

# START-UPOVSKÉ PODNIKÁNÍ

**T1: Organizační pokyny. Specifické rysy start-up podnikání.**

doc. Ing. Jindra Peterková, Ph.D.

# OBSAH

1. UVEDENÍ DO PROBLEMATIKY: ORGANIZAČNÍ POKYNY, PODMÍNKY K ZÁPOČTU.
2. SPECIFICKÉ RYSY START-UP PODNIKÁNÍ
3. SPECIFICKÉ RYSY SPIN-OFF PODNIKÁNÍ
4. PODNIKATELSKÁ INFRASTRUKTURA

# 1. Uvedení do problematiky předmětu

## ➤ Cíl předmětu

- Rozvíjet kompetence studentů k podnikavosti a motivovat je k zahájení vlastní podnikatelské činnosti.
- Podpořit schopnost aplikovat stávající znalosti při rozpracování reálného nápadu do podoby podnikatelského záměru včetně jeho prezentace v soutěži MVŠO o nejlepší podnikatelský záměr.
- Obeznámit se způsoby identifikace zákazníků, marketingové komunikace a se zkušenostmi z prezentace podnikatelského záměru před investory.
- Získat praktické poznatky, jak vybudovat vlastní startup a jak překonat úskalí s tím související – mentor.
- Seznámit se s praktickými zkušenostmi podnikatelů a startupistů.

## ➤ Osnova předmětu

1. Vymezení a charakteristika činností start-up firmy.
2. Životní cyklus start-up firmy včetně specifikace jednotlivých fází.
3. Způsoby financování start-up firem v jednotlivých fázích života.
4. Podpora start-upů pomocí podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků.
5. Specifika finančního plánování start-upové firmy.
6. Struktura krátkodobého a dlouhodobého finančního plánu pro start-up.
7. Řízení a motivace zaměstnanců ve start-up firmě.
8. Rozvoj firmy prostřednictvím vstupu na zahraniční trh.
9. Hodnocení úspěšnosti start-up firmy pomocí metodiky BLUES.
10. Hodnocení životaschopnosti start-up firmy podle modelu H. Pollaka.
11. Zkušenosti s řízením úspěšného startupu.
12. Zkušenosti s řízením úspěšného startupu.

# Ukončení předmětu

## ➤ Zápočet:

Zpracování podnikatelského záměru

Prezentace podnikatelského záměru před porotou

# 1. Start-up

- **Start-up** - neexistuje přesná definice, startup je možné popsat jako mladý podnikatelský subjekt s inovativní podnikatelskou koncepcí, který využívá moderní technologie.
- Termín startup byl poprvé použit již v 70. letech
- První startupy v ČR začaly vznikat po roce 2010, kdy se stal internet široce dostupným.
- V současné době u nás každoročně vznikají desítky startupů, naprostá většina z nich se však nedostane do pokročilejší fáze, než je rovina nápadu.
- Důvody neúspěchu: chybí expertíza a plány, jak nápad přeměnit v produkt, nezkušenost s reálným byznysem, zanedbání marketingových aktivit, firma dostatečně nepoznala svého zákazníka a nepřinesla mu hodnotu, řešení jeho problému.

# 1. Start-up – další pohledy na vymezení

1. **Start-up firma** - podnikatelský projekt, jehož zakladatelé mají ambiciózní vizi a touhu změnit svět. (např. Facebook, Amazon, Tesla).
2. Podle výkladového anglicko-českého slovníku představuje pojem start-up nově vznikající projekt nebo jakoukoliv začínající firmu bez ohledu na oblast podnikání.
3. Tento pojem se začal používat v souvislosti s využívání informačních technologií respektive s podnikáním na internetu. Později je za start-up považována jakákoliv začínající firma. **Inovativní start-upy:** věnují více než 3,5% jejich vstupů na výzkum a vývoj, pokud je tento podíl vyšší než 8,5%., jedná se o high-tech.
4. Zakladatelé těchto firem se snaží nalézt v příslušném průmyslovém odvětví mezeru na trhu a tu následně prostřednictvím svých schopností naplnit a získat výjimečné postavení na trhu (Bartoš, 2002).

