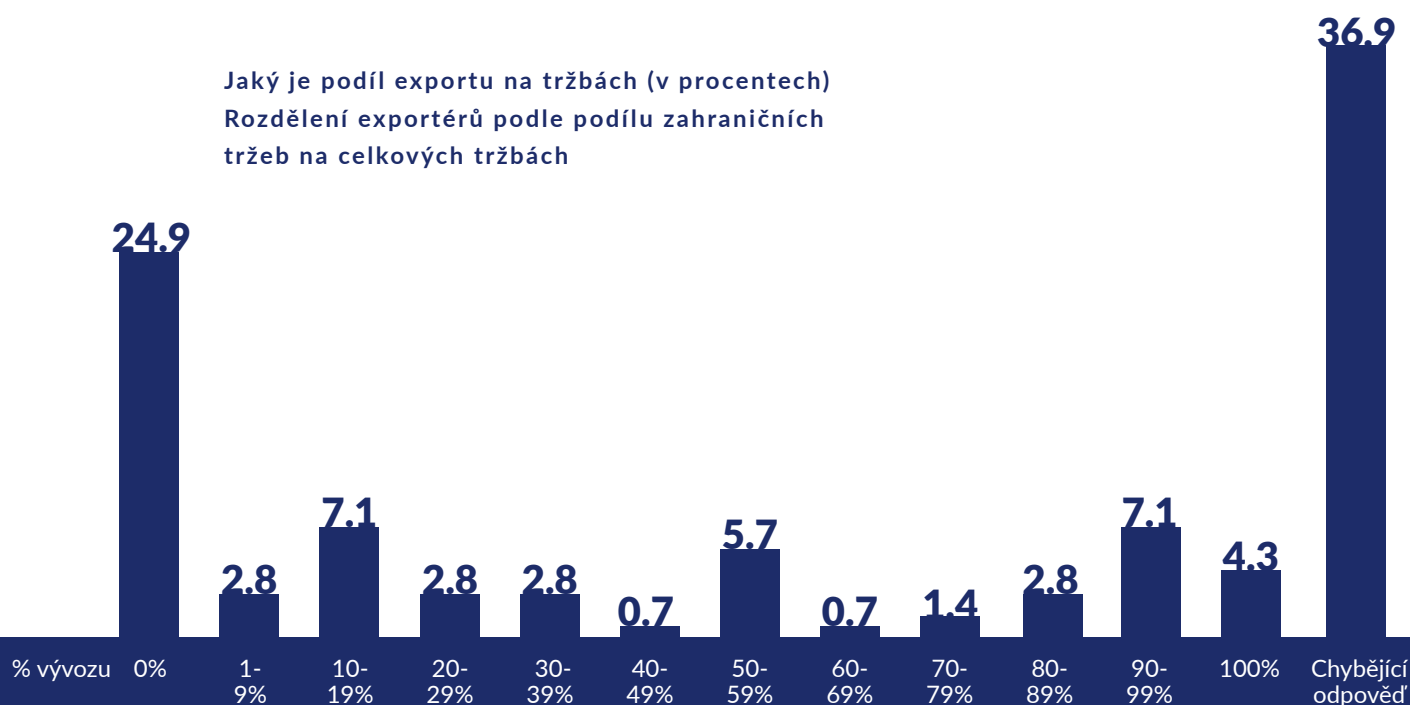
Primární trh



Česká republika je primárním trhem pro téměř 40% dotázaných startupů. Mezi firmami, které za svůj primární trh považují globální trh, jich 78% uvádí, že vyvinuly zcela nový produkt nebo službu. Téměř šedesát procent startupů, jež vylepšuje existující produkt, a všechny firmy kopírující nějaký produkt nebo službu považují za své primární odbytiště domácí trh.

Celkem 56% startupů orientovaných na globální trh začalo do konce prvního roku fungování dosahovat stabilních příjmů. Počet firem orientovaných na domácí trh v této kategorii je 44%, což může ukazovat na to, že zaměření se na globální trh znamená o něco vyšší pravděpodobnost zajištění stabilních příjmů v prvním roce.

