

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Diplomová práce

Startup

Bc. Jana Rohánková

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Jana Rohánková

Podnikání a administrativa

Název práce

Startup.

Název anglicky

Startup.

Cíle práce

Cílem práce je zhodnocení investiční příležitosti v podobě vybrané malé začínající společnosti (startupu).

Metodika

V práci budou použity teoretické a empirické metody poznání, případně statistické metody, finanční analýza.

Doporučený rozsah práce

60 – 70 stran A4

Klíčová slova

Startup, podnikatel, podnikání, malý podnik, podnikatelský plán, podnikatelský záměr.

Doporučené zdroje informací

HARPER, Stephen C. a Robert FRAGER. Extraordinary entrepreneurship: the professional's guide to starting an exceptional enterprise. 3rd ed. / . Hoboken, N.J.: Wiley, c2005. ISBN 0-471-69719-2.

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. Podnikatelský plán. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

RIES, Eric. Lean startup: jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace. Brno: BizBooks, 2015. ISBN 978-80-265-0389-7.

SYNEK, Miloslav. Manažerská ekonomika. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1992-4.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VOCHOZKA, Marek, Petr MULAČ a Radmila PRESOVÁ. Podniková ekonomika: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2. Praha: Grada, 2015. Manažer. ISBN 978-80-247-4372-1.

Předběžný termín obhajoby

2016/17 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Václav Švec, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 3. 3. 2017

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 3. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 27. 03. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Startup" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 17. 3. 2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Václavovi Švecovi, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení, trpělivost, ochotu a věnovaný čas při zpracování této diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala za poskytnuté informace celému týmu Angee, a to především Lukášovi Stiborovi za ochotu a věnovaný čas k vypracování diplomové práce.

Startup

Souhrn

Diplomová práce řeší problematiku financování startupu v oblasti inovativních technologií vybraného malého startupu. Inovativní startupy patří v poslední době mezi stále diskutovanější podniky, které k uskutečnění svých vizí a následně plánů vyžadují nemalé investice. První část práce je opřena o teoretická východiska vycházející z odborné literatury a internetových zdrojů. Definuje pojem startup a dále pojednává o možnostech financování, podpoře začínajících malých podniků a následně metodách hodnocení efektivnosti investic. Praktická část práce se zabývá konkrétním technologickým startupem, který vyvíjí projekt v oblasti bezpečnostních zařízení v domácnostech. Projekt je popsán v rámci konkrétního business plánu, kde je součástí finanční plán, z kterého se následně odvíjí hodnocení efektivnosti potenciálních investic. Pro zhodnocení startupu byly využity metody: STEP analýza, Porterův model pěti sil a SWOT analýza. V závěru práce je zachyceno zhodnocení efektivnosti investic, a následně sestavení investiční příležitosti pro investory, jelikož startup se nachází ve fázi hledání finančních prostředků skze investici.

Klíčová slova: Startup, podnikatel, podpora podnikání, malý podnik, podnikatelský plán, podnikatelský záměr, financování, business angel, crowdfunding

Startup

Summary

This thesis solves the problem of financing a startup in the field of innovative technology selected small startup. Innovative startups are more disputable topic because of enterprise's visions and subsequently plan requires considerable investment in the last time. The first part of thesis is build on theoretical solutions that is based on specialized literature and Internet resources. It defines the terminology associated to startup and also discusses financing opportunities and support small enterprise. The practical part deals with specific technological startup which is focused on developing a project in the field of security devices at homes. The project is described in the actual business plan where is a part of the financial plan that subsequently develops evaluation of the effectiveness of potential investments. The practical part is based on methods: STEP analysis, Porter's model of five forces, SWOT analysis. In the conclusion there is assessing the effectiveness of investments and subsequently compilation investment opportunities for investors because startup is in the phase of searching money through investment.

Keywords: Startup, businessman, enterprise promotion, small business, business plan, business intention, financing, business angel, crowdfunding

Obsah

1	Úvod	10
2	Cíl práce a metodika.....	11
3	Teoretická východiska	12
3.1	Podnikání.....	12
3.1.1	Nejdůležitější sektory v České republice.....	13
3.1.2	Typy podnikání	14
3.1.3	Formy podnikání v České republice	15
3.2	Vymezení malého a středního podnikání.....	17
3.2.1	Třídění dle kvalitativního hlediska	19
3.2.2	Třídění dle Českého statistického úřadu	20
3.3	Životní cyklus podniku.....	22
3.4	Startup.....	25
3.5	Financování startupu.....	26
3.5.1	Počáteční investice.....	27
3.5.2	Business angels	28
3.5.3	Private equity a venture fondy	30
3.5.4	Crowdfunding.....	32
3.6	Podpora začínajících malých podniků	34
3.6.1	Podnikové inkubátory a technologické akcelerátory.....	34
3.7	Metody hodnocení efektivity investic.....	37
4	Praktická část	47
4.1	Charakteristika společnosti Angee Technologies.....	47
4.1.1	Předpoklady k úspěchu v podnikání.....	47
4.1.2	Problematika financování z pohledu startupu	48
4.1.3	Problematika financování z pohledu státu.....	49
4.2	Podnikatelský plán	50

4.2.1 Základní myšlenka	50
4.2.2 Víze projektu	51
4.2.3 Popis produktu Angee	53
4.3 Uživatelé Angee.....	56
4.3.1 Uživatelé z geografického hlediska	56
4.3.2 Uživatelé z demografického hlediska.....	57
4.3.3 Uživatelé z hlediska kupní síly	59
4.3.4 Cílová skupina	59
4.4 STEP analýza.....	59
4.5 Porterův model pěti sil.....	61
4.6 Konkurence	64
4.6.1 Potenciální konkurenti	64
4.6.2 Konkurenční výhoda.....	65
4.7 SWOT analýza.....	66
5. Vlastní zpracování	70
5.1. Náklady a výnosy z kampaně Kickstarter	70
5.2 Finanční situace startupu	72
5.3 Finanční plán a vývoj startupu	74
5.4 Hodnocení ekonomické efektivnosti.....	76
5.4.1 Peněžní toky startup projektu.....	76
5.5 Scénáře vývoje	81
5.6 Náklady ztracených příležitostí	82
5.7 Investice do startupu Angee Technologies	83
6. Zhodnocení výsledků a doporučení	86
7. Závěr.....	88
8. Seznam použitých zdrojů	89

1 Úvod

Na startup je v dnešní době směřováno čím dál více pozornosti, jelikož vzniká řada nadějných talentů, kteří se snaží dobýt svět. Pojem startup je často spojován s oblastí inovativních technologií, kde na začátku stojí chudý autor, který má určitou vizi a nakonci se v těch lepších případech stane jeho sen skutečností. Tyto příběhy se dostávají do podvědomí nejen široké veřejnosti, ale současně přitahují pozornost potenciálních investorů. Společným znakem všech startupů je ukazatel dynamického růstu, který může být zpočátku markantní, ale za rok může být dokonce stagnující.

Startupy jsou v dnešní době stále více vyhledávanějším a zároveň atraktivním tématem, kdy se autoři známých startupů zaryjí svými nápady do paměti široké veřejnosti. Startupy jsou podporovány jak finanční, tak ale i nefinanční formou podpor, které zpočátku usnadňují začínajícímu podniku těžké začátky. V životním cyklu startupu hraje důležitou roli právě okamžik získání investora, který napomůže začínajícímu podniku překonat vysoké vstupní bariéry z hlediska vysokého finančního kapitálu. Pod pojmem investor si lze představit jednotlivce, ale zároveň fondy či státní organizace podporující tyto malé podniky. Investor podporuje startupy nejen z finančního úhlu pohledu, ale jeho role zastupuje roli mentora a zároveň poradce, který předává své zkušenosti a know how z oboru.

Klíčovým prvkem pro zaujmutí pozornosti investora tvoří propracovaný podnikatelský plán. Podnikatelský plán neboli business plan by měl zahrnovat nejen samotné směřování podniku, ale také veškeré analýzy související jak s vnějším, tak i vnitřním prostředím daného podniku. Také by měl být doplněn o model podnikání, detailní popis produktu a předběžný finanční plán, z kterého lze následně zjistit výši potřebné investice a její očekávaný vývoj. Každého investora budou bezpochybně zajímat očekávané zisky podniku a návratnost jeho investice. Investor se často na základě zpracovaného podnikatelského plánu rozhodne, zda bude do daného podniku investovat či nikoliv.

2 Cíl práce a metodika

Cíl práce

Cíl práce spočívá ve zhodnocení investiční příležitosti v oblasti financování v rámci vybraného začínajícího startupu. Případová studie je zaměřena na konkrétní startup týkající se hardwarového a softwarového produktu. Rozdílné možnosti financování jsou zmapovány v závislosti na fázích startupu, v kterých se malý podnik nachází. V závislosti na probíhajících spuštěných kampaních je zároveň vyhodnocen směr a ideální scénář k získání požadované investice a následné dokončení daného projektu.

Metodika

V práci budou použity teoretické a empirické metody poznání. Pro vyhodnocení projektu budou zvoleny metody následujících analýz: STEP analýza, Porterův model pěti sil a SWOT analýza, kde se bude nejprve zkoumat vnitřní prostředí podniku a následně prostředí vnější. Následně bude sestaven finanční plán podniku spolu s metodami hodnocení ekonomické efektivity startupu, který bude posléze aplikován na konkrétní podnik. Finanční plán spolu s metodami hodnocení ekonomické efektivity startupu bude následně sloužit jako pomoc pro rozhodování investorů investovat do daného podniku. Business plán vychází mimo jiné z vize zakladatelů a následně je zhodnocen jeho potenciál k dokončení dosavadního projektu.

Teoretická část práce bude vycházet z popisu klíčových termínů doprovázených o konkrétní příklady a různé pohledy autorů. Stěžejními prameny pro vypracování teoretické části bude především internet z důvodu aktuálnosti informací a odborná literatura. Praktická část práce bude vycházet ze získaných cenných informací zjištěných na základě konzultace s různými experty v daném oboru. Praktická část bude dále obsahovat teoretické kalkulace zaměřené na konkrétní harmonogram očekávaných příjmů a výdajů. V práci bude zachycena požadovaná investice startupu, která bude sloužit na pokrytí vývoje a následnou propagaci podniku. V případě získání této investice se bude vycházet z předpokladu její očekávané návratnosti a výnosnosti. Na základě získaných informací a kalkulací bude v závěru práce vyhodnocena ideální varianta, která bude pro daný startup dosažitelná.

3 Teoretická východiska

3.1 Podnikání

Pojem podnikání představuje nejen založení nové společnosti, ale zároveň ztotožnění se s firemní kulturou, její následné ocenění a uchopení se této příležitosti. Podnikání je neodmyslitelnou složkou ať už malé nebo velké společnosti založené za účelem zisku. Podnikání spočívá v tom, že podnikatel spatří na trhu příležitost, kterou uchopí buď on sám, nebo spolu se svými spolupracovníky a následně ji využije. Pokud se podnikatel ubírá správným směrem, zjistí až v momentě, kdy jeho společnost prosperuje a dosahuje dobrých výsledků. Je nesmírně důležité, aby v sobě zachoval podnikatelského ducha a stále hledal nové příležitosti, právě touto cestou jeho společnost může růst a vzkvétat. Pro podnikatele je zároveň důležité podnikat neustále a soustavně (Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 16).

„Smyslem podnikání je zhodnocení vloženého kapitálu. Tato skutečnost platí pro všechny podniky bez ohledu na jejich velikost, typologii či příslušnost k určitému odvětví. Dalo by se říci, že podnik je stroj na výrobu finančních prostředků pro jeho vlastníky. Snahou každého podnikatele je tedy navyšování hodnoty jeho podniku, vlastní podnikatelská činnost je z pohledu vlastníka jen nástrojem tohoto růstu. Zní to krásně, kdo by nechtěl navyšovat své jmění, stačí pouze najít ten správný předmět podnikání. A to je právě klíčovým prvkem každého podnikatelského záměru“ (Mulačová, Mulač, 2013, s. 15).

Podnikání lze interpretovat pomocí různých vědních disciplín. V ekonomickém pojetí se jedná o dynamický proces, díky kterému se vytváří přidaná hodnota za pomoci ekonomických zdrojů a jiných aktivit. Z psychologického hlediska je podnikání chápáno jako činnost, jež má za úkol motivovat podnikatele k dosažení svých cílů prostřednictvím seberealizace a zbavení své závislosti. Na druhou stranu sociologické pojetí pojednává o blahobytu pro všechny zainteresované osoby prostřednictvím hledání cesty k vytváření pracovních příležitostí. V právnickém pojetí se pod pojmem podnikání rozumí soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem na vlastní jméno a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (Veber, Srpková a kol., 2012, s. 14).

Hisrich (1996) tvrdí, že: „*Podnikání je proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.*“

Veber a Srpová (2012) tvrdí, že ke společným rysům podnikání patří:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zkalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces.

3.1.1 Nejdůležitější sektory v České republice

Průmysl

Průmyslová výroba má na území České republiky hluboké historické kořeny již z dob Rakousko-Uherska. Průmysl je zároveň neodmyslitelnou složkou ČR, jež zaujímá 35 % národního hospodářství a zaměstnává přes 40 % aktivních obyvatel země. Mezi nejdůležitější pilíře českého průmyslu se řadí průmysl strojírenský, hutnický, potravinářský a chemický. V neposlední řadě se nesmí opomenout průmysl energetický, stavební a spotřební (Czech, 2011).

Služby

Sektor služeb lze označit z hlediska národního hospodářství jako terciární sektor. Do tohoto sektoru lze zařadit veškerá odvětví spojená s lidskou činností, jejíž podstata spočívá v poskytování práce, znalostí či finančních prostředků. Sektor služeb v ČR reprezentuje 62 % českého hospodářství a zaměstnává 56 % aktivních obyvatel země. Mezi hlavní pilíře sektoru služeb patří: obchod a jeho zprostředkování, transport a doprava,

cestovní ruch, ubytování a pohostinství, finanční služby, vzdělávání, zdravotnictví a sociální péče, infrastruktura, zábava, kultura a sport (Management Mania, 2016).

3.1.2 Typy podnikání

Každý podnikatel ještě před tím než začne podnikat, má nastíněnou určitou vizi, kterým směrem by se mělo jeho podnikání ubírat. Tato vize mu určuje směr podnikání a od tohoto směru se dále odvíjí typ podniku, jeho potenciál, množství potřebných finančních zdrojů pro rozjezd, následný růst firmy a také konkurenční strategie. Důležitou roli zde hrají i schopnosti, dovednosti, zkušenosti, z kterých bude podnikatel a jeho tým nadále čerpat (Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 22).

Harper (2005) zpracoval definici podnikání vycházející z definice Amar Bhidé na základě provedeného výzkumu v 500 společnostech do následujících kategorií:

- **Podnikání jako životní styl (Life-style venture)**

Mnoho podnikatelů podniká zejména z důvodu, že chtějí být svobodní a zároveň nechtějí být zaměstnaní. Svou podnikatelskou činnost směřují na lokální trh, jelikož jejich ambice nejsou příliš vysoké. Důležitou úlohu zde hraje fakt, že chtějí být svým vlastním pánem, i za cenu, že zůstanou malou firmou. Názorným příkladem je kadeřnice pracující na volné noze, jejíž klientela se počítá z obyvatel vlastního bydliště.

- **Zdrženlivé podnikání (Modest venture)**

Tato skupina podnikatelů se řadí mezi ty úspěšnější podnikatele než výše zmíněná skupina. Tyto podniky zaujímají větší část trhu, a také vydělávají více peněz. Hlavní důvody spočívají ve faktu, že podnikatel chápe svou podnikatelskou činnost o něco více než je heslo být svým vlastním pánem, ale nemá dostatečné schopnosti k expanzi své firmy na vyšší úroveň. Tento typ podnikatele netouží po velkém byznysu.

- **Nadějně podnikání (Promising venture)**

Jedinou vidinou podnikatelů je stát se jedničkou na lokálním nebo dokonce regionálním trhu. Prosazují poměrně agresivnější a propracovanější strategii pro získávání nových zákazníků, ale zároveň se snaží udržet své stávající zákazníky. Dále

se také snaží neustále zlepšovat a inovovat své technologie. Tento typ podnikání je omezen na své vlastní zdroje financování.

- **Podnikání s potenciálem vysokého růstu (High-growth venture)**

Do této skupiny se řadí jen hrstka podnikatelů, jelikož musí přijít na trh s novým produktem či technologií. Nejdříve je činnost těchto podnikatelů směřována na analýzu trhu. Následně díky získaným zkušenostem podnikatel vycítí příležitost, které se musí ihned uchopit a následně tak může založit podnik s vysokým růstovým potenciálem. Tyto firmy se snaží zaměřit na revoluční inovace, kde nemají konkurenci.

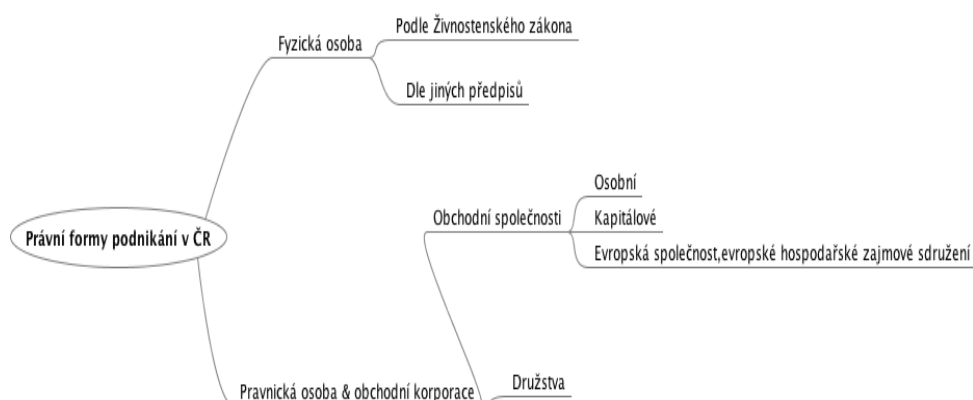
- **Revoluční podnikání (Revolutionary venture)**

Tento typ podnikatele se objeví jednou maximálně dvakrát za deset let. Jejich vizí a posláním je vytvořit ojedinělý produkt, pro který vytvoří zcela nový trh. Tito podnikatelé přicházejí s novým druhem podnikání, díky kterému konkurence nedokáže držet krok a vypadne tak ze hry (Harper, 2005, s. 47).

3.1.3 Formy podnikání v České republice

V České republice je možné provozovat podnikatelskou činnost dvěma způsoby, buď jako osoba fyzická nebo osoba právnická.

Schéma 1 Formy podnikání v ČR



Zdroj: vlastní zpracování dle *Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník*

1) **fyzická osoba** – podnikatel musí získat živnostenské oprávnění, na základě kterého se rozeznávají dva druhy živností:

- **Ohlašovací** živnost vzniká na základě ohlášení se u Živnostenského úřadu, který následně vydá živnostenské oprávnění určené k podnikání. Mezi podmínky pro udělení živnostenského oprávnění patří: svéprávnost, bezúhonnost, věk alespoň 18 let.

Dělení ohlašovacích živností:

- **volná** – nejsou potřeba žádné zvláštní požadavky.
- **řemeslná** – podnikatel musí splňovat zvláštní stanovené podmínky v provozování živnosti, mezi které patří odborná způsobilost (vzdělání, délka praxe). U řemeslných živností je požadováno vyučení nebo vyšší stupeň vzdělání v oboru.
- **vázaná** – podnikatel musí splňovat zvláštní stanovené podmínky v provozování živnosti (vzdělání, délka praxe). U vázaných živností je potřeba odborná způsobilost stanovena zákonem za každou živnost zvlášť.
- **Koncesovaná** živnost je charakteristická právě tím, že podnikatel musí splňovat zvláštní podmínky pro provozování živnosti, na základě kterých získá následně koncesi. Koncese je oprávnění v provozování živnosti. Tyto živnosti jsou nejpřísněji kontrolované z hlediska státního dohledu.

2) **právnícká osoba** – uměle vytvořený subjekt, který v právním vztahu vystupuje jako člověk, lidé nebo věci.

Dělení právníckých osob:

- společnost s ručením omezeným
- akciová společnost
- veřejná obchodní společnost

➤ komanditní společnost

➤ družstvo

(Ipodnikatel, 2014).

Tabulka 1 Přehled právních forem podnikání v ČR

Název	Popis
Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)	Založení: fyzickými nebo právnickými osobami (i jen 1 osoba).
	Základní kapitál: min. 1 Kč.
	Ručení: společnost ručí veškerým majetkem, společník do výše nesplaceného vkladu.
	Orgány: valná hromada, statutární orgán – jednatel či jednatele.
Akciová společnost (a.s.)	Založení: jeden zakladatel nebo i více zakladatelů.
	Základní kapitál: ZK při veřejné nabídce akcií min. 20 000 000 Kč,
	ZK bez veřejné nabídky akcií min. 2 000 000 Kč.
	Ručení: celým svým majetkem, akcionáři neručí za závazky společnosti.
Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)	Založení: min. dvě osoby.
	Vznik: zápisem do Obchodního rejstříku.
	Základní kapitál: není stanoven.
	Ručení: osoby ručí svým majetkem (společně a nerozdílně).
Komanditní společnost (k.s.)	Založení: dva a více společníků.
	Základní kapitál: vkládá komandista v min. výši 5 000 Kč.
	Ručení: komandisté ručí do výše vkladu, komplementář ručí celým svým majetkem.
	Orgány: společnost vedou komplementáři.
Družstvo	Založení: min. 5 fyzických osob nebo min. 2 právnické osoby.
	Popis: společenství neuzavřeného počtu osob založené za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů.
	Ručení: družstvo ručí celým svým majetkem, členové ne.