# Specifika start-up firem

- V počátcích svého podnikání se soustředí především na svůj rozvoj, nikoli pouze na výsledek.
- Start-up firmy několik prvních měsíců sice generují ztráty, ale soustředí se zejména na to, aby krok po kroku co nejvíce rozvíjeli a budovali svůj byznys.
- „Start-up feeling“. - původní nadšení, se kterým se podnikatelé vrhají do podnikání. Avšak ve většině případů toto nadšení postupem času vyprchá a z nadějných firem se stává „šedá myš“ jejíž činnost pomalu zaniká.
- Se vznikem prvních start-up firem na světě je spojována americká oblast Silicon Valley. Oblast Silicon Valley se nachází v Americe poblíž San Franciska s největší koncentrací techniků, IT manažerů, vizionářů, programátorů, právníků, rizikového kapitálu, marketingu, obchodu apod. Začínající podnikatelé zde mají vše po ruce



# Kroky vzniku start-up firmy

Vznik start-up firem	
Kroky vzniku start-up firem	Stručný popis jednotlivých kroků
A. Zrod podnikání	Důležitý je dobrý, reálný a proveditelný nápad, myšlenka, která je hnacím motorem pro podnikatele.
B. Rozjezd podnikání	Podstatou je ujasnění toho, co děláme a proč a na základě toho začít něco dělat.
C. Stanovení pozice	Dokážeme odpovědět na otázku: Co přesně děláme? Proč by si zákazníci měli kupovat právě naše produkty či služby? V tom tkví umění stanovení pozice.
D. Jak obstát u konkurence	Nevynakládejme úsilí přílišnému sledování konkurence, ale vynaložené úsilí věnujme raději naší firmě.
E. Jak získat zákazníka	Nehledejme své zákazníky, ale nechejme je, aby si nás zákazníci našli sami.

# Pět nedůležitějších věcí pro začínajícího podnikatele (Kawasaki)

1. Vytvořit něco smysluplného. Před rozjezdem jakéhokoli podniku je důležité si položit otázku: „Chci vytvořit něco, co má smysl?“ (Kawasaki, 2010, str. 3).
2. Vymyslet si mantru. Mantra vyjadřuje sílu a emoce.
3. Vydat se na cestu. Začít něco dělat, to je podstatou rozjezdu. Není důležité sedět u počítače a sepisovat strategie a podnikatelské záměry, ale sestavit prototyp, spustit své webové stránky, začít nabízet služby.
4. Stanovit obchodní model - v tomto kroku je potřeba zaměřit se na zákazníka a jeho potřebu.
5. Stanovit si M – P – Ú (milníky, předpoklady, úkoly):
  - „prokázat koncepci,
  - dokončit návrhářskou práci,
  - vyhotovit prototyp,
  - získat kapitál,
  - dodat testovatelnou verzi zákazníkům,
  - dodat finální verzi zákazníkům,
  - dostat se ze ztráty.“

## Příklad: Úspěšně inkubovaná firma – Westcom, s.r.o.

- Firma Westcom, s.r.o. vznikla v roce 1998. K rozvoji své podnikatelské myšlenky využila na začátku služeb inovačního centra (Jihomoravské inovační centrum v Brně). Později svůj omezený přístup k finančním prostředkům řešila prostřednictvím zahraničního investora.
- Firma se zaměřuje na poskytování služeb v oblasti informačních technologií ve speciálním segmentu webhostingu, serverhostingu a webových technologií.
- Svůj podnikatelský model postavila firma Westcom na zpřístupnění tvorby webovských stránek i pro běžného uživatele internetu. Vyvinula a provozuje službu Webnode ([www.webnode.com](http://www.webnode.com)), která umožňuje jednoduchou tvorbu a správu webových stránek bez nutnosti technických znalostí či programování. Celý systém je dostupný pomocí internetového prohlížeče. Základní služby jsou poskytovány bezúplatně. To je jeden z obchodních tahů, které uplatňují mnohé firmy právě v kategorii internetových technologií. Obchodní efekty pak získávají kupř. nabízenými speciálními službami šitými na míru pro konkrétního zákazníka (klienta).
- Službu Webnode provozuje firma Westcom od roku 2008. Peněžní prostředky pro své rozšíření a především otevření dalších obchodních trhů získala prodejem svého 40 % podílu švýcarské investiční skupině Centralway v roce 2008. V roce 2011 došlo ke zpětnému odkupu tohoto podílu do firmy Westcom. Poskytovaná služba v roce 2010 měla 12 milionů návštěvníků měsíčně a dosáhla cca 1,5 milionů registrovaných uživatelů. Největší zastoupení uživatelů je z Brazílie, dále ze států Jižní Ameriky, USA a Čína.

## 2. Vymezení Spin-off firmy

- Poláček a Attl (2006) definují spin-off firmy (někdy najdeme spin-out), jako firmy, které rostou pomocí dlouhodobého nehmotného majetku vloženého v podobě kapitálu do nově vznikající společnosti (např. univerzitní know-how).
- Shane (2004) definuje spin-off firmy jako nově založené firmy, které částečně používají intelektuální kapitál, který pochází z určité univerzity. Kislingerová (2011) dělí spin-offy do dvou skupin:
  - Spin-offy, které tvoří akademičtí pracovníci vysoké školy, kteří jsou jejími zaměstnanci nebo studenty.
  - Spin-offy, které jsou tvořeny pracovníky, jež jsou absolventy vysoké školy.