Jaký je podíl exportu na tržbách (v procentech)
Rozdělení exportérů podle podílu zahraničních
tržeb na celkových tržbách



Hlavní exportní destinace

Jako hlavní vývozní trhy uváděly startupy většinou Spojené státy a Evropskou unii, konkrétně Velkou Británii a Německo. Další exportní destinace, jako např. Austrálie, jsou mnohem méně časté. Tyto výsledky odpovídají místům, kde startupy zakládají své pobočky. Kontinentální Evropa, Spojené státy a Velká Británie patří k nejpopulárnějším místům zahraničních poboček českých startupů. Kromě Velké Británie jsou mezi dalšími oblíbenými členskými zeměmi EU sousední státy: Německo, Slovensko a Polsko. Celkem 17% dotazovaných startupů již má a 45% plánuje otevřít pobočku v zahraničí.

Na dotaz na podíl exportu na tržbách neodpovědělo téměř 37%. S jistotou můžeme říci, že alespoň 38% dotazovaných startupů prodává své produkty/služby do zahraničí. Kolem 22% exportérů získává z prodeje do zahraničí více než 50% příjmů. Zároveň skoro 40% vyvážejících startupů získává z prodeje do zahraničí méně než 30% tržeb.

Inovace

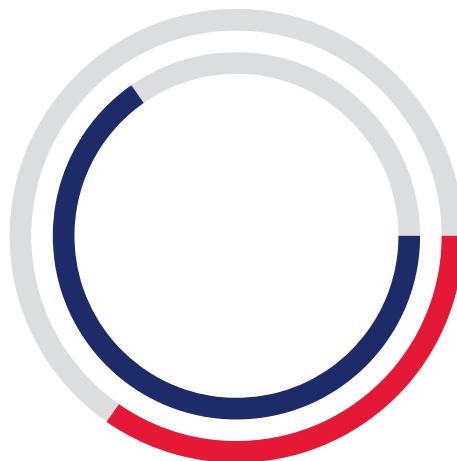
Jaký je charakter vámi nabízeného produktu nebo služby?



- **62.1%** Tvoříme nový produkt nebo službu
- **22.7%** Vylepšujeme existující produkt
- **6.1%** Kopírujeme a adaptujeme produkt
- **9.1%** Těžko říct

Kvantifikovat úroveň inovací a vývojových aktivit v podniku (nebo firmě) není vzhledem k povaze dat jednoduché, a startupy v tomto ohledu nepředstavují výjimku. V této části průzkumu jsme se rozhodli analyzovat dva klíčové a – co je důležité – i měřitelné ukazatele úrovně inovací: patenty a spolupráci s vědecko-výzkumnými centry. Také jsme se startupů zeptali na míru inovativnosti jejich produktů.

Patenty a ochranné známky



- **34.7%** Zaregistrované patenty či ochranné známky
- **65.3%** Žádné patenty ani ochranné známky

O něco více než 60% startupů uvádí, že nabízí nové služby nebo produkty a téměř 23% z nich pracuje na vylepšení stávající služby nebo produktu, přičemž kolem 60% z druhé kategorie se zaměřuje na domácí trh. Třetina zkoumaných startupů má zaregistrovaný patent nebo ochrannou známku. Výpočty neukázaly žádnou silnou korelaci mezi typem použitého financování (např. veřejné prostředky a vědecký grant) a počtem patentů.

Výzkum a vývoj
(otázka s možností výběru více odpovědí)



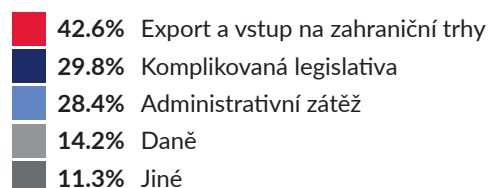
- 29.8%** Neformální konzultace s univerzitou
- 17%** Spolupráce s univerzitou na vývoji produktu
- 9.2%** Neformální konzultace s komerčním výzkumným centrem
- 3.5%** Spolupráce s komerčním výzkumným centrem na vývoji produktu
- 14.2%** Jste výzkumným/univerzitním spin-offem?

Zeptali jsme se startupů, zda mají nějakou vazbu na výzkumné organizace. Téměř 30% respondentů uvedlo, že neformálně spolupracují s univerzitou, ještě méně startupů spolupracuje s komerčním výzkumným centrem. Na dotaz, zda byl jejich startup založen pracovníky univerzity či studenty nebo fungující společností s vazbou na výzkum, pouze 18 respondentů (14,2%) odpovědělo kladně, přičemž většina z nich podniká v techničtějších oblastech, jako jsou vědy o živé

přírodě (Life Science), energetika nebo robotika. Můžeme tak dojít k velmi hrubému závěru, že jen málo firem vzniká na akademické půdě nebo využívá vývojový a výzkumný potenciál univerzity nebo jiného výzkumného centra. To se také odráží na oblastech, ve kterých sledované startupy působí – většina z nich nabízí nové IT produkty a služby spíše než technologická řešení.