Zdroj: vlastní zpracování dle Ipodnikatel, 2014

3.2 Vymezení malého a středního podnikání

Malé a střední podnikání je neodmyslitelnou součástí ekonomiky České republiky, jehož úloha spočívá at' už v přímém či nepřímém ovlivňování velkých podniků. Další

náplň spočívá ve vytváření nových pracovních míst na trhu, s čímž souvisí postupný blahobyt a rozvoj ekonomiky. Malé a střední podniky jsou ze všech podnikatelských subjektů nejcitlivější na jakékoliv změny či výkyvy v podnikatelském prostředí.

Malé a střední podniky zastupují drtivou většinu jak v České republice, tak i v Evropě. V Evropě působí více než 19 milionů malých a středních podniků, což představuje 99,8 % všech společností v EU s počtem zaměstnanců vyšším než 74 milionu lidí. Stejným zastoupením se pyšní i Česká republika, které zaujímá 99,8 % aktivních malých a středních podniků (Veber, Srpová a kol., 2012, s. 19).

Termín malé a střední podnikání lze vymezit na základě různě stanovených hledisek. V první řadě lze malé a střední podnikání definovat v zákoně, dále v závislosti na kvantitativních hlediscích, ale i v obchodním zákoníku. S tímto termínem se setkáváme i v zákoně o dani z přidané hodnoty, zákoně o účetnictví, či v metodice českého statistického úřadu. Důležitou úlohu zde ovšem hrají faktory, které omezují rozvoj malých a středních podniků, nejčastější příčiny vzniku problémů a probíhající změny ve strategickém řízení (Jáč a kol., 2005, s. 9).

Definice malého a středního podnikání

Pro vymezení pojmu malého a středního podnikání existuje velká škála definic. *„Podle Doporučení Komise Evropské unie č. 96/280/EC, která sjednocuje vymezení pojmu malého a středního podnikání v členských státech Evropské unie, je rozhodujícím kritériem počet zaměstnanců, dále potom roční obrat, roční bilanční suma a nezávislost. Roční obrat a bilanční suma představují korunový ekvivalent uvedené částky podle kurzu Evropské centrální banky ke konci roku“* (Mulačová, Mulač, 2013, s. 47).

Malé a střední podniky jsou prvkem hospodářské rovnováhy, jelikož individuální charakter malých a středních podniků je protipólem globalizujících ekonomik. Doporučení Komise (2003/361/EC) definuje malé a střední podniky:

- **mikropodnik** – podnik, který zaměstnává méně než 10 lidí a jeho roční obrat nebo roční bilanční suma nepřekročí 2 miliony EUR,
- **malý podnik** – podnik, který zaměstnává méně než 50 lidí a jeho roční obrat nebo roční bilanční suma nepřekročí 10 milionů EUR,

- **střední podnik** – podnik, který zaměstnává méně než 250 lidí a jeho roční obrat nepřesáhne 50 milionů EUR nebo roční bilanční suma nepřekročí 43 milionů EUR (Máchal a kol., 2015, s. 114).

Jáč (2005) rozděluje malé a střední podniky z hlediska nezávislosti:

- **propojené podniky** (linked enterprise) znamenají, že jeden podnik vlastní většinu kapitálu nebo hlasovacích práv v druhém podniku,
- **partnerské podniky** (partner enterprise) znamená, že jeden podnik je mateřský a má majoritu více než 25 % kapitálu nebo hlasovacích práv v dceřiném podniku,
- **nezávislý podnik** (autonomous enterprise) nesmí splňovat výše zmíněná kritéria nezávislosti (Jáč a kol., 2005, s. 13).

3.2.1 Třídění dle kvalitativního hlediska

Tímto způsobem dělení lze charakterizovat věcné či typické vlastnosti malých a středních podniků ať už se jedná o personální strukturu či kapitálové omezení.

Jáč (2005) dělí podniky dle kvantitativního hlediska:

- nezávislé vedení podniku spojené s jeho vlastnictvím,
- relativně omezená členitost produkce a technologií,
- kapitál je vlastněn jedním podnikatelem, nebo několika málo vlastníky,
- relativně omezené kapitálové zdroje,
- zaměření na lokální trhy,
- jednoduchý systém řízení,
- podnik je malý ve srovnání s největšími konkurenty v oboru.

3.2.2 Třídění dle Českého statistického úřadu

Třídění z hlediska Českého statistického úřadu a jeho každoročních vyhlášek je stanoveno pomocí Programu statistických zjišťování. Plyne zde zpravodajská povinnost, která se odvíjí od počtu zaměstnanců.

Jáč (2005) dělí podniky:

- více jak 100 zaměstnanců,
- 20 – 99 zaměstnanců,
- 0 – 19 zaměstnanců.

Faktory omezující rozvoj malých a středních firem

Je zřejmé, že existuje velké množství faktorů, které mají nepříznivý vliv na rozvoj společnosti. Podnikatelské prostředí v České republice se zaměřuje na malé a střední podniky.

Jáč (2005) tvrdí, že mezi nejdůležitější faktory způsobující omezující rozvoj společnosti patří:

- současná ekonomická situace v České republice,
- domácí konkurence,
- vysoké úrokové míry,
- legislativní omezení,
- dostupnost financování,
- zahraniční konkurence,
- náklady na energie.

Tyto faktory jak je již zřejmé, vyplývají ze zjištěných rámcových podmínek, které ovlivňují podnikání. Rámcové podmínky vycházejí ze studie Global Entrepreneurship a zabývají se tak podnikáním v celosvětovém měřítku.

- 1) **Finance** patří mezi jednu z nejdůležitějších podmínek, jelikož dostatečný kapitál je nezbytný jak u zrození podniku, tak i v období růstu.
- 2) **Vládní politika**, do které lze zahrnout formální složitosti, administrativu, snadnost vymáhání pohledávek a výši daňového zatížení.
- 3) **Vládní podpůrné programy**, které jsou určené pro podporu podnikatelům např. v administrativě.
- 4) **Úroveň vzdělání, aplikace znalostí v praxi**, jelikož právě lidé jsou klíčem k úspěchu v podnikání.
- 5) **Věda a výzkum v podnikatelské sféře**, např. díky inovacím mohou společnosti prostřednictvím podnikání vytvořit nové trhy. Nezbytný je ovšem transfer výzkumu a vývoj v praxi.
- 6) **Obchodní partneři, služby, obchodní praktiky**. Je zřejmé, že i malý podnikatel potřebuje ke svému podnikání jak služby dodavatelů materiálů a zboží, tak ale i služby právníků, účetních a daňových poradců.
- 7) **Situace na trhu**, v tomto případě je nesmírně důležitá kupní síla a nákupní rozhodování zákazníků.
- 8) **Podnikatelská mentalita**, která souvisí s tradicemi a kulturou příslušného státu.
- 9) **Fyzická infrastruktura**, pod kterou si lze představit technické zázemí v oblasti silniční, železniční, letecké a vodní dopravy (Jáč a kol., 2005, s. 16).

Koncepce a rozvoj malých a středních podniků

Konkurenceschopnost u malých a středních podniků potřebná k rozvoji malého a středního podnikání je formulována pomocí analýzy. V analýze jsou zachyceny silné a slabé stránky a zároveň hrozby a příležitosti.

Tabulka 2 SWOT analýza podniku

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • MSP rychle reagují na vývoj na trhu • Přizpůsobivost pracovní síly • Vysoká motivace k výkonu u vlastníků firem • Kvalitní produkty • Inovační potenciál • Vytváření pracovních míst 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatečná kapitálová vybavenost • Slabý důraz na marketing z důvodu omezených financí • Omezené finanční prostředky na technické vybavení podniku • Ochrana práv duševního vlastnictví • Nedostatečný důraz na rozvoj lidských zdrojů • Nedostatečná spolupráce mezi MSP
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Rozvoj obchodu - expanze na zahraniční trhy • Benefity vyplývající ze síťování podniků • Široká nabídka dotačních programů pro MSP • Rozvoj výzkumu a vývoje ve prospěch MSP • Spolupráce MSP a výzkumných institucí • Zvýšení podílu MSP na veřejných zakázkách 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatek kvalifikovaných pracovních sil • Vysoká konkurence • Administrativní zátěž podnikání • Legislativní omezení • Technické a technologické zaostávání podniků

Zdroj: vlastní zpracování dle Vochozka, Mulač a kol., 2015, s. 491

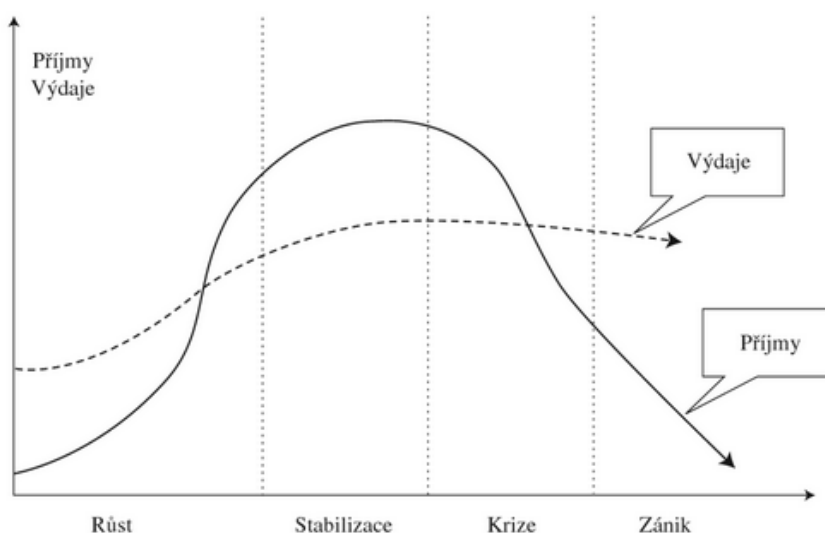
3.3 Životní cyklus podniku

Každý podnik prochází různými fázemi a vývojem, což lze popsat jako životní cyklus podniku. Délka životního cyklu je u každého podniku různá, jedná se spíše o individuální záležitost. Životní cyklus nových podniků se čím dál více zkracuje, jelikož musí reagovat rychle z důvodu velké konkurence na trhu (Zamazalová a kol., 2009, s. 19).

Životní cyklus se dá přirovnat k živému organismu, který v průběhu života prochází také několika fázemi. Životní cyklus podniku lze však rozdělit do čtyř základních fází: růst, stabilizace, krize a zánik. V některých publikacích se uvádí pět fází, kdy se za samotnou fázi považuje založení podniku. Každá fáze podniku je spojena s určitými problémy, které musí řešit finanční manažeři podniku. Strategickým cílem každého podniku je udržet podnik ve fázi růstu a vytěžit z této fáze co nejvíce. Jednotlivé fáze

závisí nejen na výkonnosti podniku, ale zejména na vývoji makroekonomického prostředí, v němž se podnik pohybuje (Kislingerová a kol., 2010, s. 423).

Schéma 2 Životní cyklus podniku



Zdroj: Kislingerová a kol., 2010, s. 423

Jednotlivé fáze životního cyklu podniku

1) Založení podniku

Jedná se o cílevědomý proces, který je řízen buď vlastníkem či podnikatelem společnosti. Založení je spojeno s podstatou podnikatelského záměru, jelikož budoucí podnik musí na straně jedné získat potřebný kapitál k založení podniku a jeho následnému vývoji, a na straně druhé získaný kapitál správně investovat (Synek a kol., 2010, s. 94).

Vochozka (2015) řadí mezi důležité kroky před samotným založením podniku:

- **Podnikatelský záměr** – vymezuje předmět jednotlivých činností uvažovaného podniku, jaké výrobky bude podnik vyrábět či jaké služby bude poskytovat.
- **Určení předpokladu** – jedná se především o vymezení náležitostí, jako jsou: zdroje, majetkové nároky, lokalizace či technologie. Dále jsou nedílnou součástí řídicí předpoklady, které se týkají top managementu, organizační struktury, které jsou pro podnikatele nástrojem pro zpracování podnikatelského projektu.

- **Podnikatelský projekt** – jedná se o formalizovaný dokument, jehož úloha spočívá v komplexním zhodnocení uvažovaného záměru. Posuzuje, zda je podnikatelský záměr reálný a finančně efektivní.

2) Růst podniku

Růst podniku spočívá v rozšíření objemu prodeje, růstu tržeb a zároveň rozšíření činností podniku. Podnik se snaží udržet trvalý růst prostřednictvím péče o své zákazníky, vytvářet neustálé nové inovace a zajistit vysokou výkonnost svých zaměstnanců. Růst podniku může být financován jak z interních, tak i z externích zdrojů. Interní zdroje podniku jsou zdroje plynoucí z vlastní činnosti podniku. Mezi externí zdroje podniku se řadí: finanční úvěry, leasing, dotace a fúze (Martinovičová, 2014, s. 18).

3) Stabilizace podniku

Znázorňuje stav, kdy podnik dosáhl optimální velikosti vzhledem k příležitostem nacházejících se na trhu. Velikost tržeb je stabilní a dochází tak i k bilanci aktiv a pasiv. Fáze stabilizace je charakteristická právě tím, že dochází k rovnosti investic a odpisů. V této fázi podnik generuje zisk, který zpravidla vyplácí svým majitelům. Cílem každého podnikatele je setrvat ve fázi stabilizace co nejdéle a pokud možno i trvale (Vochozka, Mulač a kol., 2015, s. 176).

4) Krize podniku

Je jakési stádium života podniku, ve kterém dochází k nepříznivému vývoji jeho výkonnostního potenciálu, tržní hodnoty, likvidity a je tak zároveň ohrožena jeho existence. Tato fáze vzniká postupně a je tak nesmírně důležité, aby si to vedení podniku uvědomilo co nejdříve. Čím dříve si vedení podniku uvědomí tuto krizi a bude jí čelit, tím je větší vidina na záchranu podniku (Martinovičová, 2014, s. 18).

5) Zánik

K zániku podniku dochází v den výmazu z obchodního rejstříku. Ke zrušení podniku dochází např. při zrušení s likvidací, ale i při zrušení bez likvidace. Podnik zaniká i v případě, že je v úpadku, tedy i v procesu konkurzu. Podnik může být jak

úspěšný, tak ale i neúspěšný. Pokud je podnik úspěšný, tak je to známkou správného řízení vývoje procesů ve společnosti prostřednictvím vytyčených strategických cílů (Martinovičová, 2014, s. 18).

3.4 Startup

Pojem startup nelze jednoznačně vymezit a zároveň nemá ustálenou mezinárodně uznávanou definici. Pod termínem startup se skrývá nový projekt s potenciálem rychlého růstu, za kterým stojí právě podnikatelský subjekt. Existuje řada definic, které se často doplňují jen o pouhé detaily.

Startup je nově vznikající projekt či začínající firma, která se nachází ve fázi tvorby podnikatelského záměru. Mezi charakteristické vlastnosti patří: nízké počáteční náklady, vysoké podnikatelské riziko, ale zároveň potenciálně vyšší návratnost v případě, že se společnost prosadí. Za okamžik, kdy již společnost přestane být považována za startup lze považovat moment, kdy dosáhne zisku, fúze či akvizice (Peníze pro firmy, 2016).

Eric Ries (2015) vysvětluje definici startupu jako: *„Startup je lidmi tvořená instituce určená k vytvoření nového produktu nebo služby za extrémně nejistých podmínek.“* Tato definice nepojednává o velikosti společnosti, oboru či ekonomickém sektoru. Startup je důležité chápat nejen z hlediska produktu, čemuž vděčí díky technologickému průlomům, ale je důležité ho zároveň chápat v širším slova smyslu jako prudce lidský podnik (Ries, 2015, s. 33).

Důležitou známkou úspěšného startupu je si stanovit určité hodnoty a priority a na nich si stát. Tyto hodnoty zároveň vyjasňují produktové priority, které zajišťují konzistentní zkušenosti zákazníků, což má za následek najímání zaměstnanců s podobnými idejemi. *„Pro startup je jasná vize, která funguje jako polární hvězda, důležitou součástí konkurenčních výhod. Jasnost s jakou Google zformuloval svůj důvod existence, organizovat ve světě informace, přilákaly jedny z nejlepších inženýrských mozků a definice je přitom dostatečně široká, aby dovolala přizpůsobení“* (Hoffman, Casnocha, 2013, s. 37).

Startup může být také chápán jako založený nebo teprve zakládán podnik, který ovšem ještě nezahájil prodej svých výrobků či služeb a neprofituje žádný zisk. Financování

je doposud spojeno pouze s propagací produktu, jenž byl vyvinut v předchozí fázi (CzechInvest, 2016).

Autoři Senor a Singer (2009) vysvětlují startup jako malou firmu, která se rozvíjí na základě inovací, jež nesou velký komerční potenciál. Za inovaci může být považován například obchodní model, který startup využívá. Je zde sice kladen důraz na inovace, ale ta nemusí být úzce spjata s novou technologií.

Podle investora Ondřeje Bartošky (2011) pro startup není charakteristickým znakem založení nové společnosti, ale založení podniku, který přichází na trh s velkými plány a ambicemi. Ambice spočívají v přínosu podniku, čímž je myšleno něco nového a inovativního. Startupy jsou mladé společnosti, které by se měly snažit změnit svět a být jedničkou na trhu v celosvětovém měřítku.

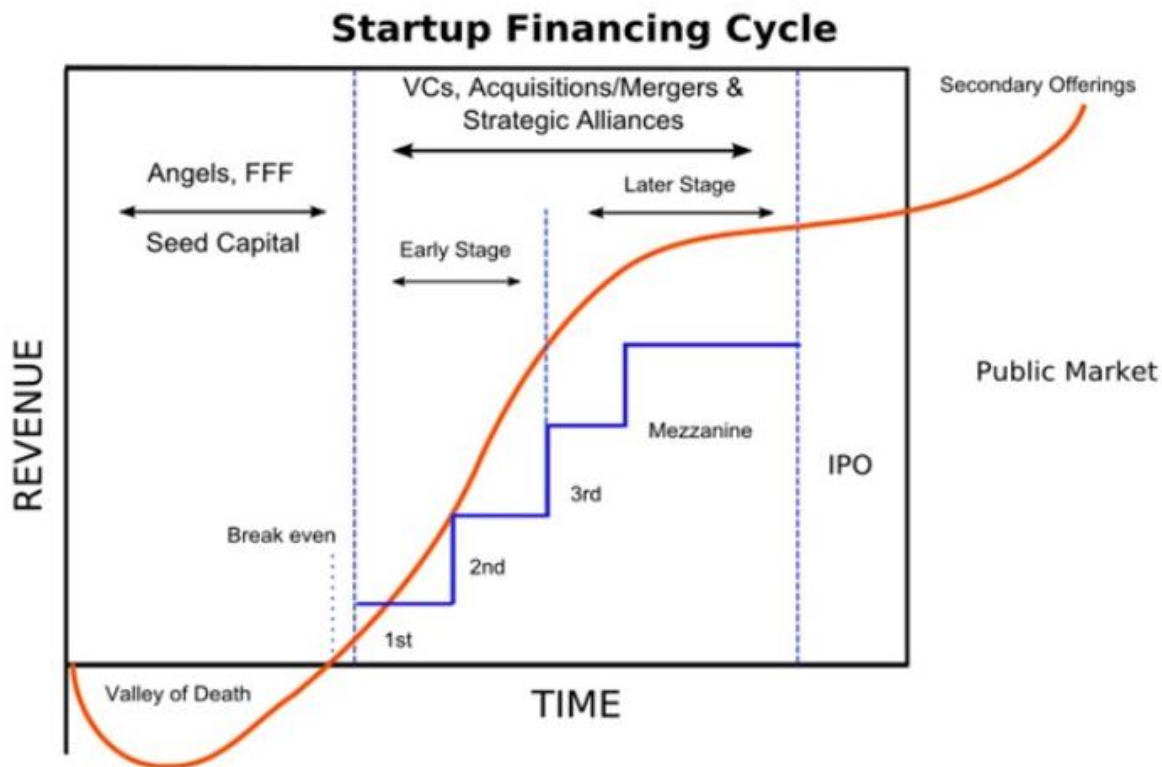
Důležitou roli pro označení společnosti jako startup hraje nalezení nového trhu a následný růst firmy. Podle Paula Grahama (2012), který patří mezi významné osobnosti startupu lze tento termín vysvětlit jako společnost vytvořena za účelem rychlého růstu. Není nutností, aby podnik vyvíjel nové technologie a získal rizikový kapitál, ale klíčovým prvkem je zde rychlý růst celé společnosti.

3.5 Financování startupu

Pro realizaci nápadu a jeho postupný rozvoj a růst jsou nezbytnou podmínkou finanční prostředky. Pokud původce podnikatelského nápadu nedisponuje zrovna vysokým kapitálem, tak pro jeho realizaci musí využít cizích finančních prostředků. V opačném případě by nápad zůstal jen na papíře. U zrození nápadu nejčastěji podniky využívají vlastních finančních prostředků, ale postupem času potřebují čím dál větší kapitál k realizaci nápadu, a tak hledají možnosti, kde tento kapitál získat.

Různé způsoby financování startupů lze rozdělit do několika možností, v závislosti v jakém životním cyklu se zrovna nacházejí. Důležité faktory, které řídí vývoj celého životního cyklu financování jsou zmíněné v obrázku č. 1. Hlavními faktory jsou příjem a čas.

Schéma 3 Finanční cyklus startupu



Zdroj: Symbid, 2016

3.5.1 Počáteční investice

První kroky k získání financí nezbytných pro realizaci vlastního startupu jsou bezpochyby jedny z nejtěžších, jelikož pro potenciálního investora je firma v této fázi nejrizikovější. Při hledání investorů hrají často hlavní roli kontakty a sympatie, podnikatelské plány jsou zpočátku až druhořadé. Investor se v této prvotní fázi nejčastěji řídí intuicí a následně ochotou riskovat. Nejčastěji právě první investice rozhodne o tom, zda podnik bude růst, prosperovat a ubírat se správným směrem či nikoliv.

Zkratka FFF je stavebním kamenem podnikání složených ze slov Friends, Fools, Family, což v překladu znamená: přátelé, rodina a blázni. Začínající startupy využívají finanční prostředky často od těchto skupin lidí, což nemusí být vždy výhodou. Tito lidé věří v to, že i začátečníci mohou uspět, aniž by brali v potaz produkt samotný včetně jejich

obchodních zkušeností. Rodina a přátelé jsou v prvotní fázi hlavním zdrojem finančních prostředků pro podnikatele mnohých firem. V případě, že získá startup finanční prostředky od rodiny a přátel, pak se jedná o názornou známku toho, že právě blízcí v tento startup opravdu věří. Tento projev důvěry od přátel a rodiny hraje důležitou roli i pro budoucí investory. Právě investoři mohou zvážit vstup do hry jako takové (Symbid, 2016).

Důležitou roli zde hrají zejména investoři a jejich úhel pohledu na to, zda do startupu investovat či nikoliv. Rozhodují se nejen na základě sympatií, ale zejména věří své intuici. Dalším důležitým rizikovým faktorem je ochota riskovat. Důvěra ve startup prostřednictvím poskytnutí finančních prostředků skrz skupinu FFF je pro investory známkou toho, že se firma ubírá správným směrem. V opačném případě by to mělo jistě špatný dopad na celý osud startupu. Zároveň je důležité si uvědomit, že při tomto způsobu získávání financí jistě dojde ke ztrátě mnohých kamarádů a dojde ke sporům u skupiny fools. Důležitá je zde zejména podpora rodiny. Financování v prvotní fázi prostřednictvím FFF hraje jednu z nejtěžších rolí v životním cyklu startupu, ale zároveň díky této fázi vznikla řada největších a zároveň nejúspěšnějších společností (Crabtree, 2011, s. 126).

3.5.2 Business angels

Business angels jsou investoři, kteří do startupu investují vlastní kapitál za vysokého rizika bez zprostředkovatelů. Business angel je individuální investor, který investuje svůj vlastní kapitál do perspektivních malých a středních podniků, pro něž je charakteristický růstový potenciál. Růstový potenciál se nachází zpravidla ve fázi seed, startup nebo v expanzní fázi životního cyklu, kde hlavní cíl spočívá ve zhodnocení vložených finančních prostředků. Již název angel nám napovídá, že má jakési poslání a jeho misí je přinést něco do společnosti. Jedná se o know how v podobě odborných znalostí poskytnutých angel investorem, což znamená, že se dobře orientuje v daném oboru a na trhu má strategické partnery. Z toho důvodu se tyto investice často označují termínem smart money, což znamená v kapitálovém trhu, že dokážou rozpoznat vize a potenciál startupu dříve než ostatní. Za vloženou investici získá business angel určitý podíl nebo akcie. Business angels se nesoustředí pouze na startupy z hlediska nejvyššího výnosu s určitou mírou rizika, ale hledají zároveň oblast, ve které se mohou aktivně angažovat a využívat své znalosti a zkušenosti, díky kterým se bude společnost, do které investují neustále se rozvíjet (CzechInvest, 2016).

Business angels také někdy označováni, jako kmotři podnikatelů jsou kapitálově silní jedinci s vlastními zkušenostmi z podnikání, kteří vkládají vlastní kapitál v podobě investice do zajímavých projektů a podniků. Kapitálový vstup uskuteční právě tím, že zakoupí podíl ve firmě s očekáváním, že zpravidla během 3 - 5 let tento svůj podíl odprodají a na základě rozdílu mezi nákupní a prodejní cenou tohoto podílu realizují zisk. Business angel je mentor a zároveň poradce, který předává své zkušenosti z oboru. Je důležité si zároveň uvědomit, že právě tento nedostatek informací plynoucí z know how bývá příčinou krachu řady společností (Synek, 2007, s. 163).

V České republice zatím neexistuje žádná alternativa, jež by měla podobný formát. Je tedy zřejmé, že zde andělské investice nejsou příliš rozšířené i přesto, že startupů zde roste více a více. Je důležité si ale na druhou stranu uvědomit, že Česká republika je malá země v porovnání s ostatními zeměmi v Evropě a USA, kde počet startupů roste v širším měřítku. I přesto, že se v případě business angels jedná především o individuální investory, tak se často sdružují do business angels sítí, což jim zajistí bližší přístup k informacím, a tak dokážou racionálně investovat svůj kapitál. V České republice tuto činnost vykonávají zatím jen čtyři sítě, které působí jako zprostředkovatelé při hledání finančních prostředků pro firmy. Tito zprostředkovatelé poskytnou kontakt na své členy a následně služby spojené s přípravou projektu pro vstup získané investice (Režňáková, 2012, s. 40).

Dělení dle Režňákové (2012):

- Angel Investor Association (www.aia.cz)
- Central Europe Angel Club (www.ceaa.cz)
- Business Angels Czech (www.bacz.cz)
- Business Angels Network (www.bids.cz)

Pro úplnost problematiky je důležité vysvětlit, že se zpravidla jedná o různé typy investic soukromého kapitálu do perspektivních projektů s vysokým potenciálem zhodnocení investice, což je takzvaný venture kapitál. Venture kapitál nejvíce odpovídá definici OECD, podle které je chápán jako: „*forma investování kapitálu za účelem vytvoření nového podnikání (business) nebo rozvoj nového produktu v existujícím podniku častou výměnou za podíl v něm*“ (Čižinská, Režňáková, 2007, s. 103).

Podle European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA) je rozdílné chápání pojmu venture kapitál. Rozlišuje se na venture capital, private equity a business angels. Za venture kapitál Čížinská (2007) považuje: „*profesionálně sdružený kapitál, který je investovaný společně s kapitálem podnikatele do raných stádií rozvoje a růstu podniku. Náhradou za vysoké podstupované riziko je nadprůměrné zhodnocení investovaného kapitálu.*“ Termín private equity a business angels odpovídá definici OECD (Čížinská, Režňáková, 2007, s. 103).

3.5.3 Private equity a venture fondy

Definice private equity, tak jako definice u startupu není jednoznačně formulovaná, má jakýsi dvojitý pohled na věc. Liší se z geografického hlediska ze dvou úhlů pohledu tedy evropského a amerického. Obecně lze charakterizovat private equity a venture fondy jako veškeré investice soukromého kapitálu do veřejně obchodovatelných společností. Private equity je často spojován právě s přesunem investic do společnosti s jasnou historií ve fázi zralosti. Zatímco na druhou stranu venture capital se využívá v oblasti investic spojovanými s mladými společnostmi, kde je tento kapitál potřebný pro rychlý rozvoj. Hlavní diference mezi private equity a venture capital spočívají v rizikovosti a očekávaném výnosu. Z toho plyne, že společnost s jasnou historií představuje pro investora relativně nižší riziko, zatímco mladé společnosti jsou pro investory vysoce rizikové. Tomu ovšem odpovídá očekávaný výnos investora, jenž se projeví i mimo jiné ve valuaci firmy. Společnosti zabývající se tímto typem investic se nazývají Private equity fondy nebo Venture capital fondy (Trhy mešec, 2016).

Tabulka 3 Fondy v ČR za oblast private equity a venture capital

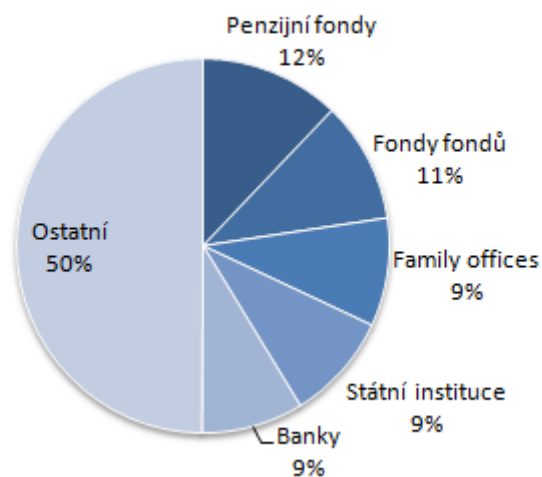
Private equity fondy	Venture capital fondy
Advent international	3TS Capital partners
Amundi Private Equity Funds	Credo Ventures
Argus Capital	GCP gamma capital partners
ARX Equity Partners	Venture Investors Corporate Finance
Enterprise Investors	
Genesis Capital	
Gimv	
Invest Equity	
Mid Europa Partners	
Riverside Europe Partners	

Zdroj: vlastní zpracování dle Trhy měšec, 2016

Dříve než dojde k samotnému vytvoření fondů, musí správci fondů najít dostatečný objem finančních zdrojů do správy. V grafu č. 1 viz níže lze vidět zastoupení jednotlivých investorů fondu.

Graf 1 Podíl investorů fondu

Podíl investorů fondu



Zdroj: Vlastní zpracování dle Trhy měšec, 2016

Venture kapitálové fondy, někdy nazývané fondy rizikového kapitálu slouží také pro podporu podnikatelských projektů malých a středních podniků. Označení rizikový kapitál je často spojován s vyšším rizikem, jenž souvisí s realizací projektů, ale zároveň je

předpokladem pro vysoký výnos. Hlavní princip spočívá v tom, že investor z fondu rizikového kapitálu vstupuje do firmy formou navýšení základního kapitálu společnosti, čímž společnost získá potřebné prostředky pro její potřebný rozvoj. Po uplynutí několika let se buď prodá celá společnost, nebo jen kapitálový podíl fondu rizikového kapitálu a tato zhodnocená investice se vrací zpět do fondu. Mezi hlavní výhody, které může přinést spojení fondu rizikového kapitálu a firmy s originálním podnikatelským záměrem patří:

- poskytnutí chybějícího kapitálu a následný rozvoj společnosti,
- během investičního období společnost neplatí žádné splátky ani úroky,
- fond rizikového kapitálu poskytuje praktické rady a odborné znalosti.

Fondy s rizikovým kapitálem mají různá kritéria spojená s velikostí či dobou trvání investice. Některé fondy upřednostňují dlouhodobější investice na 5 – 7 let po menších částkách, jiné zase velké částky s rychlým exitem (Veber, Srpová a kol., 2012, s. 41).

3.5.4 Crowdfunding

Crowdfunding patří mezi jednu z nejnovějších forem financování, která se stala populární díky internetu. Jedná se o kolektivní formu financování, díky které je možné podpořit libovolnou částkou různé projekty. V minulosti se touto formou financování budovaly například rodinné podniky. Díky vymoženostem internetu je ovšem crowdfunding globálním, a tak se startupy z lokálního prostředí mohou ucházet doslova a do písmene o peníze z celého světa. Nejčastěji se jedná o nenávratný dar, který má podpořit například umělce a mladé podnikatele. Projekt je podporován nejčastěji malými částkami od mnoha lidí z celého světa, čímž si udržuje jakousi nezávislost od velkých investorů. Crowdfundingový způsob financování lze rozdělit do 6 různých fází:

- **Dárcovská fáze** – lidé přispívají na konkrétní projekt a odměnou jim je na druhou stranu dobrý pocit, že podpořili někoho dobrého a přispěli tak na dobrou věc.
- **Odměňování** – jako odměnu za finanční částku, kterou podpořil přispěvatel projekt následně získá produkt nebo službu.
- **Předprodej produktů** – vlastník projektu shromažďuje finanční prostředky na vývoj, realizaci budoucího produktu a přispěvatel si ho zároveň tím pádem

předobjedná. Jakmile je produkt hotový, tak jej vlastník produktu všem přispěvovatelům rozešle.

- **Podíl na zisku** – některé projekty financované skrze crowdfunding přímo nabízí určitý podíl ze zisku dosažený z podnikání, nebo honorář z autorských odměn.
- **Vypůjčení produktu** – vlastník kampaně se dostává do role dlužníka, a tak se snaží produkt propagovat ve všech médiích, a to i prostřednictvím různých doporučení a recenzí.
- **Cenné papíry** – tato fáze patří mezi nejpomaleji vyvíjející se, jelikož zde existuje řada bariér. Pro podniky to znamená, že se musí vzdát části svého kapitálu, což je neúprosné riziko pro investory z důvodu případné ztráty svých investovaných peněz (Podnikatelské modely a podnikatelské strategie startupov, 2015).

Důležitou podmínkou, která musí být splněna je dosažení určitého finančního limitu ve stanoveném období. Pokud není vybráno minimum stanovené částky, tak se finanční prostředky vrací zpět přispěvovatelům. Crowdfundingové společnosti získávají od vlastníků projektu provize ze získaných finančních obnosů, nejčastěji se jedná o 5 % provizi. Crowdfundingové společnosti nabízí na oplátku propagaci zejména prostřednictvím sociálních sítí, čímž zprostředkují zpětnou vazbu od potenciálních uživatelů (Podnikatelské modely a podnikatelské strategie startupov, 2015).

Jednou z nejznámějších crowdfundingových platforem je právě americký Kickstarter, který od svého vzniku až po srpen roku 2016 vybral více než 2,5 milardy dolarů a podpořil více než 314 776 projektů. Z celkového počtu projektů, které byly spuštěny kampaní Kickstarter bylo úspěšných právě 111 183, což činí 35% úspěšných podnikatelských projektů. Nejúspěšnější projekty získaly zhruba 10 tisíc dolarů prostřednictvím této kampaně. Kickstarter k propagaci a zviditelnění nevyužívají pouze mladí podnikatelé či startupy, využívají ho zejména umělci, muzikanti či návrháři (Kickstarter, 2016).

V České republice vzniklo několik crowdfundingových platforem podobných jako je i právě zmíněný Kickstarter. Největším portálem je HitHit.cz, který je na trhu již třetím rokem a v lednu roku 2015 zaslal svým projektům více než 16 milionů Kč. Druhým

významným portálem je Startovač.cz, kde byl i známý projekt Trabantem napříč Tichomořím, který na začátku roku 2015 vybral více než 2 milióny Kč. Mezi další známé portály patří: Peněždroj.cz, Kreativcisobe.cz a Nakopni.me. Významným crowdfundingovým portálem byl i Fondomat, který byl založen v roce 2011, ale následně se přesunul z Prahy do Londýna, a tak byl roku 2015 oficiálně ukončen (Crowder, 2016).

3.6 Podpora začínajících malých podniků

Malé a střední podniky patří v České republice mezi jedny z nejvýznamnějších. Určují směr, jakým se bude ekonomika vyvíjet a zároveň dokážou působit ať už přímo, tak i nepřímo na velké podniky co se týká zvýšení efektivnosti a inovací. Evropská unie podporuje tento sektor, jelikož ho považuje za hnací motor inovací, zaměstnanosti a sociální integrace. Malé a střední podniky hrají hlavní roli v oblasti vytváření nových pracovních míst, čímž přispívají k blahobytu společnosti a rozvoji celé ekonomiky. Je důležité si uvědomit, že malé podniky se často setkávají s potížemi v oblasti financování, jelikož je zde poměrně vysoké riziko spojené s investováním do malých podniků.

Malé a střední podniky vytváří pracovní příležitosti více jak 80 milionům občanům Evropské unie. Zároveň tyto podniky zastupují 99 % evropských firem a podílí se na 60 % HDP Evropské unie. Také jsou označovány jako páteř evropské ekonomiky, jenž vytváří zhruba 70% všech pracovních míst. Není tak náhodou, že podpora malých a středních podniků je prioritou Evropské unie. „*V České republice je největší počet drobných podnikatelských subjektů na počet obyvatel v celé Evropské unii*“ (Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 38).

3.6.1 Podnikové inkubátory a technologické akcelerátory

Jednou z možností podpory malých a středních podniků skrze nefinanční formu se řadí podnikové inkubátory a technologické akcelerátory. Hlavní účel podnikatelských inkubátorů spočívá v poskytnutí podpory začínajícím podnikům za zvýhodněných podmínek, jež jsou koncentrovány na jednom místě po omezenou dobu (Srpková, Řehoř a kol., 2010, s. 105).

Podnikové inkubátory

Podnikatelské inkubátory jsou zařízení určená pro začínající podnikatele. Jejich úloha spočívá v přípravě mladých a nadějných podniků na samotný život. Koncept inkubátorů je založen na odborné pomoci v počáteční fázi vývoje firmy a na poskytnutí zázemí podnikatelům, z důvodu klidného růstu firmy. Začínající podnikatelé tak ušetří své finanční prostředky na vybavení kanceláře, nájmem, na nákladech spojených se servisními a administrativními službami. Mladí podnikatelé získávají i konzultace, které jsou spojené například s náborem nových zaměstnanců či získáváním nových zakázek. Snížení těchto nákladů umožní mladé firmě brzy generovat zisk, který tak mohou investovat do dalšího vývoje. Díky podnikatelskému inkubátoru se inovační firmy setkávají a mohou se navzájem inspirovat a vyměňovat si své dosavadní zkušenosti (Ipodnikatel, 2011).

Dělení inkubátorů v České republice dle agentury CzechInvest

- Technologický inkubátor VUT
- Podnikatelský inkubátor Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci
- BIC Ostrava
- Technologické a inovační centrum Zlín
- Akademické a univerzitní centrum Nové Hrady
- Třeboňské inovační centrum
- Vědeckotechnologický park Ostrava
- BIC Plzeň
- Podnikatelské a inovační centrum Severní Čechy
- Inovacentrum
- Technologické centrum Hradec Králové
- Technologické inovační centrum ČKD Praha
- Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání
- Centrum podpory inovací VŠB - Technické univerzity Ostrava

(CzechInvest, 2016).

Technologické akcelerátory

Technologické akcelerátory jsou obdobou podnikatelských inkubátorů, ale zahrnují finanční výpomoc obvykle za podíl ve výši 5 – 10 %. Tato finanční pomoc je považovaná za smart money obdobně jako u investic business angels.

Přehled českých akcelerátorů

- **JIC StarCube** - zaměřuje se na podporu startupů zdarma alespoň zpočátku. Týmy se musí kvalifikovat a zároveň přesvědčit ostatní, že se do nich vyplatí investovat jak čas, tak prostor. Týmy, které jsou vybrány, získají na půl roku pracovní prostor v Brně. Nevýhoda spočívá v tom, že uchazeči musí mít svůj projekt vyzkoušený přímo na trhu, aby mohli do StarCube vůbec vstoupit. JIC Starcube nepožaduje zpočátku podpory nic, ale následně se absolventi budou podílet maximálně 5 % ze získaných následných investic.
- **StartupYard** – jedná se o tříměsíční akcelerátor, který patří mezi nejznámější akcelerátory vůbec. Během tříměsíční výpomoci a přístupu k technologiím od IBM, Gooddata a Seznamu.cz chce na oplátku 5 % podíl ve firmě a dalších 5 % za investici ve výši 10 000 dolarů. Startup Yard poskytuje týmům kompletní zázemí včetně ubytování.
- **Node 5** – tento projekt propojuje coworking a mentoring s funkcí akcelerátoru. Nabízí týmům pracovní prostor a vědomosti pro začínající technologické společnosti. Na oplátku požaduje měsíční platbu od 330 Kč za využívání prostor a pomoc od mentorů. Plný přístup do Node 5 stojí firmu 3 500 Kč měsíčně.
- **TechSquare** – poskytuje zázemí jak jednotlivcům, tak i celé společnosti. Mezi další nabízené služby patří mentoring, kontakty na investory a vstupy na pořádané akce TechSquare zdarma. Přístup do TechSquare stojí firmu za jedno pracovní místo v open space 3 900 Kč (Flek, 2014).

3.7 Metody hodnocení efektivity investic

Při posuzování způsobu realizace investic je zapotřebí vymežit jejich cíl a funkci. Nejprve je nutné rozlišit dvě odlišné etapy, které sice vykazují jisté známky závislosti mezi sebou, ale odlišují se informačními podklady. První etapa se zaměřuje na věcné zhodnocení investic, kde hlavní cíl spočívá v posouzení efektivity jednotlivých variant a následně výběr té varianty, která předpokládá z dlouhodobého hlediska nejvyšší zhodnocení kapitálu. Druhou navazující etapou je rozhodnutí o způsobu financování investice (Král, 2002).