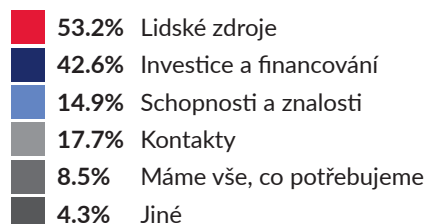
Prostředí

Vnější výzvy
(výběr dvou položek)



Pro fungování startupového ekosystému je rozhodující právní, technologické a sociální prostředí, ve kterém začínající podnikatelé působí. Byrokracie, kvalita vzdělávání, zájem o zakládání vlastních firem či otevřenost univerzit při spolupráci s komerční sférou (a naopak) patří mezi faktory, které mají roz-

Vnitřní výzvy
(výběr dvou položek)



hodující vliv na inovační podnikání. Abychom zjistili, co české startupy vnímají jako největší překážky, položili jsme v dotazníku i dvě polootevřené otázky, kde měli respondenti vybrat dvě největší vnější a vnitřní výzvy a svou volbu okomentovat.

Na otázku týkající se dvou největších vnějších výzev respondenti uváděli **export a vstup na zahraniční trhy** (43%) a **komplikovanou legislativu** (30%), ihned po nich **následovala administrativní zátěž** (28%). Při konkretizaci výzvy spočívající v expanzi na nové trhy respondenti často uváděli následující:

- (Spolehlivé) **kontakty** na nových trzích a v nových distribučních sítích.
- **Přímý prodej** na zahraničních trzích.
- **Vysoké počáteční náklady** na vstup do neznámého prostředí.
- Obtížnost zahájit podnikání „nejdříve v globálním měřítku“, protože k tomu je potřeba skutečně inovativní řešení.

S ohledem na komplikovanou legislativu si zástupci startupů stěžovali na následující:

- Složitost práv duševního vlastnictví a majetkových práv, udělování licencí a certifikace.
- **Nedostatek poradenských míst** pro konkrétní vývozní regiony. Pomohla by databáze **modelových smluv** pro startupy, aby nebylo vždy nutné poptávat nákladné služby poradců. Sledovat rychle se měnící legislativu je navíc časově velmi náročné. Chybí dobře fungující či známá jednotná místa, kde by se začínající podnikatelé dozvěděli, co vše je jejich povinností, rovněž co se týče působení v zahraničí.
- **Nedokončený e-government**: řadu administrativních úkonů nelze provádět online, příp. je u nich stále vyžadována fyzická přítomnost. Úřady mezi sebou navíc často nekomunikují, stejný dokument je proto někdy třeba podávat opakovaně.

- **Nesymetrický přístup** v otázce lhůt, kdy mají podniky na provedení administrativních úkonů jen krátkou lhůtu a za prodlevu jsou penalizovány, zatímco úřady často reagují se zpožděním.
- Vysoké náklady na zaměstnávání pracovníků mimo Českou republiku.

Daně nepatřily k nejčastěji zmiňovaným vnějším výzvám, a pokud je dotazované startupy uvedly, zpravidla to nebylo kvůli jejich výši, ale kvůli související byrokracii. Zástupci startupů si často stěžují, že aby dokázali splnit všechny daňové požadavky, musejí kvůli tomu zaměstnávat speciálního pracovníka, což vede k dodatečným nákladům. Respondenti také zmiňovali příliš časté a opakující se nekoordinované kontroly ze strany různých veřejných orgánů. Pokud respondenti uvedli finanční aspekt platby daní, jako negativní faktor, který nepříznivě ovlivňuje cash flow, zmiňovali povinnost platit DPH z neuhrazených faktur.

Největší vnitřní výzvu, již uvedlo téměř **53%** všech startupistů, představují lidské zdroje. Jedním z nejdůležitějších předpokladů úspěchu je podle odpovědí **vytvoření dobře fungujícího týmu**. Více než na nedostatek kvalifikovaných pracovníků si respondenti stěžovali na obtížnost sestavení „správného týmu“. Není překvapivé, že jako druhý největší problém bylo zmiňováno získávání finančních prostředků za účelem investování. To může souviset s tím, že většina dotazovaných startupů se nachází v raných fázích vývoje.