Podstata a postup

Pod pojmem investice si lze představit jakousi odloženou spotřebu, která byla založena za účelem získání budoucích užiteků. Investice charakterizuje jednorázově vynaložené finanční zdroje, které budou následně přinášet peněžní příjmy během delšího časového období. Investor bere v potaz riziko a zároveň dobu, za kterou budoucí výnos získá (Synek, 2002).

Synek (2002) uvádí při posuzování investic následující rozhodující kritéria:

- **výnosnost** – jedná se o vztah mezi výnosy a náklady, tedy o výnosy, které investice za svou existenci přinese a zároveň náklady které jsou na investici vynaloženy v době pořízení,
- **doba splacení** – jedná se o rychlost přeměny investice zpět do peněžní formy,
- **rizikovost** – znázorňuje stupeň nebezpečí, kdy se očekává, že výnosu nebude dosaženo.

Jako ideální stav lze považovat investici, která je vysoce výnosná a zároveň bezriziková s krátkou dobou návratnosti vložených finančních prostředků. Investiční hodnocení porovnává náklady na investici s očekávanými budoucími výnosy. Pod výnosem si lze představit přírůstek zisku po zdanění a odpisu, které se firmě navracejí v podobě prodaných výrobků.

Synek (2002) uvádí 4 následující kroky při hodnocení efektivnosti investic:

- **Určení kapitálových výdajů**

Za kapitálové výdaje jsou považovány výdaje, které bezprostředně souvisí s investičním projektem. Do této kategorie lze zahrnout i tzv. utopené náklady. Výdaje jsou složeny z ceny pořízení investice, dopravného, náklady spojené s instalací a to včetně projektové dokumentace. Vlastními náklady lze oceňovat pouze v případě, že byl hmotný majetek pořízen ve vlastní režii. V praxi je nutné brát v potaz i vliv času a inflaci, jelikož z důvodu působení těchto dvou faktorů dochází často k podhodnocení těchto investic.

- **Odhad budoucích peněžních příjmů**

Odhad budoucích peněžních příjmů je daleko obtížnější na rozdíl od kapitálových výdajů, jelikož zde působí nespočetné množství vlivů. Mezi tyto vlivy patří např. působení inflace, času a měnících se podmínek na trhu. Tyto faktory tak zvyšují riziko, že očekávaných budoucích příjmů nebude dosaženo. Celkové peněžní příjmy z investic jsou závislé na tržbách, díky kterým lze následně vypočítat cash flow.

- **Určení diskontní míry v podniku**

Kapitál sebou nese jisté zatížení, které se při hodnocení investic musí zohlednit. Prvním způsobem financování investic je financování vlastním kapitálem, kdy je jako náklad považován výnos z kapitálu stanovený specifickými postupy. Jedná se o způsob financování, kdy je zadržován zisk nebo emise akcií. V tomto případě manažer musí odhadnout alespoň takovou výnosnost, aby byla udržena dosavadní hodnota akcií. Určení diskontní míry lze i s využitím modelu CAMP, kdy manažer vychází z bezrizikové úrokové míry, koeficientu beta a průměrné tržní výnosnosti akcií. Druhým způsobem financování investic je financování prostřednictvím cizích zdrojů, kdy jsou za náklad považovány úroky z úvěru. Většina podniku využívá kombinovaný způsob financování, tedy vlastními, ale zároveň cizími zdroji. Vlastní i cizí kapitál musí být oceněn v tržních cenách. V zásadě tedy platí, že čím se jedná

o rizikovější projekt či investici, tak se musí diskontovat vyšší úrokovou mírou než u projektu, který je méně rizikový.

- **Výpočet současné hodnoty očekávaných peněžních příjmů (cash flow)**

Očekávané příjmy z investic jsou závislé na plynoucí posloupnosti v závislosti na řadě let. Důležitým působícím faktorem je zde čas, díky kterému je hodnota investice v peněžním vyjádření dnes cennější než v budoucnu. Z důvodu plynoucích výnosů v delším časovém období je nutností přepočítání na stejnou časovou míru, tedy rok, v němž byla investice pořízena. Budoucí hodnota se tedy přepočítává na současnou hodnotu.

Techniky pro vyhodnocení investic

Při hodnocení efektivnosti investic je potřeba si zvolit vybrané kritérium, podle něhož se bude daná investice posuzovat. Takovýmto kritériem mnohých podniků bývá snížení nákladů, zvýšení výroby či realizování zisku. Nákladové kritérium lze využít v případě, že chce podnik snížit výrobní náklady investice, pokud chce ovšem podnik zvýšit svůj zisk, pak použije kritérium ziskové. V případě hodnocení očekávaných investičních peněžních toků se vychází z výnosového kritéria (Brealey, 2000).

Dle odborné literatury se metody pro vyhodnocení investic dělí:

Statické metody

Statické metody neberou v potaz vliv působení času. Tento typ metody se nejčastěji využívá u projektů s nízkou dobou životnosti, u méně důležitých projektů či u projektů, kdy diskontní faktor je nízký (Synek, 2002).

- **Průměrná rentabilita investičního projektu**

Mezi tradiční metody lze zařadit průměrnou rentabilitu investice neboli výnosnost investice. Investice se porovnává s průměrným ročním ziskem po zdanění a zůstatkovou cenou majetku. Tento vztah je dán následujícím vzorcem:

$$PV = \frac{\sum_{n=1}^N Z_n}{N * PZC}$$

kde:

PV = průměrná výnosnost,

Z = zisk z investice po zdanění,

N = doba životnosti

PZC = průměrná zůstatková cena majetku,

n = jednotlivá léta životnosti.

(Střeleček, 2010).

Tato metoda shrnuje roční zisk, a z tohoto důvodu ji lze aplikovat na investiční varianty s rozdílnou dobou životnosti, ovšem za podmínky, že varianty musí zabezpečovat stejný objem produkce. Vhodnější varianta investice je zvolena na základě výpočtu, z kterého je následně zjištěna vyšší průměrná výnosnost. Zda podnik přijme či nepřijme projekt, se odvíjí od skutečnosti, zda je zjištěná rentabilita dané varianty alespoň taková, jaká je současná rentabilita firmy. Tato metoda hodnocení investičních projektů je často považována za méně vhodnou metodu a to z důvodu: zisky z různých let hodnotí stejně, nezohledňuje rozsah projektu, nebere v potaz odpisy jako součást peněžních příjmů z investice a opírá se o účetní zůstatkové hodnoty (Valach, 2010).

- **Doba návratnosti**

Jedná se o jednoduchou metodu, která je velmi často používanou metodou. Doba návratnosti investic lze vyjádřit matematickým vztahem:

$$K = \sum_{n=1}^{DN} (Z_n + O_n)$$

kde:

K = počáteční kapitálový výdaj,

Z = roční zisk z investice po zdanění,

O = roční odpis investice,

n = jednotlivé roky doby životnosti investice,

DN = doba návratnosti.

Ze zjištěné doby návratnosti nelze stanovit, zda je projekt pro podnik výhodný či nikoliv, jelikož výsledek musí být porovnán s dobou návratnosti, která je požadována

podnikem. Pokud bude vypočtená hodnota doby návratnosti nižší, pak je projekt pro daný podnik přijatelný. Doba návratnosti udává dobu, za kterou zisky z investic pokryjí vložené kapitálové prostředky. Mohou nastat tři možnosti: doba návratnosti je rovna době životnosti (výnosnost je tedy nulová), doba návratnosti je kratší než doba životnosti (projekt lze realizovat), doba návratnosti je delší než doba životnosti (výnosnost je záporná, tudíž podniku není doporučeno realizovat projekt) (Střeleček, 2010).

Dynamické metody

Dynamické metody neberou v úvahu vliv působení času. Základ spočívá v diskontování veškerých vstupních parametrů použitých pro výpočet. V diskontním faktoru je ovšem zohledněno jak působení času, tak i působení rizika (Kislingerová, 2010).

- **Čistá současná hodnota**

Dle Valacha (2010) lze čistou současnou hodnotu vymezit jako rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy z investičního projektu a zároveň diskontovaným kapitálovým výdajem na projekt. Pro výpočet je nutné vymezit, zda se jedná o investici s jednorázovým kapitálovým výdajem nebo investici s kapitálovým výdajem ve více obdobích (Valach, 2010).

1) Čistá současná hodnota s jednorázovým kapitálovým výdajem

$$\text{ČSH} = \sum_{n=1}^N \frac{P_n}{(1+i)^n} - K$$

kde:

P_n = peněžní příjem z investice,

i = požadovaná výnosnost,

N = doba životnosti,

K = kapitálový výdaj.

2) Čistá současná hodnota pro investici s kapitálovým výdajem ve více obdobích

$$\text{ČSH} = \sum_{n=1}^N \frac{P_n}{(1+i)^{n+T}} \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+i)^{t-1}}$$

kde:

T = doba výstavby,

t=rok výstavby

(Střeleček, 2010).

Čistá současná hodnota patří mezi nepoužívanější dynamickou metodu, jelikož udává jasný výsledek spolu s rozhodovacími kritérii. Tato metoda je považována za nejlepší způsob hodnocení efektivnosti investic, jelikož bere v úvahu: časovou hodnotu peněz, výsledky v portfoliu investic lze sčítat, závisí pouze na budoucích peněžních tocích a alternativních nákladech kapitálu. U této metody je zejména kladen důraz na faktor času, rizika a s ním spojený časový průběh daného investičního projektu. Za slabinu metody čisté současné hodnoty lze považovat pouze absolutní výsledek ze zpracování informací, čímž může dojít ke zkreslení. Doporučeno je tedy propojit k této metodě metodu vnitřního výnosového procenta, která zohledňuje relativní pohled na tuto situaci (Kislingerová, 2010).

- **Vnitřní výnosové procento**

Další dynamickou metodou je metoda vnitřního výnosového procenta, kterou lze definovat jako takovou úrokovou míru, při níž současná hodnota toku čistých příjmů se rovná vstupnímu investičnímu výdaji (Levy, Sarnat, 1999).

1) Vnitřní výnosové procento pro investici s jednorázovým kapitálovým výdajem

$$\sum_{n=1}^N \frac{P_n}{(1+i)^n} = K$$

kde:

i = vnitřní výnosové procento

P_n = peněžní příjem z investice

N = doba životnosti

K = kapitálový výdaj

2) Vnitřní výnosové procento pro investici s kapitálovým výdajem ve více obdobích

$$\sum_{n=1}^N \frac{P_n}{(1+i)^{n+T}} = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+i)^{t-1}}$$

kde:

T = doba výstavby,

t = rok výstavby.

(Střeleček, 2010)

Na základě výpočtu lze určit za přijatelné ty investice, které vyjadřují vyšší úrok, než je požadovaná minimální výnosnost investičního projektu. Také by měla platit situace, kdy výsledek vnitřního výnosového procenta by měl být shodný s čistou současnou hodnotou (Petřík, 2009).

Pro zjištění vnitřního výnosového procenta se nejprve odhadne jeho hodnota a následně se z odhadnuté úrokové míry vypočte čistá současná hodnota. Mohou nastat tři situace:

- 1) Pokud je čistá současná hodnota větší než 0, tak se použije nová vyšší úroková míra a pro ni se znovu vypočte čistá současná hodnota. Pokud čistá současná hodnota nevyjde menší než 0 tak se opět zvýší úroková míra a výpočet se opakuje.
- 2) Pokud čistá současná hodnota vyjde menší než 0, tak se použije nižší úroková míra a pro ni se znovu vypočte čistá současná hodnota. Pokud čistá současná hodnota nevyjde větší než 0, opět se sníží úroková míra a výpočet se provede znovu.

- 3) Pokud je čistá současná hodnota rovna 0, pak je úroková míra rovna vnitřnímu výnosovému procentu a následně se odhaduje pomocí lineární interpolace.

Odhad vnitřního výnosového procenta pomocí lineární interpolace

$$VVP = i_n + \frac{\check{C}SH_n}{\check{C}SH_n - \check{C}SH_v} * (i_v - i_n)$$

kde:

i_n = nižší diskontní sazba,

i_v = vyšší diskontní sazba,

$\check{C}SH_n$ = čistá současná hodnota pro nižší diskontní sazbu (kladná),

$\check{C}SH_v$ = čistá současná hodnota pro vyšší diskontní sazbu (záporná).

(Střeleček, 2010)

- **Index ziskovosti**

Index ziskovosti je také často označován jako index čisté současné hodnoty. Tento index je dalším kritériem hodnocení efektivnosti investic, je to jakýsi relativní ukazatel, který vyjadřuje poměr očekávaných diskontovaných peněžních příjmů z projektu ke kapitálovým výdajům (Valach, 2010).

$$I_z = \frac{\sum_{n=1}^N \frac{P_n}{(1+i)^n}}{K}$$

kde:

P_n = očekávané budoucí příjmy plynoucí z investice,

i = požadovaná výnosnost,

K = kapitálový výdaj,

N = doba životnosti projektu,

n = jednotlivá léta životnosti projektu.

Index ziskovosti představuje podíl diskontovaných peněžních příjmů a výdajů. V případě, že index ziskovosti dosahuje vyšších hodnot než 1, pak je projekt přijatelný, což znamená, že čistá současná hodnota je pozitivní. Na druhou stranu v případě, že index rentability je menší než 1, pak se jedná o zápornou čistou současnou hodnotu. Toto

kritérium je vhodné použít při rozhodování ve výběru z několika investičních variant projektů. Účel nespočívá v přijetí všech projektů, které mají pozitivní čistou současnou hodnotu, ale jen těch projektů, které jsou kryty kapitálem a přinesou podniku co nejvyšší čistou současnou hodnotu (Valach, 2010).

Nákladové metody

Tyto metody vycházejí z kritéria úspory nákladů z projektu. Existují dva typy metod, a to buď metoda průměrných ročních nákladů, nebo metoda diskontovaných nákladů. Zmíněné metody byly využívány spíše v minulosti ve spojitosti s centrálně řízenou ekonomikou.

- **Metoda průměrných ročních nákladů**

Tato metoda porovnává průměrné roční náklady srovnatelných investičních variant projektů. Spojujícím prvkem je v tomto případě myšlen stejný rozsah produkce za stejné ceny. Za nejvýhodnější variantu je považována varianta, která má nejmenší průměrné roční náklady. Za předpokladu konstantních provozních nákladů a rovnoměrného odepisování lze vycházet ze vztahu:

$$R = O + i * J + V$$

kde:

R = roční průměrné náklady varianty,

O = odpisy za rok,

i = požadovaná výnosnost,

J = investiční náklad,

V = ostatní roční provozní náklady.

(Valach, 2010).

- **Metoda diskontovaných nákladů**

Metoda je založena na obdobném předpokladu jako metoda průměrných ročních nákladů ovšem porovnává souhrn investičních a diskontovaných provozních nákladů vzhledem k jednotlivým variantám projektu. Nejvýhodnější variantou je varianta s co nejnižšími diskontovanými náklady.

$$D = J + \sum_{n=1}^N V_n$$

kde:

D = diskontované náklady projektu,

J = investiční náklad,

V_n = diskontované ostatní roční provozní náklady,

n = jednotlivá léta životnosti,

N=doba životnosti.

(Valach, 2010)

4 Praktická část

4.1 Charakteristika společnosti Angee Technologies

Společnost Angee Technologies byla založena v červnu roku 2015, ale přesto nápad se zrodil již o něco dříve. Vize byla taková, že společnost CLEEVIO s.r.o. propojí své dosavadní zkušenosti v oblasti mobilních aplikací se společností JABLOTRON GROUP a.s., která působí na trhu již 26 let a zaměřuje se především na zabezpečovací systémy. Rozdílné úhly pohledů měly za následek rozchod obou společností s možností následné koupě celého týmu Angee společností JABLOTRON GROUP. Tým Angee chtěl ve své vizi ale dále pokračovat i za cenu, že zpočátku bude muset do svého nápadu investovat nejen veškerý svůj volný čas, ale i své vlastní finance (Meetangee, 2016).

Společnost Angee Technologies je mladou technologickou společností, která svou činnost směřuje na inovativní řešení v oblasti zabezpečovacího zařízení celé domácnosti. Oblasti, ve kterých se společnost angažuje, představují trh, který prochází dynamickým růstem. Pokusit se prosadit v této oblasti jistě nese ruku v ruce mnoho hrozeb, ale zároveň i příležitostí. Angee jako takové vyvíjí vlastní řešení, jenž kombinuje online služby s vlastním hardwarem a softwarem. Svou unikátnost si zaslouhuje zejména tím, že nabízí svým zákazníkům automatizované řešení bezpečnosti v domácnostech. Projekt Angee má tým 25 zaměstnanců, kteří jsou situováni jak v Praze, tak ale i v USA. Vize společnosti spočívá v expanzi na největší trh na světě tedy USA a dále postupně expandovat na trhy další (Meetangee, 2016).

4.1.1 Předpoklady k úspěchu v podnikání

V dnešní době existuje řada bezpečnostních systémů, které využívají zejména domácnosti či firmy. Důležitým faktem je, že řada z nich není dostatečně sofistikovaná a vhodná zejména pro uživatele v domácnostech. Z hlediska světového měřítka každých 13 sekund je zaznamenána loupež v domě a to i přesto, že řada domácností již bezpečnostní alarm vlastní. Z tohoto zjištění plyne, že právě 41 % případů uvedlo jako

hlavní důvod nedostatečné zabezpečení alarmu v důsledku složitého nastavení a následné manipulace (Meetangee, 2016).

Společnost Angee Technologies si nechala zpracovat analýzu od Americké Univerzity Notre Dame, která potvrdila unikátnost a zároveň výjimečnost řešení bezpečnostního zařízení Angee. Předpověděla následně růst trhu s inovativními řešeními v měřítku 144 % nárůstu ročně, což následně dosáhne velikosti zhruba 8 miliard dolarů v následujících pěti letech. Celkový trh v oblasti zabezpečení domácnosti bude v roce 2021 předpovídat 25 miliard dolarů (Meetangee, 2016).

O bezpečnostní zařízení Angee je bezesporu veliký zájem, jelikož v kampani Kickstarter si jej předobjednalo v listopadu roku 2015 více než 1500 zákazníků a bylo tak vybráno bezmála více jak 500 tisíc dolarů z celého světa. Společnost se v současné době soustředí na vývoj a následný vstup na trh. Tým Angee se v tuto chvíli snaží získat externí investici v minimální výši 2 miliony dolarů, což by usnadnilo rozšířit tým o další mladé talenty, vybudovat marketingový tým, zvýšit pracovní kapitál potřebný pro financování výroby a zajistit tak potřebný rozpočet pro následující prodej a marketing (Kickstarter, 2016).

4.1.2 Problematika financování z pohledu startupu

Za neodmyslitelnou součást při zrození jakéhokoliv nápadu či projektu stojí finance, které jsou potřebné nejen zpočátku, ale i v průběhu celého vývoje a následně růstu podniku. Startupy jako takové jsou často spojovány v kontextu s inovacemi, tudíž financování z vlastních kapes by si mohl dovolit jen málokdo. Startupy nesou ruku v ruce velké finanční zatížení a jejich návratnost může trvat až několik let. Startupy jsou často zakládány právě studenty či absolventy, kteří nemají dostatečný kapitál, jenž by jim zajistil vývoj a následnou realizaci z vlastních zdrojů.

Lze se setkat s různými přístupy financování, které jsou zpracovány v teoretických východiscích. Při zrození nápadu se nejčastěji jedná o formu samofinancování. Poté pokud se samotný startup osvědčí a začnou v něj věřit kamarádi a rodina, tak jej následně podpoří symbolickou finanční částkou. Od tohoto kroku se následně odvíjí další potenciální

investice, které jsou zprostředkovány buďto prostřednictvím jakýchsi fondů či tzv. andělských investorů. Potřebné finanční prostředky mohou startupy také získat prostřednictvím crowdfundingu, což je čím dál populárnější způsob získání financí a zároveň podpory mladých nadějných talentů.

Důležitou úlohu zde hraje i nefinanční podpora startupu, jenž pomáhá startupům od samého začátku. Tato podpora jim pomáhá s realizací jejich nápadu. Nejčastěji se jedná o podporu v poradenství, mentoringu a předávání know how. V rámci této nefinanční podpory tak mohou startupy zjistit, jak si stojí na trhu, jestli budou fungovat nebo ne, čímž získají zároveň i zpětnou vazbu.

Startup je v dnešní době chápán jako jakási inovace v globálním měřítku, je tedy nesmírně důležité nápad co nejrychleji realizovat a udržet si tak náskok před svými potenciálními konkurenty.

4.1.3 Problematika financování z pohledu státu

Česká republika hledá cesty, jak zajistit příliv peněz do státní pokladny a podpořit tak ekonomický růst. Realita je ale poněkud jiná, jelikož Česká republika ztrácí konkurenční výhodu v podobě nízkých nákladů při porovnání nejen s Čínou, ale i se státy východní Evropy jako je Bulharsko, Litva či Rumunsko (Vag, 2017).