Hubert Palán, zakladatel & CEO, ProductBoard

” Největší problém vidím v přístupu lidí k podnikání a toleranci k riziku obecně. Toto je ta největší překážka, která převyšuje špatné zákony o ochraně duševního vlastnictví, obtížné zakládání společnosti, nepružné a složité právní prostředí obecně.

Chybí zde touha dělat nové nevyzkoušené věci, síla a energie být samostatný, velmi zásadně schází znalost toho, jak funguje podnikání globálně (zároveň však chybí i ambice podnikat celosvětově). Drtivá většina lidí jde raději

do velké firmy. Bojíme se na sebe vzít riziko spojené s podnikáním, protože česká společnost netoleruje selhání. Závidíme si, místo toho, abychom se snažili od ostatních naučit, jak dělat věci jinak. **Nechceme se dělit – nevíme, jak fungují podíly ve firmě (tohle je velký rozdíl mezi Evropou a USA obecně, platí to i o investorech).** Nicméně je to samozřejmě generalizace, všichni takoví nejsou.

Bohužel mám osobní zkušenost s některými kandidáty, které jsem najímal v ČR, zajímali

se spíše o osobní prospěch než o to, jak pomoci mé firmě. V USA píší lidé motivační dopisy s relevantními body pro naše podnikání, udělají si důkladnou analýzu našeho produktu, snaží se být součástí naší vize a mise. Je to úplně jiný přístup a přemýšlení.

Na vládní úrovni je potřeba moderních a aktivních politiků, kteří opravdu chápou potřebu inovací a ne takových, kteří to dělají jen kvůli získání popularity nebo protože jim to někdo nařídil.

Jednou z možností, jak změnit mentalitu lidí, je prezentování a propagování příběhů úspěšných podnikatelů, kteří se prosadili ve světovém obchodě, popsání jejich začátků s důrazem na důvody, proč tu firmu vůbec chtěli dělat, co je motivovalo, jaké měli nesnáze a jak je překonali, jak je to naplňuje a co je žene vpřed. **Nejdůležitějším úkolem politiků i nevládních organizací je probudit v lidech nadšení, zaměřit se na emoce, povzbuzovat touhu dělat věci jinak, motivovat společnost, učit se, mít sílu otřepat se z neúspěchu a zkusit to znovu.**

Doporučení

V rámci dotazníku jsme se snažili zjistit, jak by mohly veřejné instituce pomoci inovativnímu podnikání. Obecně jsou startupy v České republice rozděleny na dva tábory. První považuje účast státu za nežádoucí a dává přednost tomu, aby veřejné instituce do podnikatelských aktivit příliš nezasahovaly. Druhá skupina by pomoc a veřejné finanční prostředky ocenila při vstupu na zahraniční trhy. Obě skupiny podtrhly potřebu zjednodušení administrativy a přenesení většiny, či dokonce všech, administrativních úkonů do on-line prostředí, což jsou dva body, které se v diskusi o roli státu v podpoře podnikání objevují pokaždé.

Na základě odpovědí jsme komentáře startupů rozdělili do skupin a sestavili jsme seznam problémů, na jejichž řešení by se měla zaměřit nejenom vláda a veřejná správa, ale také vzdělávací instituce, firmy či samotné startupy.

Prostředí

- **Podnikatelské dovednosti** by se měly vyučovat již v raných stádiích vzdělávacího procesu (např. prodejní a marketingové dovednosti, jak založit společnost aj.). Lze se inspirovat mnoha dobrými příklady ze zahraničí jako jsou např. simulace byznysových aktivit (příklad tzv. Lemonade stands) či z domácího prostředí (projekty iKiD od KPMG či Digitální garáž od Google).
- Úřady by měly více fungovat jako **partneři a poskytovatelé služeb, nikoli jako kontroloři**.
- **Vytvoření skupiny na podporu startupů** (advocacy groups a lobby) je jednou z možností, jak mohou podnikatelé prosadit konkrétní změny. Nemusí se jednat o stálé uskupení, ale mohou vznikat ad-hoc skupiny věnující se konkrétním tématům, jako je například nově vzniklá Česká FinTech asociace, jejímž cílem je ovlivnit legislativu spojenou se zaváděním novelizované směrnice o platebních službách (PSD2).
- **Jednotné místo pro** právní, finanční a administrativní **poradenství**. Existují sice určité veřejné portály poskytující přehled zákonů a povinností týkajících se podnikatelů (např. Businessinfo, czechstartups.org), ale buď nejsou zaměřeny konkrétně na startupy, nebo neposkytují vyčerpávající informace o všech aspektech, či jsou zbytečně komplikované.