Většina startupů zpočátku financuje své podnikání vlastním kapitálem, avšak ráda by se spojila se strategickým investorem či angel investorem a následně expandovala za hranice. Nicméně veřejnou podporu doposud využilo jen 9 % začínajících podnikatelů z důvodu existence administrativních bariér. Koncem roku 2017 by měl vzniknout tzv. Národní investiční fond, který by měl zjednodušit přístup k veřejné finanční podpoře. Tento investiční fond začne nabízet investice rizikového kapitálu a následně podporu komercializace výzkumu a vývoje (Staszkiwicz, 2017).

Prouza (2017) tvrdí: „*Domácí nápady bohužel často brzdí zbytečné komplikace v podobě administrativních bariér, překážek ve vstupu na zahraniční trhy, nedostatků v elektronizaci veřejné správy či poradenských služeb.*“

Stát by mohl podporovat začínající perspektivní startupy prostřednictvím vlastních fondů založených v závislosti na spolupráci s vysokými školami. Tento tah by byl oboustranně prospěšný jak již z pohledu státu, tak i z pohledu mladých nadějných podnikatelů. Stát by tak získal podíl ve společnosti, současně zvyšoval kvalifikaci podnikatelů, podporoval výzkum a vývoj, což by přispělo nejen k ekonomickému růstu země, ale i prestiži vysoké školy.

Studenti by tak získali potřebné finanční prostředky k uskutečnění nápadu, dále zkušenosti z řad odborníků a zároveň potřebnou praxi, bez které se v dnešní době podnikatel neobejde.

4.2 Podnikatelský plán

4.2.1 Základní myšlenka

Myšlenka jako taková vznikla na základě průzkumu trhu s technologiemi, kdy zakladatelé spatřili díru na trhu s bezpečnostními zařízeními v domácnostech. Řada z těchto bezpečnostních zařízení nesplňuje svůj účel, jelikož svou složitostí a designem často odradí své potenciální uživatele. Zakladatelé společnosti Angee Technologies se uchopili této příležitosti a zároveň výzvy s vidinou toho, že využijí své dosavadní schopnosti a znalosti k vytvoření unikátního automatizovaného bezpečnostního zařízení a zároveň se tak odliší od svých dosavadních konkurentů.

Zabezpečovací systém by měl být především z pohledu uživatele spolehlivý a zároveň komfortní, aby nemusel myslet na to, že je potřeba zařízení zapnout či vypnout. V dnešní době čím dále větší část populace směřuje své preference na designové věci, a tak vzhled takového zařízení v interiéru uživatele hraje velkou roli. Zabezpečení domácností se stává nezbytnou součástí téměř každé rodiny, a tak je důležité, aby tento bezpečnostní systém neobtěžoval členy rodiny, ale naopak by byl ideálním řešením stav, kdy uživatel o zařízení vůbec neví.

Existuje řada bezpečnostních systémů od mnoha výrobců, ovšem vytvoření jedinečného a automatického bezpečnostního systému vše v jednom produktu se zdálo být pro některé vývojaře noční můrou a nebo naopak výzvou. Společnost Angee Technologies v této vidině spatřila výzvu, a tak se snažila přijít na trh s unikátním produktem, který

kombinuje technologii, vzhled a inteligenci, jednoduše se ovládá a automaticky dělá vše co má, tedy postará se o bezpečnost domova.

Myšlenka týmu Angee spočívala ve vytvoření automatizovaného zařízení, které bude nezávislé na uživateli a zároveň mu nabídne i něco více než jen běžná bezpečnostní zařízení. Vytvoření bezpečnostního zařízení Angee v podobě kamery tak zajistí uživateli bezpečnost domova, informuje jej o chodu domácnosti prostřednictvím webu, mobilního telefonu či dokonce prostřednictvím chytrých hodinek. Realizace zařízení Angee spočívala nejen ve vyvinutí kamery, ale zároveň i tzv. asistentky, která zjednoduší každodenní život uživatele. Angee jako asistentka kontroluje diář uživatele, připomíná mu odchod na další schůzku, ihned pozná uživatele po příchodu domů. Hlídá okna a dveře, zaznamenává pohyb, čímž potenciální uživatel docílí větší bezpečnosti svého domova než u běžných kamerových systémů.

4.2.2 Vize projektu

Vize zakladatelů společnosti spočívala ve zjištění a následném spatření díry na trhu v oblasti zabezpečovacích systémů, a tak se rozhodli této příležitosti využít a vytvořit unikátní automatizované zařízení určené domácnostem. Tým vývojářů se snažil vytvořit unikátní a zároveň automatizované bezpečnostní zařízení, jež umožní automatické zabezpečení bytu, ovládání domácnosti hlasem nebo smartphonem a to vše v jednom zařízení. Autoři bezpečnostního systému Angee vycházeli ze statistik, že mnoho vloupání v domácnostech se děje zejména v době, kdy majitelé domu zapomněli zakódovat domácnost před svým odchodem nebo i v době, kdy jsou doma, ale nejsou střeženy všechny prostory domácnosti. Další skupina uživatelů tato zabezpečení nepoužívá, jelikož neví jak nastavení zprovoznit a obsluha je pro ně příliš složitá.

Z průzkumu trhu autoři Angee zjistili, že každých 13 sekund je zaznamenáno loupežné přepadení domu a každé 2 – 3 minuty je ohlášen požár. Dále 37 % domácností uvedlo, že u nich došlo v průběhu roku k vytopení domácnosti. Také bylo zjištěno, že 83 % domácností nevlastní bezpečnostní systém, z důvodu složité obsluhy, neúčinnosti zařízení, složitosti nastavení a neschopnosti adaptovat se na domácnost jako takovou (Meetangee, 2016).

Zakladatelé také vycházeli z Maslowovy hierarchie lidských potřeb viz. obrázek č.1 níže, kde pocit bezpečí je z hlediska důležitosti potřeb lidí hned na druhém místě v žebříčku nedostatkových potřeb. Všeobecně tedy platí, že níže položené potřeby jsou pro člověka významnější a jejich částečné uspokojení je nezbytnou podmínkou pro vývoj potřeb vyšších.

Obrázek 1 Maslowa hierarchie lidských potřeb



Zdroj: MMS spektrum, 2016

Po průzkumu trhu a zjištění nabídky zabezpečovacích systémů na trhu se autoři produktu Angee rozhodli začít s vývojem unikátního automatizovaného zabezpečovacího systému. Vize a následná realizace zařízení spočívala v poskytnutí bezpečnosti uživatelům v jejich domovech a zároveň zajištění kontroly spojené s chodem domácnosti. Prostřednictvím Angee může uživatel v případě naléhavé potřeby přivolat pomoc či vyřešit problém ještě dříve, než se škody jako takové objeví.

Vize týmu Angee spočívala ve vývoji inovativního a netradičního bezpečnostního zařízení, které bude mít jako hlavní úkol zabezpečení domácnosti a s tím spojené i další funkce jako je: zaznamenání pohybu nežádoucí osoby a upozornění na její přítomnost v daném prostoru. Dalším faktorem, na který se autoři chtěli zaměřit a zároveň odlišit od konkurence je rozeznávání lidských hlasů a pořízení videozáznamu. Mezi základní funkce

jež by mělo Angee zvládnout je kontrola teploty a vlhkosti vzduchu. Vidina autorů Angee byla prosadit se na americkém trhu a následně expandovat na trhy další.

4.2.3 Popis produktu Angee

Angee je automatizované zařízení, které má za úkol postarat se o zabezpečení domácnosti. Toto autonomní zabezpečení dokáže přesně rozpoznat, kdo do daného bytu vešel a kdo jej následně opustil. Po vyhodnocení této informace se dále rozhodne, do kterého stavu se přepne, tedy zda se spustí proces automatického zalarmování či dokonce vyhlásí poplach. Dále dokáže detekovat i jiné události, jako je detekce zvuku tříštění skla, případně detekce pohybu pomocí pohybových čidel. V případě alarmu je pořízena videonahrávka, která se následně odešle na server a uživatel je ihned na tuto událost upozorněn. Automatizované zařízení Angee lze ovládat nejen přes smartphone, ale i přes webový prohlížeč, chytré hodinky či dokonce hlasem.

Obrázek 2 Popis Angee zabezpečovacího zařízení



Zdroj: Meetangee, 2016

Specifikace Angee

Angee je bezpečnostní kamera o průměru 8 cm a výšce 14 cm, která má za úkol postarat se o bezpečnost celého domova. Horní hrana s reproduktorem je zkosená

a zároveň vrchní polovina válce se spolu s kamerou a LED diodami otáčí kolem své svislé osy o 360°. Angee je vyrobeno z hliníku, který má zajistit odolnost vůči případnému poškrábání, trvanlivost a samozřejmě jedinečný vzhled. V objektivu je uložena skleněná čočka, jež zajišťuje i noční vidění. Jedná se o autonomní systém, který nevyžaduje ruční nastavení či střežení prostoru, jelikož vše probíhá automaticky.

- **Automatické zabezpečení prostoru**

Zabezpečení si nevyžaduje ruční nastavení v podobě aktivace či deaktivace každodenně, když uživatel odchází či se vrací domů. Senzory na dveřích a oknech zabezpečí domov před nezvanými návštěvami i v případě, že je uživatel doma. V případě, že uživatel nemá k dispozici mobilní telefon, je možné se identifikovat hlasem.

- **Přizpůsobení systému každé domácnosti**

Je nutné sdělit Angee veškeré informace o členech rodiny či domácích mazlíčcích, aby nedošlo k automatickému uzamčení či spuštění nechtěného poplachu. Například v případě, že některý z členů nemá mobilní telefon, tedy dítě, nebo pokud je v domácnosti domácí mazlíček, který se volně pohybuje po domě.

- **Dvoufázové ověření**

Z důvodu vyššího zabezpečení je možné nastavit, že pro deaktivaci střežení je nutné, aby měl u sebe uživatel mobilní telefon a zároveň se ohlásil hlasem. Pokud tedy přijde uživatel domů, tak bezpečnostní tag ihned zaznamená při otevření dveří přítomnost mobilního telefonu uživatele, který následně na Angee promluví.

- **Rozpoznání hlasu**

Angee rozumí řeči a dokáže rozpoznat uživatele domu na základě hlasu. Lze nastavit hlasového heslo v případě nefunkčnosti mobilního telefonu. Angee lze ovládat tedy i hlasem a na pokyn uživatele může např. prohledat webové stránky.

- **Automatická rotace kamery v rozsahu 360°**

Rotace kamery na základě zaznamenání pohybu či na pokyn uživatele.

- **Upozornění na mobilní telefon**

Angee informuje uživatele ihned v případě zaznamenání neobvyklého stavu prostřednictvím mobilního telefonu. Aplikace také umožňuje nastavení zvonění a osoby, kterým má upozornění zaslat (sousedovi, členům domácnosti), kteří následně mohou zavolat policii.

- **Baterie s kapacitou 10 hodin nahrávání a přenosu videa**

V případě, že je vypnutý elektrický proud, Angee ihned informuje uživatele, že je napájeno z baterie a video se tak nahrává do vnitřní paměti.

- **Ukládání dat offline i online**

Offline záznam v délce 1 hodiny v kvalitě HD (vnitřní kapacita 1,5 GB). Cloudové úložiště je zdarma do 1GB, což pro běžný provoz stačí, jelikož video je nahráváno pouze v případě, že se v domě něco děje.

- **Upozornění při výpadku internetu a po jeho obnovení**

- **Obousměrná komunikace**

Zkontrolovat domácnost lze na dálku prostřednictvím mobilního telefonu, webu či chytrých hodinek. S uživateli domácnosti si lze i povídat prostřednictvím zařízení.

- **Přenosné zařízení**

Lze využít jako dětskou chůvičku nebo i jinde.

- **Komunikace s kalendářem**

Upozornění na schůzky, odpověď na telefonní hovor.

- **Nastavení jazyka**

Prozatím je nastavení v angličtině, ale do budoucna se připravuje v němčině, francouzštině a španělštině.

- **Nastavení soukromí**
V případě přítomnosti známých osob je možné kameru automaticky vypnout.
- **Napájení přes micro USB kabel**
- **Měření teploty a vlhkosti vzduchu**
- **Komunikace s dalšími produkty s chytrou domácností**

(Angee zabezpečení domu, 2017)

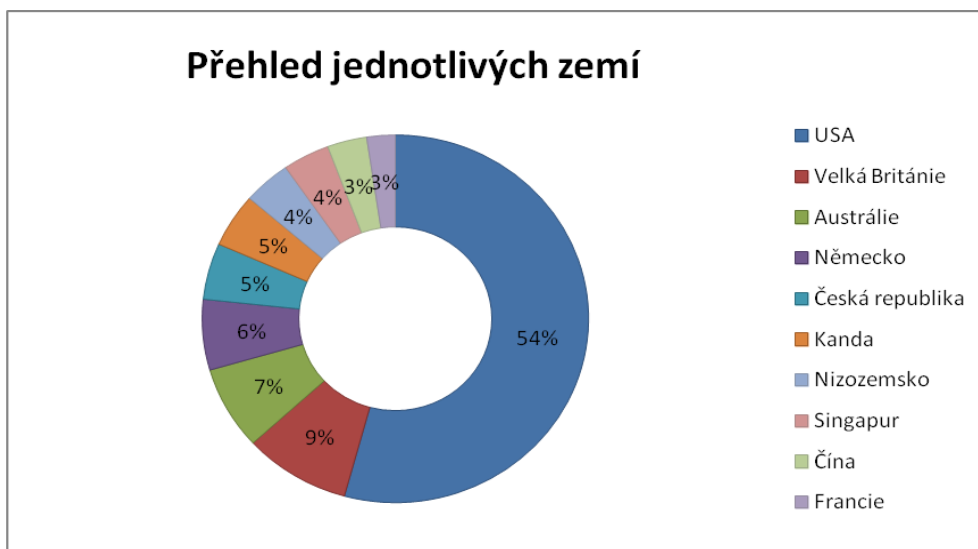
4.3 Uživatelé Angee

Uživatelé Angee jsou reální zákazníci, kteří si bezpečnostní zařízení Angee předobjednali prostřednictvím kampaně Kickstarter. Na základě předprodeje je zřejmé, že je o Angee veliký zájem, jelikož si jej po spuštění kampaně zakoupilo 1512 zákazníků ze všech koutů světa, a to v různých věkových kategoriích. Je ovšem nutné podotknout, že doposud Angee ještě nezačalo přímý prodej prostřednictvím distributorů, ale je zřejmé, že vzbudilo velké ohlasy uživatelů.

4.3.1 Uživatelé z geografického hlediska

Bezpečnostní zařízení Angee si může pořídit kdokoli bez ohledu na zemi či věkovou hranici uživatele. Zařízení Angee bylo navrženo tak, aby bylo globální a zároveň nemělo žádné omezení a mohla ho používat široká veřejnost. Prozatím je Angee nastaveno v angličtině, ale připravuje se již nastavení v němčině, francouzštině a španělštině. Z grafu č.2 viz. níže lze vidět, že nejčastěji si zakoupili zařízení Angee uživatelé z USA. Může to být zejména z důvodu, že americký trh je doslova proslulý, co se týče nástupu nových technologií a inovací, a tak není divu, že lidé po těchto inovativních produktech prahnou. Dále to může souviset i s předpokladem, že lidé v USA vlastní zbraně, a tak jsou si vědomi nebezpečí, které na ně číhá z venku, a tak chtějí ochránit nejen sami sebe, ale i svůj domov.

Graf 2 Uživatelé z geografického hlediska

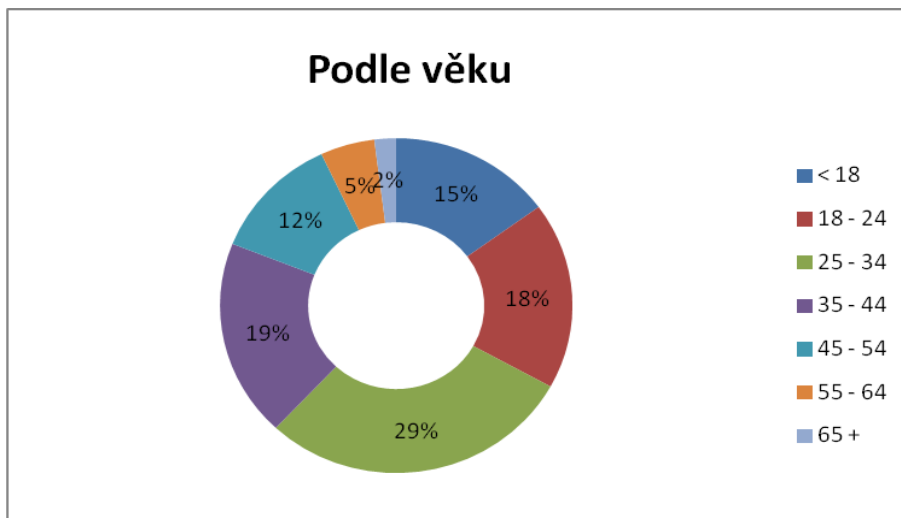


Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

4.3.2 Uživatelé z demografického hlediska

Z demografického hlediska je z grafu č. 3 patrné, že nejpočetnější skupina uživatelů se nachází ve věkové kategorii 25 – 34 let. Jedná se zejména o uživatele, kteří používají denodenně technologie, jež jim usnadňují život. Tito uživatelé zároveň již mají stálý příjem a často zakládají rodinu, s čímž bezprostředně souvisí myšlenka ochránit sebe a veškeré členy v domácnosti. Naopak nejméně zastoupená tedy 2 % je kategorie ve věkové hranici 65 a výše, je to dáno zejména faktem, že starší lidé nevlastní smart telefony a zároveň nejsou dostatečně technicky zdatní.

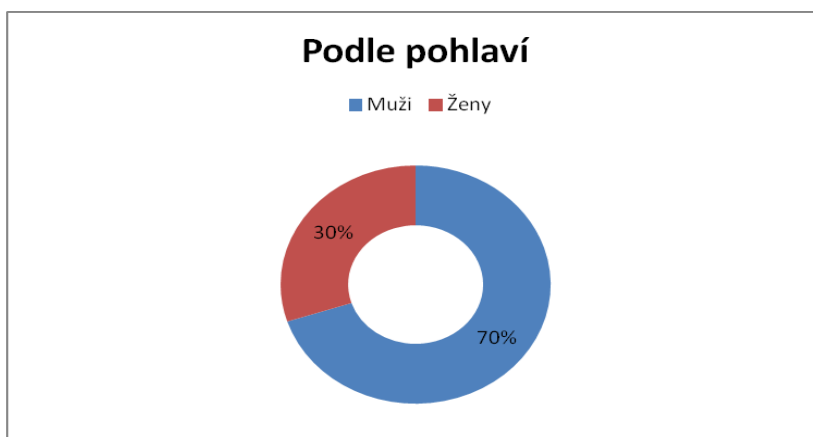
Graf 3 Uživatelé z demografického hlediska dle věku



Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

V závislosti uživatelů v rámci demografického hlediska na pohlaví v grafu č. 4 jasně zvítězila kategorie mužů. Konkrétně 70 % mužů si předobjednalo Angee, což je dáno velkým zájmem o novinky a technologie. Muži rádi zkusí a testují nové technologie a porovnávají je s konkurencí. Na druhou stranu pouze 30 % žen si zakoupilo bezpečnostní zařízení Angee a to primárně z důvodu tzv. chůvičky pro své děti, prostřednictvím které budou moci zajistit jejich bezpečí.

Graf 4 Uživatelé z demografického hlediska dle pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

4.3.3 Uživatele z hlediska kupní síly

Zařízení Angee si žádá počáteční investici, ale následně služby spojené s provozem a úložištěm dat jsou již zcela zdarma. Nezbytnou podmínkou správného fungování Angee v domácnostech je připojení k internetu, se kterým se v dnešní době již setkáme téměř v každé domácnosti. Zařízení bylo vyvinuto pro veškeré věkové kategorie, ale zajisté z hlediska počáteční investice hlavně pro uživatele z rozvojových zemí. Při srovnání Angee s jeho konkurencí v oblasti bezpečnostních systémů jsou zaznamenány na straně konkurence nižší pořizovací náklady, ale následně vysoké náklady na provoz (např. přivolání pomoci prostřednictvím security služby atd.) Dále je důležité, aby si potenciální uživatel uvědomil, že Angee je autonomní systém, který mu následně ušetří mnoho času z hlediska nastavení a manipulace. Angee se bude v průběhu své existence nadále zdokonalovat a vylepšovat své funkce, za což již koncový uživatel dále neplatí.

4.3.4 Cílová skupina

V závislosti na průzkumu uživatelů a potenciálních zákazníků se za cílovou skupinu považují:

- **Lidé ve věku 25 – 50 let**
- **Osoby zaměstnané či samostatně výdělečně činné**
- **Domácnosti s ročním příjmem 50 tisíc dolarů +**
- **Osoby žijící v metropolitní oblasti či velkých městech**
- **Osoby, které vlastní byt či dům se 3 pokoji**
- **Vlastníci rekreačních chatků či domků**

4.4 STEP analýza

Sociálně - kulturní faktory

Zařízení bylo vyvinuto tak, aby jej mohli používat lidé po celém světě, bez potřebných úprav, jež se týkají sociálních či kulturních rozdílů. Na sociálně – kulturní faktory se musí brát zřetel zejména při propagaci v marketingových kampaních.

Prostřednictvím marketingových kampaní lze oslovit širokou veřejnost a zaměřit se zejména na cílovou skupinu potenciálních uživatelů. Cílovou skupinou jsou lidé ve věkové kategorii 25 – 50 let, kde důležitou roli hraje propagace prostřednictvím sociálních sítí či doporučení.

Technologické faktory

Z technologického pohledu je kladen důraz zejména na vývoj, stabilitu a dostupnost kvalitních poskytovaných služeb. Většina finančních prostředků bude využita především do vývoje, s nímž jsou bezprostředně spojené i následné aktualizace a inovace. Angee se bude nadále vyvíjet nejen z pohledu bezpečnostních funkcí, ale bude mít i využití v jiných oblastech, a to zejména v těch, které usnadní běžný život majitele Angee v době kdy je doma. Díky funkci rozpoznání hlasu a připojení k internetu bude možné v budoucnu využít i např. objednání taxiku, donášky jídla, vyhledávání informací, přístup k e-mailu a diáři, ovládání domácnosti apod. Další funkce se budou odvíjet především na základě preferencí zákazníků. Zařízení Angee spolu s aplikací budou následně testovány pro veškerá zařízení, kterými lze bezpečnostní zařízení ovládat, a to: mobilní telefony, tablety a chytré hodinky. Na uživatele nebudou kladeny žádné mimořádné nároky.

Ekonomické faktory

Při realizaci aplikace a následném vývoji samotného zařízení budou mít podstatný vliv na rozvoj celé společnosti právě ekonomické faktory. Bezpečnostní zařízení Angee se nespécializuje na jeden konkrétní trh, ale má své zastoupení v rámci celosvětového měřítko. Tento fakt, kdy se jedná spíše o globální problematiku, může být na jednu stranu výhodou, jelikož pokud nebude prosperovat ekonomika jedné země, může naopak prosperovat ekonomická situace země jiné. Na druhou stranu v rámci globálního měřítko je nutné počítat s tím, že nelze zcela jednoznačně predikovat, jakým směrem se bude vyvíjet ekonomická situace, inflace či míra nezaměstnanosti. Společnost bude mít továrnu v Číně a následně distribuovat produkt po celém světě, je tedy nutné brát zřetel navíc v oblasti měnových kurzů. Je nutné, aby společnost byla připravena i na nejhorší scénáře např. v případě, že by nastala ekonomická krize, která by zapříčinila nedostatek zákazníků. V tomto případě je nutné, aby společnost mohla sáhnout do svých rezerv a využít

mimořádné náklady, jelikož celkový vývoj hardwaru a softwaru představuje vysoké finanční zatížení.

Politické faktory

Mezi politické faktory lze řadit zejména stabilitu zahraniční a národní politické situace, či členství zemí v EU, což nese řadu příležitostí, ale také ohrožení. Důležitou roli zde hraje i regulace exportu, což bude mít dopad na společnost při výrobě v Číně a následné distribuci do celého světa, s čímž úzce souvisí i daňová politika zahrnující cla atd. Politický zásah ze strany státu není v tomto případě pravděpodobný z hlediska omezení vývoje a funkčnosti zařízení Angee. Aplikace musí být ovšem dostatečně zabezpečená z důvodu případného úniku informací.

4.5 Porterův model pěti sil

Konkurenční prostředí má bezprostřední vliv na úspěšnost společnosti na trhu. Je důležité klást důraz na rozbor současných zdrojů konkurence a sílu intenzity jejich působení. Z hlediska konkurenčního ringu je potřeba vymezit, kdo všechno může být konkurentem.

Konkurence v odvětví

Na trhu se lze setkat s řadou bezpečnostních systémů ovšem většina z nich má pouze omezené pole působnosti v rámci regionální popularity či popularity v rámci státu. Konkurenty lze rozdělit na přímé, kteří mají za úkol zabezpečit domácnosti, nebo nepřímé, kteří se specializují na zabezpečení kanceláří, či jiných prostor. Angee představuje unikátní autonomní řešení, které má v první řadě za úkol zabezpečit domácnost. Uživatel zařízení může ovládat mobilním telefonem či hlasem, avšak Angee dokáže uživatele identifikovat na základě zabarvení hlasu. Angee se snaží uživateli šetřit čas prostřednictvím plánování schůzek s jeho kalendářem, informováním ho o situaci v domácnosti atd. Mimo jiné právě Angee dokáže komunikovat i s jinými zařízeními v domácnosti

Mezi největší konkurenty patří: nest cam, canary a piper avšak ani jeden z těchto rivalů nedokáže z hlediska funkčnosti a vynalézavosti konkurovat zařízení Angee. Konkurenti mají zabudovanou kameru, která může natáčet i v režimu nočního vidění, ovšem rotace zařízení je jen omezená, nedokáže se otáčet o 360°. Tito konkurenti

nedokážou rozpoznat, kdy vešel do domu člen rodiny či právě lupič. Rivalita mezi soupeři se projevuje zejména ve snaze odlišit se, být někým jiným a výjimečným. Obchodníci se snaží oslovit své potenciální spotřebitele prostřednictvím marketingových kampaní, různých akcí a slev na produkty. Je důležité neustále sledovat trendy, jak se daný trh vyvíjí a zároveň reagovat na poptávku na trhu.

Noví konkurenti

Noví konkurenti pro společnost nepředstavují velkou hrozbu, jelikož v tomto odvětví jsou vysoké jak vstupní, tak i výstupní bariéry. Dále by museli noví konkurenti disponovat vysokým finančním kapitálem. Mezi určité bariéry, které omezují vstup nových hráčů na trh patří zejména: know how z hlediska hardwaru i softwaru, dále loajalita zákazníků, kapitálová náročnost, legislativní opatření a přístup k distribučním kanálům.

Substituty

V odvětví bezpečnostních systémů neexistuje přímý substitut, a tak hrozba ze strany potenciálních substitutů na trhu s bezpečnostními zařízeními není příliš vysoká. Na trhu se lze setkat s levnějšími čínskými varianty produktů, které jsou spíše jen jednoúčelové a nesplňují požadované vlastnosti, co se týká zajištění bezpečnosti domácností. Konkurenční síla vyplývá z hrozby substitučních výrobků a je ovlivňována zejména: cenami substitučních výrobků a diferenciací těchto substitutů. V rámci zkoumání této síly lze zahrnout i aspekt související s loajalitou zákazníků ke konkrétní značce.

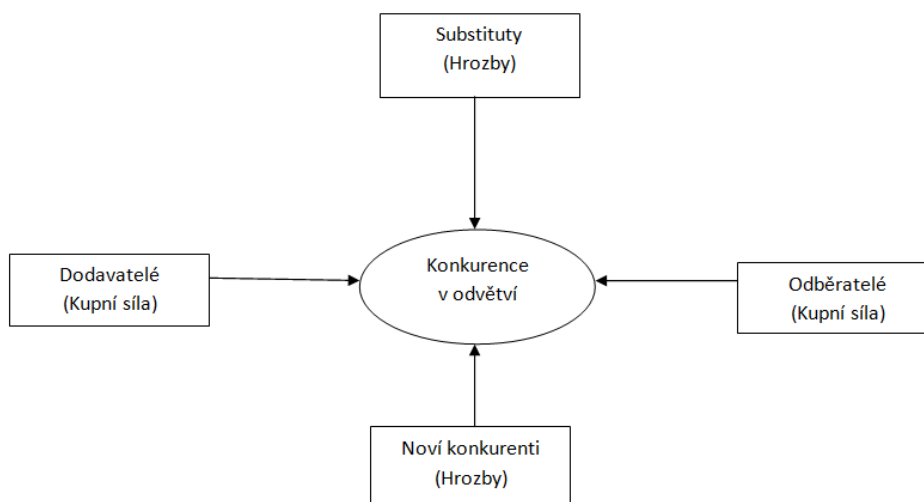
Odběratelé

Kupní síla odběratelů má největší vliv na vývoj společnosti jako takové. Odběratele lze rozdělit zároveň do dvou kategorií, a to na samotné uživatele a obchodní partnery. Z finančního úhlu pohledu zde hrají významnou roli právě obchodní partneři, kteří následně distribuují produkty společnosti. Na druhou stranu je také nezbytné uspokojit potřeby uživatelů, které se odvíjejí od jejich preferencí. Nejčastěji jsou jejich preference spojované s kvalitou poskytovaných služeb či cenou produktu. V případě, že by zákazníci přestali poptávat a nakupovat bezpečnostní zařízení či přešli ke konkurenci, pak toto jednání ohrozí existenci celé společnosti. Aby si společnost udržela své postavení, musí se odlišit od konkurence a zároveň mít náskok nejen ve vývoji a originálním provedením aplikace, ale zároveň i v kvalitě poskytovaných služeb.

Dodavatelé

Vliv dodavatelů z hlediska funkčnosti produktu je výrazný, jelikož jednotlivé komponenty hardwaru se budou vyvíjet v Číně a musí být kvalitně zpracované a odpovídat přísným specifikacím aby spolu se softwarem správně fungovaly. Hrozba může nastat i z hlediska stanovených nevyhovujících smluvních podmínek či vyšších cen než dodavatelé nabízí svým konkurentům. Tím pádem právě dodavatelé mohou způsobit ztrátu podniku prostřednictvím ztráty zákazníků, s čímž souvisí následný přechod ke konkurenci. Vyjednávací sílu dodavatelů je možné zpozorovat při zvyšování cen vstupů, při snižování kvality nebo při nedostačujících službách v důsledku zachování cen.

Schéma 4 Formy podnikání v ČR



Zdroj: vlastní zpracování dle Nývltová, Marinič, 2010, s. 194

Tabulka 4 Hodnotící rastr - rivalita mezi existujícími

Faktor	Hodnocení						
		1	2	3	4	5	
Míra růstu odvětví	nízká	1	2	3	4	5	vysoká
Bariéry vstupu do odvětví	žádné	1	2	3	4	5	vstup téměř nemožný
Rivalita mezi konkurenty	extrémně vysoká	1	2	3	4	5	téměř žádná
Dostupnost substitutů	mnoho substitutů	1	2	3	4	5	žádné substituty
Vyjednávací pozice odběratelů	diktují si podmínky	1	2	3	4	5	podřizují se podmínkám
Technologie	vysoká úroveň technologie	1	2	3	4	5	nízká úroveň technologie
Míra inovací	časté inovace	1	2	3	4	5	téměř žádné inovace
Zákaznický servis	vysoká úroveň	1	2	3	4	5	nízká úroveň

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že míra růstu odvětví je vysoká, jelikož technologie se vyvíjejí každý den a konkurence nikdy nespí. Prosadit se v tomto odvětví nese vysoké zatížení jak z pohledu vstupních, tak i výstupních bariér. Mezi bariéry pro vstup nových hráčů na trh lze zařadit: know how z hlediska hardwaru i softwaru, kapitálovou náročnost, legislativní opatření, přístup k distribučním kanálům a technologické bariéry v podobě patentů a licencí. Důležitou roli zde hrají i bariéry výstupu, mezi které lze zahrnout: závazky nejen vůči zákazníkům a věřitelům, ale také zaměstnancům, citové bariéry, vládní opatření, materiál, produkty a výrobní linky, které nelze využít v případě zkrachování podniku v jiném odvětví.

4.6 Konkurence

4.6.1 Potenciální konkurenti

Mezi potenciální konkurenty lze zařadit bezpečnostní kamery jako je: piper, canary a nest cam. Angee na rozdíl od těchto bezpečnostních kamer není jen pouhou kamerou, ale zároveň automatizovaným bezpečnostním systémem určeným domácnostem. Mezi hlavní přednosti Angee patří: přizpůsobení se každé domácnosti, rozpoznání hlasu uživatele, automatická rotace kamery v rozšahu 360°, baterie s kapacitou 10 hodin nahrávání a přenosu videa, ukládání dat offline i online, komunikace s kalendářem a komunikace s dalšími produkty s chytrou domácností.

Piper

Zařízení piper má za úkol plnit úkoly, které souvisí se zajištěním bezpečnosti domácností. Kamera piper natáčí jak v denním, tak i nočním režimu, ovšem rotace zařízení je omezená pouze na 180°. Zařízení má detektor pohybu, mikrofon a sirénu, prostřednictvím kterých má ochránit domov. Kamera má vestavěnou baterii, a tak je vše kompatibilní na základě bezdrátového připojení (Piper, 2017).

Canary

Canary je bezpečnostní kamera, která využívá detekce pohybu na bázi algoritmu a následně posílá výstrahy. Kamera canary natáčí jak v denním, tak i nočním režimu, ovšem rotace zařízení je omezená pouze na 147°. Do zařízení canary lze stáhnout seznam kontaktů určených pro policii v případě vloupání či požáru. Následně předává policii důkazy o vloupání v podobě záznamu videa a audia, čímž zajistí prioritní péči svým uživatelům. Při zakoupení kamery canary je potřeba si zakoupit i členství, prostřednictvím kterého si může uživatel zálohovat záznamy až po dobu 30 dnů (Canary, 2017).

Nest cam

Kamera nest cam natáčí jak v denním, tak i nočním režimu, ovšem rotace zařízení je omezená pouze na 130°. Společnost vyvinula dva typy kamer, tedy první kamera je určena přímo do interiéru a nahrává nepřetržitý záznam, na který se lze podívat v průřezu celého dne. Druhá venkovní kamera střeží nepřetržitě okolí domova uživatele i v případě deště či slunečního záření. Kamera je odolná vůči dešti a vůči vysokému rozptylu teplot od -20 až do 40°C (Nest, 2017).

4.6.2 Konkurenční výhoda

Konkurenční výhoda spočívá v plně automatizovaném bezpečnostním zařízení, které z hlediska poskytovaných služeb momentálně nemá obdobnou podobu produktu a s tím spojenou konkurenci na trhu. Dalším znakem konkurenční výhody je jednoduchost v nastavení a následném ovládní zařízení. Veškerá data jsou zároveň uložena na cloudu, což momentálně nevyužívá žádné bezpečnostní zařízení. Konkurenční výhodou pro

uživatelé Angee je také fakt, že vynaloží investici do zařízení v podobě koupě Angee, tzn. že jsou potřebné pouze finanční prostředky související s pořízením zařízení. Uživatel již dále nepotřebuje finanční prostředky na obsluhu a provoz ani žádné měsíční poplatky. Společnosti s rozsáhlou historií a působením na trhu se v dnešní době nesnaží vyvíjet podobný produkt, jelikož je pro ně mnohem snazší konkurenční produkt koupit rovnou i s uživateli. Myšlenka velkých společností spočívá v navázání nových služeb a propojení se svými stávajícími, což společnosti následně zajistí vedoucí postavení na trhu. Klíčovým krokem u rychle vyvíjejících se technologií a inovací je expandovat na trh jako první. Riziko spojené s převzetím nápadu malou společností není v tomto případě tak vysoké, jelikož se jedná o komplexní produkt s dlouhodobým životním cyklem. Mezi další faktory, kterými nedisponují malé společnosti patří: finanční prostředky, potřebné know how z hlediska hardwaru a softwaru, patenty či licence, což si malé firmy nemohou dovolit.

4.7 SWOT analýza

SWOT analýza se skládá ze zkratky čtyř anglických slov: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Jedná se o metodu, která se využívá ve strategické analýze. SWOT analýza obsahuje jak silné stránky, tak i slabé stránky a dále také příležitosti a hrozby. Silné a slabé stránky jsou zkoumány v rámci vnitřní situace uvnitř podniku, zatímco příležitosti a hrozby ve vztahu podniku k okolí. Následující tabulka vychází z výstupu analýzy, která je vypracovaná pro podnik Angee Technologies. Výsledkem analýzy by mohla být změna dosavadní strategie, která by vedla ke zlepšení zavedených firemních procesů.

Tabulka 5 SWOT analýza podniku

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Globální působnost • Mezinárodní zákazníci • Potenciální trh je obrovský • Jednoduché nastavení a ovládání zařízení • Vlastní vývoj softwaru • Přizpůsobení systému každé domácnosti • Automatické zabezpečení prostoru • Rozpoznání hlasu • Automatická rotace kamery v rozsahu 360° • Baterie s kapacitou 10 hodin nahrávání • Ukládání dat offline i online • Měření teploty vlhkosti vzduchu • Dvoufázové ověřování - prostřednictvím mobilního telefonu a hlasu • Přenosné zařízení • Levnější náklady na vývoj 	<ul style="list-style-type: none"> • Vysoké finanční zatížení • Fluktuace zaměstnanců • Vysoké vstupní bariéry • Riziko expanze velkých společností na trh • Omezený přístup k distribučním kanálům oproti velkým společnostem • Vysoké výstupní bariéry v odvětví
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • Unikátnost zabezpečovacího zařízení na trhu • Předobjednání produktu prostřednictvím crowdfundingu • Čím dál větším trendem je nákup přes internet • Lidé kupují čím dál více hardware • Lidé si chtějí monitorovat vidozáznamy sami 	<ul style="list-style-type: none"> • Konkurence bude prodávat obdobný produkt za nižší cenu • Zkopírování designu • Poruchovost zařízení a nenávratnost do původního stavu • Únik citlivých informací např. videí

Zdroj: vlastní zpracování dle Management Mania, 2017

Využití silných stránek ve prospěch příležitosti

Aktuálně se Angee Technologies snaží využít silné stránky podniku a zaujmout potenciální uživatele z celého světa. Jednoduchost v nastavení a následném ovládání zařízení oslovilo mnohé uživatele, kteří si zařízení již předobjednali prostřednictvím kampaně Kickstarter. Dokonce výzkum Univerzity Notre Dame potvrdil unikátnost a zároveň výjimečnost řešení bezpečnostního zařízení Angee. Zákazníky zejména oslovila řada funkcí a předností jenž Angee svým uživatelům nabízí. Mezi tyto přednosti se řadí zejména fakt, že Angee dokáže rozpoznat uživatele na základě hlasu, dokáže se přizpůsobit každé domácnosti a může komunikovat s ostatními zařízeními v domácnosti. Zvýšení povědomí značky bylo odstartováno kampaní Kickstarter, prostřednictvím sociálních sítí a následně bylo publikováno mnoho článků v novinách ze všech koutů světa.

Překonání slabých stránek s využitím příležitosti

Společnost se snaží eliminovat vliv slabých stránek působících na podnik a využít je jako příležitosti. Angee Technologies je startup, který drží krok s velkými nadnárodními společnostmi v oblasti technologií. Snaží se motivovat své zaměstnance prostřednictvím různých benefitů a zasloužením si části podílu, čímž projeví důležitost role každého člena v týmu. Z tohoto hlediska fluktuace zaměstnanců není v tento okamžik aktuálním tématem. Nadnárodní společnosti se snaží zaměřit na masu lidí a zajistit si tak vedoucí postavení na trhu, ovšem Angee je propagováno zejména samotnými uživateli na základě doporučení a recenzí, což bude mít do budoucna dlouhodobější charakter působení než jen pouhé spuštění a následné ukončení marketingové kampaně.

Využití silných stránek k odvrácení ohrožení

Alternativou využití silných stránek k odvrácení možných ohrožení je pro Angee Technologies unikátnost automatizovaného bezpečnostního zařízení. Veškerá data se ukládají na iCloud a Angee má unikátní software, který nelze zkopírovat. Z tohoto důvodu noví potenciální konkurenti nemají tolik šancí na úspěch na trhu. O Angee projevilo zájem mnoho zákazníků již prostřednictvím kampaně Kickstarter, kde bylo předobjednáno 1497 kusů.

Minimalizace slabých stránek k odvrácení ohrožení

Minimalizovat slabé stránky se společnost snaží prostřednictvím neustálého zdokonalování softwaru a zajišťováním uspokojení potřeb zákazníků. Společnost si je vědoma nepostradatelného týmu, a tak každý klíčový člen v podniku po čase získá i částečný podíl, díky kterému dojde k eliminaci fluktuace zaměstnanců do jiných podniků. V dnešní době lidé dbají na bezpečí domova, a proto by nemělo být pro podnik hrozbou, že vzroste poptávka po levnějších obdobných produktech, které nebudou splňovat stanovené parametry.

Evaluace strategie

Dosavadní strategie Angee Technologies odpovídá předem stanovené vizi zakladatelů společnosti. Tato strategie lze považovat za růstovou, jelikož software a hardware se neustále zdokonaluje a vyvíjí, o produkt je na trhu zájem. Společnost se

snaží využít svých silných stránek ve prospěch následných příležitostí na trhu. Podnikatelská strategie je založena na unikátním vývoji a jedinečnosti softwaru, čímž získává jistou konkurenční výhodu v odvětví. Mezi konkurenční výhody oproti ostatním rivalům jsou shledány v: automatizaci bezpečnostního zařízení, jednoduchosti v nastavení a následném ovládní, uložení dat na cloudu a identifikaci uživatele v závislosti na rozpoznání jeho hlasu. Dosavadní strategii společnosti není potřeba měnit ovšem vzhledem k současné situaci na trhu by Angee Technologies mělo své silné stránky více propagovat, aby se dostalo do podvědomí potenciálním novým uživatelům. Na základě provedených analýz je společnosti do budoucna doporučeno rozšíření nového produktového portfolia a následné spuštění marketingové kampaně, čímž by se o produktu dozvěděla širší skupina lidí.