Legislativa

- **Stát by měl více zjednodušit** a podpořit podnikání žen, zejména větší nabídkou flexibilních úvazků a dostupnou a kvalitní předškolní péčí pro děti.
- Zjednodušit by se měly podmínky smluvních vztahů mezi akcionáři, investory a vlastníky v podnicích díky zavedení nových právních forem. Příkladem může být tzv. **convertible note** jako prostředek financování startupů nebo tzv. **jednoduchá akciová společnost** po vzoru Slovenska.
- Startupy si stěžovaly na zdouhavý proces u krátkodobého i dlouhodobého zaměstnávání pracovníků ze zemí, které nejsou členy EU. **Startupová víza** by měla být zavedena v souladu s evropským systémem víz pro startupy.
- Pomohly by také **daňové prázdniny** během prvního roku činnosti, zvláště v oblasti plateb sociálního pojištění a zdravotního pojištění, nebo **zvýšení flexibility pracovních smluv** v raných fázích fungování startupu.

Financování

V oblasti finanční podpory by startupy uvítaly následující:

- větší počet a snazší dostupnost **inovačních a podnikatelských voucherů**,
- zavedení podpůrných programů pro **podnikatele středního věku** (často s rodinami),
- poskytování více **cestovních grantů** na konference a veletrhy,
- založení fondu **předstartovního financování**¹ (tzv. seed fund) pro startupy ve **fázi ověřování konceptu**,
- přizpůsobení procesu podávání žádostí a platebního kalendáře tak, aby lépe odpovídaly dynamické povaze startupů
- Veřejné finanční prostředky by neměly konkurovat přímo či nepřímo soukromým investorům, ale poskytovat spolufinancování, které jim umožní vstoupit do kapitálově náročné a rizikové investice.

¹ Vzhledem k tomu, že během tvorby studie ještě nebyly známy finální podmínky připravovaného Národního investičního fondu, autorky ani startupisté se k němu nevyjadřovali.



Jan Beránek, Lupa.cz

” Potřebují startupy stát? Ano, ale ne tak, jak si vláda může myslet.

Česká startupová scéna dospěla. Má jasnou strukturu, své instituce, svou komunitu a své celebrity. Co se ale děje teď? Vzniká nový začátek. Nový začátek, který je ale jen naoko. Jak už to tak v off-line světě bývá, reaguje pozdě a reaguje po svém. Slovy vojenských historiků – připravuje se na válku, která už byla. A tak potom, co už se první české startupy zabydlely v Silicon Valley a tuzemští investoři se nebojí investovat i víc než milion dolarů, přichází období. A to jak ze strany státu, tak organizací, které dokáží zužitkovat

peníze partnerských korporací k získání nápadů.

Slovo startup, ať ho budeme definovat jakkoliv, se objevilo ve slovníku politiků i mainstreamových médií. Psaní o nadějných a inovativních ale začíná stále častěji připomínat psaní o začínajících kapelách – začínáme v garáži, první koncerty si děláme sami a hledáme label, který nám dá peníze na album. Během posledních dvou let se v Česku vyrojilo možná víc startupových soutěží než samotných startupů. Firmy mohou posbírat několik ocenění ještě předtím, než vůbec vyrazí na trh. **Startupy jsou klišé.** O startupech se tak spíš

mluví. Investoři už se radši koukají po celém regionu, aby se pořád nepotkávali u těch pár nadějných projektů, které vygeneruje tuzemská scéna. Volných peněz je hodně, dobrých týmů je málo.

Stát dosud celkem rozumně stál spíš bokem a podporoval ty, kteří se k němu dokázali prokousat papírováním. Teď ale nabízí peníze. Připravovaný projekt Národního inovačního fondu je mnohem komplexnější než původní seed fond a přináší i podporu univerzitních spin-offů. Přesto ale budí obavy u investorů, kteří v tom vidí jen to, že jim stát a evropské peníze čeří jejich rybník.

Může to být ochrana svého území nebo třeba jen nedostatek informací. Stát otevírá další možnosti financování, které mohou některým projektům pomoci, proč ne. Koneckonců, zas tolik peněz to není. Slovy jednoho z investorů: **„Nečekejme zázraky – 1,4 miliardy korun je pořád jen jeden kilometr české dálnice.“**

Je pochopitelné, že chtějí úředníci ministerstva průmyslu využít peněz k podpoře podnikání. Podpora by měla ale také směřovat k tomu, aby se podnikání zjednodušilo. Stát by měl spíš cesty čistit a otevírat. Zaplácnout to penězi je jednoduché, ale není to dlouhodobé řešení.