5. Vlastní zpracování

5.1. Náklady a výnosy z kampaně Kickstarter

Společnost Angee Technologies zahájila předprodej automatizovaného bezpečnostního zařízení Angee prostřednictvím crowdfundingové kampaně Kickstarter. Díky této kampani získala společnost nejen finanční prostředky na další vývoj, ale také zjistila, že zákazníci mají o bezpečnostní systémy zájem, a tak si následně získala publicitu po celém světě. Kickstarter kampaň byla odstartována dne 15.9.2016 a skončila dne 14.11.2016, tedy byla spuštěna přesně 60 dnů. Celkem podpořilo projekt 1512 podporovatelů, kteří si buď zařízení Angee předobjednali a nebo projekt podpořili symbolickou finanční částkou.

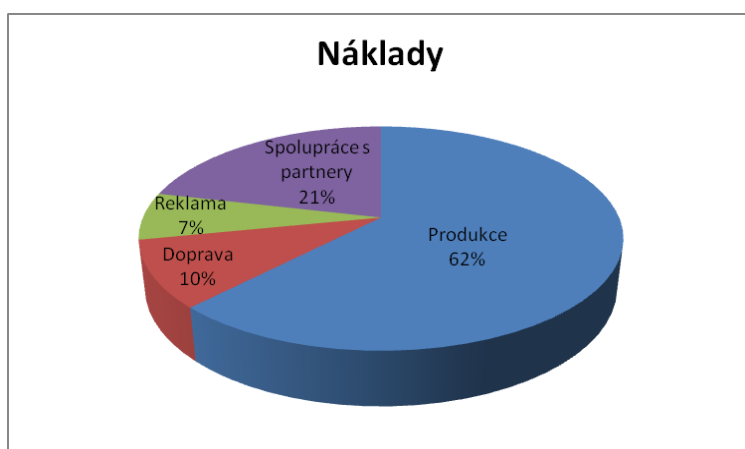
Náklady

Tabulka 6 Náklady vynaložené na kampaň Kickstarter

Náklady	
Produkce	6 699 075 Kč
Doprava	1 039 750 Kč
Reklama	737 100 Kč
Spolupráce s partnery	2 297 175 Kč
Celkem	10 773 100 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

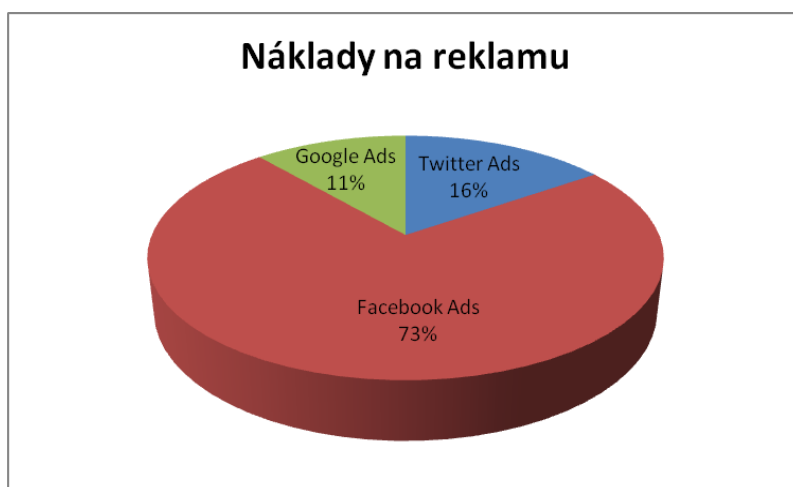
Graf 5 Náklady na kampaň Kickstarter v procentuálním vyjádření



Zdroj: vlastní zpracování, dle Meetangee, 2017

Z výše uvedené tabulky č. 6 a zároveň grafu č. 5 lze spatřit, že největší část nákladů tvoří z 62 % náklady vynaložené na produkci. Bezpečnostní zařízení si zákazníci mohli zakoupit prostřednictvím kampaně za zvýhodněnou cenu, tedy 6975 Kč a získat produkt jako první na trhu. Běžná cena Angee, které si bude následně moci uživatel zakoupit mimo kampaň se vyšplhá na 8725 Kč. Celkem bylo prodáno 1497 ks Angee do všech koutů světa. 21 % nákladů tvoří náklady spojené ve spolupráci s partnery, kteří Angee propagovali a díky čemuž vzrostl následně i zájem dalších zákazníků.

Graf 6 Náklady vynaložené na reklamu



Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Z grafu č. 6 lze spatřit, že nejvyšší náklady z hlediska reklamy společnost vynaložila do sociální sítě facebook a to 73 %. Tento tah byl pravděpodobně proveden z důvodu toho, že na základě sdílení a doporučení příspěvku se zařízením Angee jej spatří široká veřejnost. Další sociální sítí je twitter, prostřednictvím které se šíří žhavé novinky spojené často s novými inovacemi.

Výnosy

Celkem podpořilo projekt 1512 podporovatelů, kteří si buď produkt Angee zakoupili za zvýhodněnou cenu 6975 Kč za kus nebo projekt podpořili finanční částkou 250 Kč. Celkem bylo vybráno z hlediska tržeb 13 277 675 Kč skrze kampaň Kickstarter. Náklady spojené s produkcí, dopravou, reklamou a propagací činily 10 733 100 Kč. Rozdíl mezi tržbami a náklady tvoří zisk, který představuje 2 544 575 Kč. Tento zisk bude použit k rozvoji společnosti a na následný vývoj softwaru.

5.2 Finanční situace startupu

V následující tabulce č.7 a zároveň grafu č.7 jsou shrnuty veškeré náklady, tedy jak měsíční, tak i kumulativní. Náklady jsou rozděleny na: náklady na vývoj, náklady na prodej a ostatní náklady. Dále v tabulce č.8 jsou zachyceny výrobní náklady Angee, prodejní cena a následně vypočtená marže.

Shrnutí nákladů

Tabulka 7 Celkové náklady

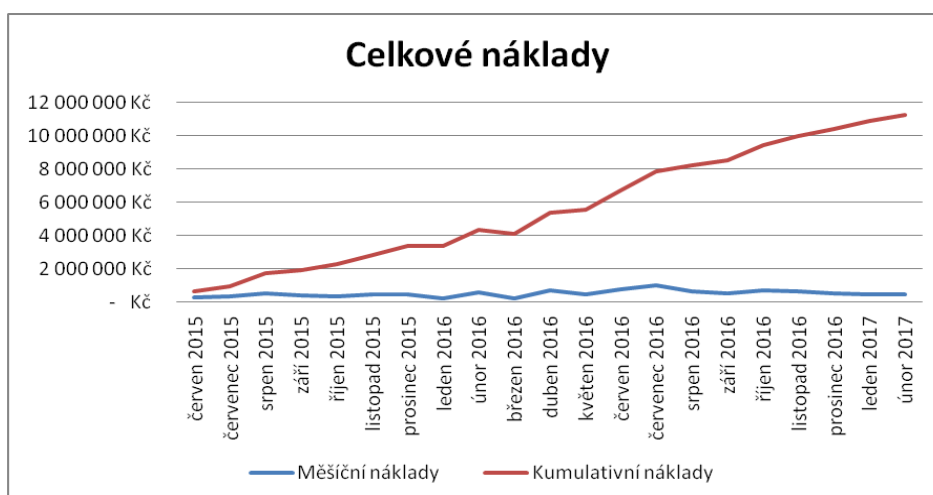
Měsíc	Náklady na vývoj	Náklady na prodej	Ostatní náklady	Měsíční náklady	Kumulativní náklady
červen 2015	205 000 Kč	0	110 000 Kč	315 000 Kč	315 000 Kč
červenec 2015	213 000 Kč	0	114 000 Kč	327 000 Kč	642 000 Kč
srpen 2015	324 000 Kč	0	217 000 Kč	541 000 Kč	1 183 000 Kč
září 2015	245 000 Kč	0	132 000 Kč	377 000 Kč	1 560 000 Kč
říjen 2015	243 000 Kč	0	131 000 Kč	374 000 Kč	1 934 000 Kč
listopad 2015	300 000 Kč	0	162 000 Kč	462 000 Kč	2 396 000 Kč
prosinec 2015	317 000 Kč	0	171 000 Kč	488 000 Kč	2 884 000 Kč
leden 2016	155 000 Kč	0	83 000 Kč	238 000 Kč	3 122 000 Kč
únor 2016	398 000 Kč	0	214 000 Kč	612 000 Kč	3 734 000 Kč
březen 2016	128 000 Kč	0	69 000 Kč	197 000 Kč	3 931 000 Kč
duben 2016	467 000 Kč	0	251 000 Kč	718 000 Kč	4 649 000 Kč
květen 2016	296 000 Kč	0	159 000 Kč	455 000 Kč	5 104 000 Kč
červen 2016	480 000 Kč	0	320 000 Kč	800 000 Kč	5 904 000 Kč
červenec 2016	600 000 Kč	0	387 000 Kč	987 000 Kč	6 891 000 Kč
srpen 2016	428 000 Kč	0	231 000 Kč	659 000 Kč	7 550 000 Kč
září 2016	280 000 Kč	0	220 000 Kč	500 000 Kč	8 050 000 Kč
říjen 2016	320 000 Kč	0	369 000 Kč	689 000 Kč	8 739 000 Kč
listopad 2016	250 000 Kč	0	375 000 Kč	625 000 Kč	9 364 000 Kč
prosinec 2016	290 000 Kč	0	234 000 Kč	524 000 Kč	9 888 000 Kč
leden 2017	316 000 Kč	0	171 000 Kč	487 000 Kč	10 375 000 Kč
únor 2017	289 000 Kč	0	156 000 Kč	445 000 Kč	10 820 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Tabulka č. 7 zachycuje rozložení jednotlivých měsíčních nákladů za celou dobu existence podniku. V tabulce jsou zachyceny náklady na vývoj, které tvoří nejvyšší část nákladů. Do nákladů na vývoj spadají: mzdy zaměstnanců včetně zdravotního a sociálního pojištění a nákup součástek a materiálu. Náklady na vývoj mají rostoucí charakter z důvodu najímání nových pracovníků. Náklady na prodej jsou doposud nulové,

jelikož firma prodej doposud nezačala, ale v následujícím vytvořeném finančním plánu se již s prodejem bude počítat. Mezi ostatní náklady se zejména řadí: pronájem kanceláří, nákup kancelářských potřeb a vybavení prostor, služby a energie a reklama. Z následující tabulky je patrné, že ostatní náklady se až do května roku 2016 pohybovaly okolo částky 200 000 Kč, a od června roku 2016 rapidně vzrostly. Tato skutečnost byla spojena se zvýšením nákladů v podobě propagace a reklamy při spuštění kampaně Kickstarter. Doposud byly vynaloženy na vývoj a realizaci softwaru a hardwaru celkové náklady ve výši 10 820 000 Kč. Na české poměry se na první pohled může zdát, že se jedná o vysoké číslo, ovšem z pohledu amerických startupů se jedná o poměrně malou částku.

Graf 7 Průběh měsíčních a kumulativních nákladů



Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Z povahy společnosti Angee Technologies plyne, že v tento okamžik není potřeba konstrukce účetních výkazů jako je rozvaha nebo cash-flow. Naopak důležitá úloha spočívá ve vysvětlení a následném porozumění fungování startupu z hlediska finanční situace. Každý měsíc společnost vyplácí mzdy a hradí některé další služby spojené s pronájmem a energiemi. Výše zmíněný graf č.7 znázorňuje průběh měsíčních a kumulativních nákladů. V měsíčních nákladech lze vidět malé výkyvy, které souvisejí s rostoucími náklady v době spuštění kampaně Kickstarter. Podrobnější zpracování finančního plánu z hlediska účetních výkazů není potřeba pro tyto účely, ovšem do budoucna se s nimi počítá.

Tabulka 8 Náklady na 1 ks Angee

Náklady na 1 Angee v Kč		
Výroba	3250	87%
Balení	80	2%
Licence	250	7%
Distribuce	170	5%
Náklady na pořízení	3750	
Prodejní cena	8725	
Marže		57%

Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Z tabulky č. 8 je patrné, že náklady na výrobu jednoho kusu zařízení Angee jsou 3750 Kč. Největší část nákladů připadá na výrobu, tedy 87 % a zbylé náklady jsou tvořeny z nákladů na balení, licenci a následnou distribuci. Prodejní cena 1 kusu zařízení je 8725 Kč, což znamená, že má podnik na 1 kusu prodaného zařízení marži ve výši 57 %.

5.3 Finanční plán a vývoj startupu

Po průzkumu trhu v oblasti bezpečnostních zařízení a následného vyhodnocení analýzy od Americké Univerzity Notre Dame v závislosti na průběhu vynaložených nákladů společnosti Angee Technologies lze předpokládat následný vývoj a expanzi podniku na americký trh. Finanční plán byl sestaven od roku 2016 až do roku 2020, kde jsou sestaveny očekávané příjmy a náklady v průběhu těchto let.

5.3.1 Finanční plán

Tabulka 9 Finanční plán v letech 2016 - 2020

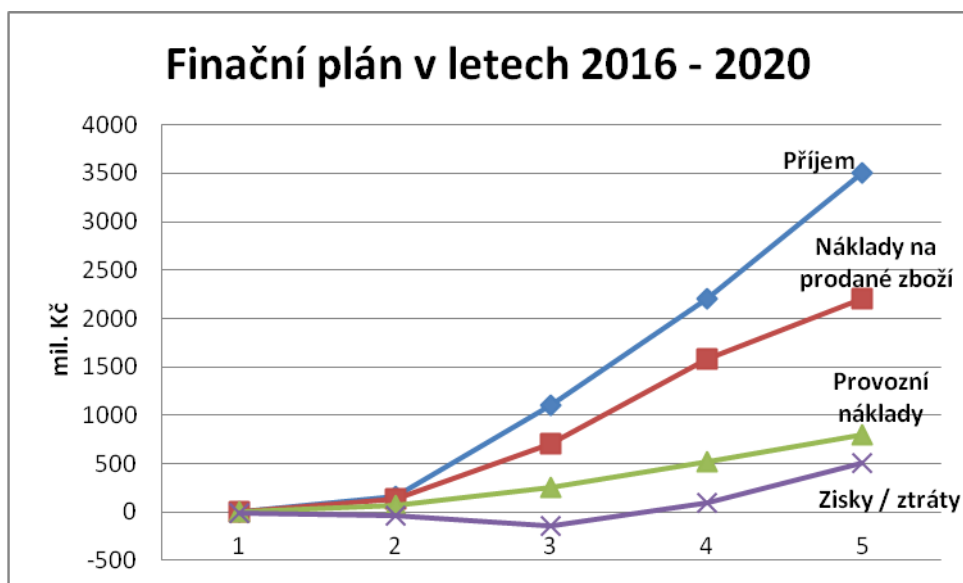
Finanční plán v mil. Kč	2016	2017	2018	2019	2020
Příjem	0	167	1100	2200	3500
Náklady na prodané zboží	0	131	700	1580	2200
Provozní náklady	7	75	250	525	800
Zisky / ztráty	-7	-39	-150	95	500

Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Z následující tabulky je zřejmé, že podnik momentálně nerealizuje zisk a koncem roku bude ve ztrátě až 39 milionů Kč. U startupu se předpokládá, že zpočátku své existence nerealizuje žádný zisk. V průběhu roku 2017, kdy je plánováno spuštění prodeje zařízení na měsíc červen začne společnost získávat konečně příjem z prodaných výrobků.

Z grafu č.8 lze vidět, že příjem poroste exponenciálně a v průběhu roku 2019 by konečně společnost měla realizovat zisk. Z tabulky je samozřejmě patrné, že postupný vývoj v další fázi životního cyklu si bude žádat nemalé finanční prostředky, tudíž společnost se nachází ve fázi hledání vhodné investice skrze investory. Bez externích finančních zdrojů by tento startup neměl šanci na úspěch. Je nutné podotknout, že výše uvedené plány jsou ty nejlepší odhady, kterých by Angee Technologies mohlo dosáhnout. Úloha startupu spočívá v hledání business modelu, který bude fungovat. Spotřeba z hlediska nákladů lze poměrně snadno predikovat, jelikož je závislá na rozhodnutí managementu, který ji může korigovat. Nejistou stránku zde ovšem tvoří výnosy, které se nemusí vyvíjet na základě předpovědi a můžou tak být nulové, ale zároveň i vyšší. Pro Angee Technologies je v tomto případě sestavování účetních výkazů jako je rozvaha, výkaz zisku a ztrát a cash flow zbytečný, neboť by v tento okamžik neměly na vývoj startupu žádný efekt.

Graf 8 Finanční plán v letech 2016 - 2020



Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

5.3.2 Klíčové metriky

Tabulka 10 Klíčové metriky 2016 - 2020

Klíčové metriky	2016	2017	2018	2019	2020
Maloobchodníci	0	2	20	40	60
Partneři	0	3	20	50	80
Aktivní uživatelé	0	27 000	267 000	700 000	1 300 000
Prodej Angee v ks	0	30 000	240 000	460 000	700 000
Počet zaměstnanců	28	60	90	120	150

Zdroj: vlastní zpracování dle Meetangee, 2017

Tabulka č. 10 zachycuje průběh klíčových metrik pro startup v časovém intervalu 2016 – 2020. Z tabulky lze vidět, že počet maloobchodníků, prostřednictvím kterých si budou zákazníci Angee moci zakoupit bude každým rokem přibývat. Bude se jednat zejména o přeprodejce prostřednictvím webových portálů. Počet domácností, jenž budou mít Angee by se měl v roce 2020 vyšplhat na 1,3 milionu a prodej Angee bude každým rokem téměř dvojnásobně růst. S postupným rozvojem a růstem firmy také souvisí najímání nových pracovníků. Nezbytné bude najmout zejména tým kvalifikovaných pracovníků v oblasti hardwaru a softwaru, ale také sestavit marketingový tým a zapracovat na budoucích kampaních.

5.4 Hodnocení ekonomické efektivity

V této kapitole bude zhodnocena ekonomická efektivity vybraného startup projektu Angee a následně bude rozhodnuto, zda lze startup doporučit k realizaci.

5.4.1 Peněžní toky startup projektu

Peněžní toky startupu byly stanoveny na základě tržní analýzy a zpracovaného výzkumu Univerzity Notre Dame. V následujících tabulkách jsou znázorněny peněžní příjmy a výdaje startupu Angee Technologies. Peněžní toky jsou následně diskontovány a na základě jednotlivých metod provedeno hodnocení ekonomické efektivity.

Doba minimální udržitelnosti projektu je stanovena na dobu 4 let, tedy od současnosti tzn. od roku 2017 až do roku 2020. Předpokládaná investice, která vstoupí do startupu během roku 2017 je odhadována na 50 milionů Kč. Startup začne realizovat příjmy v roce 2019, kdy budou určeny pro další rozvoj společnosti.

Diskontní sazba byla stanovena subjektivním odhadem na 20 %. Odhad sazby vychází z předpokladu rizikovosti z pohledu financování rizikovým kapitálem. Daň z příjmu právnických osob má sazbu 19 %. Pro získání diskontovaných příjmů byl použit odůročitel, který vychází z následujícího matematického vztahu:

$$\frac{1}{(1+i)^n}$$

kde:

i= diskontní sazba,
n = počet let životnosti.

Tabulka 11 Peněžní příjmy

Peněžní příjmy	2017	2018	2019	2020
Zvýšení tržeb	167 000 000	1 100 000 000	2 200 000 000	3 500 000 000
Zvýšení nákladů	206 000 000	950 000 000	2 105 000 000	3 000 000 000
Zisk před zdaněním	-39 000 000	-150 000 000	95 000 000	500 000 000
Daň	0	0	18 050 000	95 000 000
Zvýšení zisku po zdanění	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Celkový příjem	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 12 Diskontované peněžní toky

Diskontované peněžní toky	2017	2018	2019	2020
Peněžní příjmy	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Diskontní faktor i = 20%	0,8333	0,6944	0,5787	0,4823
Diskontované peněžní příjmy	-32 498 700	-104 160 000	44 530 965	195 331 500
Investice	50 000 000			
Diskontovaný peněžní tok	-82 498 700	-104 160 000	44 530 965	195 331 500
Kumulovaný diskontní peněžní tok	-82 498 700	-186 658 700	-142 127 735	53 203 765

Zdroj: vlastní zpracování

Výše zmíněné tabulky č. 11 a č.12 obsahují vstupní hodnoty, z kterých se bude následně vycházet při výpočtu základních metod hodnocení ekonomické efektivity.

Prostá doba návratnosti

Prostá doba návratnosti je metoda, která se využívá při hodnocení investičních projektů. Doba návratnosti znázorňuje dobu, za kterou se investorovi vrátí počáteční investice.

Tabulka 13 Prostá doba návratnosti

Prostá doba návratnosti	2017	2018	2019	2020
Zvýšení zisku po zdanění	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Investice	50 000 000			
Peněžní příjmy	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Kumulované peněžní příjmy	-39 000 000	-189 000 000	-112 050 000	292 950 000

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 13 vyplývá, že investice ve výši 50 000 000 Kč bude uhrazena peněžními příjmy mezi rokem 2019 a 2020. Hodnota prosté doby návratnosti byla stanovena na základě výpočtu následujícího matematického vztahu:

$$1 + \frac{50\,000\,000 - 39\,000\,000}{150\,000\,000} = 1,733 = 1 \text{ rok } 9 \text{ měsíců a } 24 \text{ dní}$$

Na základě provedeného výpočtu byla stanovena doba návratnosti na 1,733 roku. Investice rizikového kapitálu bude splacena a v dalších obdobích již bude startup ziskový.