Tereza Jandáčková a Ondřej Mánek, Novalia

” Z našeho pohledu by startupům prospělo zjednodušení současné legislativy, zejména v oblasti investic. Zastupujeme množství startupů i největší české investory a z naší pozice vidíme, že peněz je na českém, resp. evropském trhu dostatek. Problém je však v komplikovaných zákonech, které prodlužují a prodražují celý investiční proces.

Příkladem může být tzv. convertible note, velmi funkční a ve světě jeden z nejoblíbenějších způsobů financování startupů. Naši klienti ho přímo poptávají, v českém právním prostředí však

podobný nástroj neexistuje, museli jsme proto složitě postavit jeho českou alternativu – konvertibilní úvěr. Ten samý případ je rozdělávání podílů zaměstnancům (ESOP – employee stock ownership plan).

Implementace těchto nástrojů by výrazně zefektivnila investiční proces, vedla k navýšení počtu investorů, včetně zahraničních, zvýšila objem rizikového kapitálu v oběhu a v konečném důsledku napomohla k živější a lepší startupové scéně.

Profily autorek



Maria Staszkievicz

Maria pracuje v neziskovém sektoru od roku 2006 v mnoha manažerských a vedoucích pozicích. Před svým angažmá v Aspenu byla ředitelkou v Asociaci pro mezinárodní otázky (AMO). V letech 2008–2010 pracovala v Generálním sekretariátu Rady EU. Během své kariéry se věnovala strategickému plánování a rozvoji, stejně jako celkovému řízení organizace. V Aspenu je odpovědná mimo jiné za digitální agendu a tvůrčí odvětví (creative industries), v této oblasti vede různé projekty a publikuje články. V roce 2015 se stala členkou New Europe 100, seznamu osobností, které se nejvíc zasloužily o prosazování rozvoje digitální agendy ve střední a východní Evropě.



Daniela Havlíková

Po absolvování Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, působila dva roky ve státní správě na Ministerstvu spravedlnosti, kde měla mimo jiné na starosti e-Justici, vztahy s evropským Parlamentem, koordinaci CZ PRES v Radě EU a administraci evropských projektů. Pracovala v nadaci the Bellona Foundation na srovnávací studii podpory OZE ve 30 zemích. Na univerzitě v Oslu získala titul LL.M. v oboru ICT law, se specializací na ochranu údajů, právo duševního vlastnictví, e-commerce, internet governance a telekomunikace. Od té doby se zaměřuje na ochranu údajů a soukromí, přispívá mimo jiné do Lupa.cz a Tyinternety. V únoru tohoto roku začala působit v Aspen Institute Prague v oblasti digitální agendy, kde se specializuje na startupy.

Poděkování

Autorky by rády poděkovaly všem, kteří se podíleli na přípravě této studie:

- **CzechInvestu a Mezinárodnímu visegrádkému fondu** za finanční podporu
- Nadaci **Startup Poland** za konzultace při tvorbě dotazníku a **Tomáši Čížkovi** ze Sociologického ústavu AV ČR za konzultace ohledně statistických kalkulací
- **Všem autorům komentářů**, které jsou součástí studie: Michalu Anderovi, Juraji Atlasovi, Janu Beránkovi, Janu Dejlovi, Markétě Havlové, Tereze Jandáčkové a Ondřeji Mánkovi, Janu Kleslovi, Renatě Nemkyové, Hubertu Palánovi, Tomáši Prouzovi, Philipu Staehelinovi a Petru Vítkovi.
- **Webankieta.pl** za poskytnutí dotazníkové aplikace
- **Všem inkubátorům**, akceleratorům a ostatním, kteří nám pomáhali šířit dotazník a poskytli údaje, zejména Impact Hubu, JICu, Startupyardu a Agentuře pro regionální rozvoj v Ostravě
- Jmenovitě pak Lence Kučerové, Nikolu Rafajovi, Janu Roháčovi, Kateřině Hendrychové a Vladimíru Šanderovi za osobní postřehy
- **Tyinternety** a **Lupa.cz** za promování dotazníku
- **Novalii** a **Visibility sro** za přednášky na workshopu pro startupy a **UP21** za poskytnutí expertního školení.



Pokud máte jakékoliv náměty či připomínky, pošlete je prosím na:
ms@aspeninstitute.cz

Aspen Institute Prague
Palackého 740/1
Praha 110 00
Česká republika