Diskontovaná doba návratnosti

Diskontovaná doba návratnosti oproti prosté době návratnosti respektuje faktor času. V diskontované době návratnosti se berou v potaz jednotlivé roční příjmy s příslušnou diskontní sazbou.

Tabulka 14 Diskontovaná doba návratnosti

Diskontovaná doba návratnosti	2017	2018	2019	2020
Zvýšení zisku po zdanění	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Investice	50 000 000			
Peněžní příjmy	-39 000 000	-150 000 000	76 950 000	405 000 000
Diskontované peněžní příjmy	-32 498 700	-104 160 000	44 530 965	195 331 500
Kumulované diskontní pen. příjmy	-32 498 700	-136 658 700	-92 127 735	103 203 765

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 14 lze určit diskontovanou dobu návratnosti na základě výpočtu následujícího matematického vztahu:

$$3 + \frac{50\,000\,000 - 32\,498\,700}{103\,203\,765} = 3,17 = \mathbf{3\,roky\,2\,měsíce\,a\,3\,dny}$$

Na základě provedeného výpočtu byla stanovena doba návratnosti na 3,17 roku. Diskontovaná doba návratnosti bere v potaz faktor času, proto je doba návratnosti delší. Za tuto dobu bude investice rizikového kapitálu splacena a v dalších obdobích již bude startup ziskový.

Čistá současná hodnota

Čistá současná hodnota je jednou z nejčastěji využívaných metod hodnocení investičních projektů. Vypočítá se jako rozdíl mezi diskontovanými peněžními příjmy z investic a kapitálovými výdaji.

Tabulka 15 Čistá současná hodnota

Čistá současná hodnota	2017	2018	2019	2020
Diskontovaný kapitálový výdaj	50 000 000			
Kumulované diskontované pen.příjmy	-32 498 700	-136 658 700	-92 127 735	103 203 765
Čistá současná hodnota	53 203 765			

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek čisté současné hodnoty nabývá kladných hodnot, což znamená, že hodnota společnosti roste. Z hlediska výnosnosti je projekt výhodný.

Index rentability

Index rentability lze vypočítat jako podíl očekávaných diskontovaných peněžních příjmů a počátečních kapitálových výdajů. Pokud projekty vykazují čistou současnou hodnotu, pak je index rentability vyšší než 1 a obráceně.

Tabulka 16 Index rentability

Index rentability	2017	2018	2019	2020
Diskontovaný kapitálový výdaj	50 000 000			
Kumulované diskontované peněžní příjmy	-32 498 700	-136 658 700	-92 127 735	103 203 765
Index rentability	2,06			

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek hodnoty indexu rentability poukazuje na to, že projekt je pro startup přijatelný.

Vnitřní výnosové procento

Vnitřní výnosové procento znázorňuje úrokovou míru, při níž je čistá současná hodnota rovna nule. Výpočet je proveden pomocí lineární interpolace, kdy je spočítána výsledná hodnota vnitřního výnosového procenta.

Tabulka 17 Vnitřní výnosové procento

Vnitřní výnosové procento	Kapitálový výdaj	Kumul. diskont. pen.tok	ČSH
70%	50 000 000	47 815 888	-2 184 112
75%	50 000 000	49 963 907	-36 093
76%	50 000 000	50 365 489	365 489

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 17 lze určit vnitřní výnosové procento na základě výpočtu následujícího matematického vztahu:

$$75 + \frac{36\ 093}{36\ 093 + 365\ 489} * (76-75) = 75,09 \%$$

Vnitřní výnosové procento bylo spočteno ve výši 75,09 %. Při porovnání se sestavenou diskontní mírou 20 % lze o projektu říct, že je schopen požadavek efektivnosti naplnit.

5.5 Scénáře vývoje

Scénáře představují alternativní obrazy, které zobrazují nejistý vývoj budoucnosti společnosti. Jedná se o jakési nejistoty, které je potřeba brát v potaz při rozhodování.

V práci budou zohledněny tři scénáře:

- **Pesimistický scénář** vychází z předpokladu růstu nákladů na výrobu,
- **Realistický scénář** vychází z předpokladů zkušeností podniku a jejich výpočtů,
- **Optimistický scénář** vychází z předpokladu poklesu nákladů na výrobu.

Z výše uvedených analýz budou vybrány tři scénáře, které budou analyzovány s ohledem na stávající situaci startupu, který se nachází ve fázi hledání investice. Touto analýzou bude zjištěno postavení podniku a jeho budoucí vývoj. Scénáře jsou založeny na výpočtu čisté současné hodnoty investičního záměru. Jednotlivé scénáře se liší předpokládanými hodnotami a vyšší nákladů na výrobu produktu, jelikož tyto změny nejnadhěji ovlivní výsledek čisté současné hodnoty. Realistický scénář vychází ze scénáře, který podnik předpokládá na základě dosavadních zkušeností, které jsou opřeny o výpočty. Pesimistický scénář vychází z předpokladu růstu nákladů na výrobu ve všech letech o 20 % oproti realistické variantě. Optimistický scénář je založen na poklesu nákladů na výrobu o 20 % oproti realistické variantě.

Výpočet čisté současné hodnoty

Výpočet je prováděn u všech scénářů vývoje s ohledem na následující předpoklady:

- výnosy a náklady jsou zároveň příjmy a výdaji plynoucí podniku na konci každého roku,
- diskontní sazba je hodnotou průměrných nákladů na kapitál,
- diskontní sazba vychází z předpokladu reálné diskontní sazby, tzn. peněžní toky z investice nebudou zahrnovat vliv inflace.

Tabulka 18 Výsledky metody čisté současné hodnoty

Metoda čisté současné hodnoty	Pesimistická v.	Realistická v.	Optimistická v.
Diskontovaný kapitálový výdaj	50 000 000	50 000 000	50 000 000
Diskontované pen.příjmy	76 601 883	103 203 765	129 805 648
Čistá současná hodnota	26 601 883	53 203 765	79 805 648

Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledků metody čisté současné hodnoty viz tabulka č.18 je zřejmé, že všechny varianty tedy pesimistická, realistická i optimistická mají kladnou hodnotu čisté současné hodnoty investice, což znamená, že diskontované peněžní příjmy převyšují kapitálový výdaj. Na základě tohoto zjištění lze tvrdit, že investiční projekt je pro podnik přijatelný. Ať nastane jakákoliv z uvažovaných variant, tak se zvýší tržní hodnota společnosti.

Z výše vypočtených hodnot je zřejmé, jak ovlivňuje výslednou, tedy čistou současnou hodnotu pokles nebo růst nákladů na výrobu. Zvýšením nákladů na výrobu o 20 % má za následek pokles čisté současné hodnoty o 50%. Naopak snížením nákladů na výrobu o 20 % má za následek nárůst čisté současné hodnoty o 33 %.

5.6 Náklady ztracených příležitostí

Bývají také spojovány s termínem náklady oportunitní. Jejich úloha je založena na úvaze, kdy konkrétní ekonomický zdroj vynaloží finanční prostředky k uskutečnění dané podnikatelské aktivity a jeho následného zhodnocení investice. Tento způsob vložení finančních prostředků do dané podnikatelské aktivity následně znemožňuje jeho využití jiným způsobem. V tomto případě se vychází ze situace, kdy by se investoři nerozhodli investovat do startupu a raději by vložili své finanční prostředky do banky.

Jako příklad byla uvedena banka AKCENTA, spořitelní a úvěrové družstvo, z důvodu nejvyšší úrokové sazby nabízené svým klientům. Termínovaný vklad byl stanoven na jednorázovou částku 50 000 000 Kč, jako je požadovaná investice, kterou se startup snaží získat. Doba vázanosti byla stanovena na 3 roky, jelikož na základě provedeného výpočtu viz výše byla stanovena doba návratnosti investice za 3 roky 2 měsíce a jeden den. Diskontovaná doba návratnosti investice bere v potaz faktor času, proto je doba návratnosti delší.

Tabulka 19 Termínovaný vklad

Banka AKCENTA, spořitelni a úvěrní družstvo	
Počáteční vklad	50 000 000 Kč
Doba vázanosti	3 roky
Úroková sazba	3%
Naspořeno s úroky po zdanění	53 825 000 Kč
Zhodnocení investovaného vkladu	3 825 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování dle Akcenta, 2017

Pokud by investoři vložili své finanční prostředky do banky v podobě termínovaného vkladu, jak lze spatřit v tabulce č. 18, pak by se jejich počáteční vklad zhodnotil na 53 825 000 Kč. Investorům by sice přinesl termínovaný vklad zhodnocení o 3 825 000 Kč, což během 3 let není tak markantní částka. Nejedná se o nijak výraznou částku zhodnocení, jelikož pokud by se investoři rozhodli investovat do startupu, tak nejen, že jejich investice by byla během 3 let navrácena, ale zároveň by získali podíl ve startupu a následně prodejem společnosti by získali několikanásobné zhodnocení své investice.

5.7 Investice do startupu Angee Technologies

Investiční příležitost pro investory

Angee Technologies je mladý startup, který vyrábí a již brzy začne s prodejem inovativního řešení bezpečnostního a chytrého zabezpečení domácnosti. Tyto oblasti nyní představují trh, který prochází dynamickým růstem a v současnosti je velikost tohoto trhu 22 miliard dolarů. Angee jak již bylo zmíněno kombinuje cloud systém, tedy online služby spolu s vlastním hardwarem a softwarem a zároveň nabízí svým uživatelům, automatizované řešení bezpečnosti v domácnostech. V průběhu roku 2017 bude zahájen prodej na největším trhu na světě, tedy v USA a následně bude expandovat na trhy další, kde jsou již uzavřeny smlouvy s mnoha distributory a to zejména v: Austrálii, Kanadě, Německu atd.

V současné době se společnost soustředí na vývoj a dále se připravuje k expanzi na trh. Společnost uzavřela partnerství s hongkongskou společností Sky Light Holding Limited, která je specialistou v oblasti videí a bude mít na starost výrobu hardwaru pro Angee. Tým Angee se skládá z 25 lidí, kdy větší část zaměstnanců je alokována v Praze,

ale druhá část pracovníků pracuje v Kaliforni, kde mají zaměstnanci na starost marketing a prodej. Angee plánuje v roce 2018 získat trh se 30 tisíci domácností, což znamená, že od roku 2019 se stane profitabilní.

Startup se v tuto chvíli snaží získat externí investici v minimální výši 50 milionů Kč a maximální výši 75 milionů Kč, a to buď investicí do equity jako konvertibilní dluh nebo kombinací. Na základě získané investice by společnost mohla:

- rozšířit tým lidí, kteří by měli na starosti výzkum a vývoj,
- vybudovat tým pracovníků, kteří by měli na starosti marketing a prodej,
- zvýšit pracovní kapitál pro financování výroby,
- zajistit rozpočet pro marketing a následný prodej.

Hledaná investice

Investorům, kteří se zúčastní současného kola financování společnost Angee nabízí 10 – 20 násobné zhodnocení jejich investice v průběhu následujících 4 – 5 let. Investiční kolo se bude konat v minimální výši investice v podobě 50 milionů Kč a maximální výši 75 milionů Kč. Investoři v souhrnu získají 20 % účast ve společnosti. Minimální výše je v podobě 6 milionů Kč, maximální není omezena. Cena odpovídající 1 % společnosti je v rozmezí 2,5 až 3 miliony Kč. Angee Technologies plánuje v druhé polovině roku 2017 tzv. druhé kolo externího financování a to z důvodu získání finančních prostředků pro rapidní expanzi na trh a následné posílení a rozvoj týmu jak v oblasti výzkumu a vývoje, tak i v oblasti marketingu a prodeje. Předpokládaná velikost externího financování v druhém kole je 200 – 300 milionů Kč za získání 15 % - 25 % equity společnosti, tedy za podstatně vyšší valuace než investoři v prvním kole. Investoři v prvním kole mají výhradní právo účasti na druhém kole financování, ale není to podmínkou, neboť společnost Angee Technologies již v tuto chvíli jedná s americkými fondy, které mají zájem o účast na dalším kole financování.

Návrh pro investory

V případě, že investor investuje do startupu v prvním kole 12 milionů Kč, tak následně získá účast v minimální výši 3,3 % Angee. V tuto chvíli by měl jeho podíl

hodnotu 12 milionů Kč. V případě vstupu investorů v druhém kole dojde již ke zhodnocení jeho podílu, neboť sice bude jeho relativní výše snížena na 2,48 %, ale absolutní hodnota investice vzroste na 42 milionů Kč v důsledku zvýšení valuace. Jedná se o ztrojnásobení již po uplynutí 12 – 16 měsíců. V roce 2021 je již předpokládán strategický exit v podobě prodeje strategickému investorovi, finančnímu investorovi, uvedení části akcií na trh apod. v předpokládané výši 5 miliard Kč. Hodnota podílu se vyšplhá v této fázi životního cyklu až na 125 milionů Kč. Z důvodu vytváření originální technologie hodnota společnosti nespočívá pouze v budoucích příjmech společnosti a počtu získaných zákazníků, ale zejména ve vytváření technologií, které mohou být následně uplatněny i v jiných oblastech. Technologie tedy mohou být licencovány, prodány apod.

Proč investovat do startupu Angee Technologies

Jak již bylo zmíněno, tak startup Angee Technologies připravuje expanzi pro největší trh na světě inovativní řešení v oblasti zabezpečení domácností. V současné době prochází trh obrovským a dynamickým rozvojem.

Přehled dosavadních statistik:

- O Angee má v současné době zájem 1 500 zákazníků a zároveň zájem o produkt na americkém trhu je potvrzen,
- Angee má silný tým v oblasti výzkumu a vývoje a spolupracuje s řadou špičkových společností v různých oblastech,
- Náklady na prodej dosáhly jen 3,8 %, avšak ve svém business plánu se počítá s 15 %,
- Trh, na který Angee míří poroste 144 % ročně a dosáhne 8 miliard dolarů během následujících 5 let,
- Velikost a následná dynamika trhu, stejně jako konkurenceschopnost řešení Angee byla validována studií Univerzity v Notre Dame,
- Technické řešení je validováno společností Sky Light, která se mimo jiné podílela na produktech jako je Go Pro.

6. Zhodnocení výsledků a doporučení

Startupové podnikání nese ruku v ruce řadu rizik spojených zejména s nejistou návratností vložených investic, které se následně projeví v nadstandardní míře zhodnocení. V práci byly využity teoretické a empirické metody poznání, následně provedeny analýzy vnitřního a vnějšího prostředí a na základě těchto analýz sestaven finanční plán startupu. Následně byla provedena analýza ekonomické efektivity, kde byla předem stanovená příslušná výše diskontní sazby, která bere v potaz financování rizikovým kapitálem, což má za následek zhoršení výsledků hodnocení efektivity projektu.

V navrhovaném projektu se počítalo s rozdílnými náklady v dalších letech, které se zvýší v závislosti na zvýšení objemu produkce, náborem nových zaměstnanců avšak do hodnocení nebyla zahrnuta inflace, jelikož její vývoj nelze v delším období predikovat. V současné době startup hledá investici, která by pokryla vývoj v následujících letech a rozšířila svou působnost na zahraničních trzích.

Na základě provedených analýz bylo zjištěno, že v případě, že by se investoři rozhodli investovat do startupu požadovanou investici 50 milionů Kč, přineslo by jim to do budoucna 10 až 20 násobné zhodnocení jejich investice a zároveň získání 20 % podílu společnosti. Oproti tomu byla zvažována varianta v podobě nákladů ztracených příležitostí, kde byla brána v potaz skutečnost, kdy by investoři své finanční prostředky vložili do banky v podobě termínovaného vkladu. Roční úroková sazba se pohybuje nejvýše okolo 3 % a na základě propočtu bylo zjištěno, že by termínovaným vkladem investoři získali 3 825 000 Kč, což během 3 let není vskutku markantní částka.

Na základě zpracování ekonomické analýzy efektivity a následného vyhodnocení zkoumaných kritérií byl projekt hodnocen jako přijatelný. Provedené analýzy mohou být následně využity startupem jako podklad pro investiční rozhodování. Na základě provedené ekonomické analýzy efektivity byl projekt doporučen k přijetí a následné realizaci, ale je nutné brát v úvahu riziko spojené s expanzí na zahraniční trhy.

Společnost se nachází momentálně v jedné z nejvíce rizikovějších fází životního cyklu a to hledáním vhodného investora, který by startupu poskytnul požadovanou investici. Je nutné, aby se společnost snažila optimalizovat své dosavadní náklady, jelikož nesou poměrně vysoké zatížení. Tímto tahem by podnik mohl dokonce dosáhnout optimistického scénáře a ekonomická stránka společnosti by byla daleko efektivnější. V případě rostoucích nákladů by mohl být naplněn pesimistický scénář, který je pro podnik nežádoucí a v dlouhodobém pokračování by mohlo dojít k zániku podniku jako takovém.

Startupu je doporučeno zaměřit se na hledání investice v zahraničí z důvodu následné expanze a prosazení se na americkém trhu. Při srovnání českých a zahraničních akceleratorů bylo také zjištěno, že české akcelerátory nejsou často schopny naplnit očekávání z hlediska finanční podpory. Jednou z možností rozvoje startupu by mohla být účast v různých soutěžích jako je Silicon Valley Startup Camp, kde se startup nejen mediálně zviditelní, ale následně se prezentuje projekt potenciálním investorům, čímž startup získá nejen nové kontakty, ale také zároveň zpětnou vazbu. Pokud se projekt investorům zalíbí a rozhodnou se do něj investovat, tak startup získá nejen finanční prostředky na rozvoj celé společnosti, ale zároveň důležité know how a investoři se stanou tzv. mentorem daného startupu.

7. Závěr

Na základě studie odborné literatury, internetových článků a dalších zdrojů byla z počátku práce vymezena teoretická východiska zabývající se problematikou startupu a následně doplněna praktická část práce, která se zabývala konkrétním startupem Angee Technologies. Trh s technologiemi zažívá dynamický růst, čímž zároveň vytváří příležitosti pro nové startupy. Technologický startup, jenž má jasnou vizi prosadit se na trhu a následně expandovat na trhy další se téměř nikdy neobejde bez vstupu investorů, s čímž je spojen rizikový kapitál. Startupové podnikání nese ruku v ruce vysoké finanční zatížení, které je spojováno s vysokým rizikem z hlediska návratnosti vložených investic. Neodmyslitelnou součástí každé investice je sledování efektivity vynaložených investičních prostředků řízení.

V teoretické části diplomové práce byly vymezeny pojmy spojené s problematikou startupu v oblasti financování, investičního rozhodování doplněné o nejpoužívanější metody hodnocení investičních projektů. Do práce byla zahrnuta i mimo jiné podpora začínajících malých podniků prostřednictvím podnikových inkubátorů a technologických akceleratorů.

V praktické části byla zpracována studie proveditelnosti vybraného startupu Angee Technologies, kde byla nejprve zahrnuta analýza vnitřního prostředí a následně vnějšího prostředí. Následně byl zhodnocen startup prostřednictvím kampaně Kickstarter, a poté sestaven finanční plán. Praktická část vycházela ze zhodnocení ekonomické efektivity startupu za použití tradičních metod hodnocení. Na základě provedených analýz a zjištění výsledků hodnocení efektivity s doporučenými hodnotami z finančního plánu startupu bylo rozhodnuto projekt přijmout a pokračovat v jeho realizaci. Stanovený cíl diplomové práce spočíval ve zhodnocení dosavadní situace startupu, zhodnocení ekonomické efektivity vybraného startup projektu a následné sestavení investiční příležitosti pro investory. Cíl práce byl naplněn a vypracovaná studie bude sloužit startupu jako podklad pro rozhodování investorů rizikového kapitálu.

8. Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

BOUKAL, Petr. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4487-2.

BREALEY, Richard A. *Teorie a praxe firemních financí*. Praha: Computer Press, 2000. Business books (Computer Press). ISBN 80-722-6189-4.

CRABTREE, Greg. *Simple numbers, straight talk, big profits!: 4 keys to unlock your business potential*. Austin, Tex: Greenleaf Book Group Press, 2011. ISBN 978-160-8320-561.

ČIŽINSKÁ, Romana a Pavel MARINIČ. *Finanční řízení podniku: moderní metody a trendy*. Praha: Grada, 2010. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-3158-2.

ČIŽINSKÁ, Romana a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Mezinárodní kapitálové trhy: zdroj financování*. Praha: Grada, 2007. Finance (Grada Publishing). ISBN 978-80-247-1922-1.

HARPER, Stephen C. a Robert FRAGER. *Extraordinary entrepreneurship: the professional's guide to starting an exceptional enterprise*. 3rd ed. /. Hoboken, N.J.: Wiley, c2005. ISBN 0-471-69719-2.

HOFFMAN, Reid a Ben CASNOCHA. *Váš osobní startup: připravte se na budoucnost, investujte do sebe, změňte svou kariéru*. Brno: BizBooks, 2013. ISBN 978-80-265-0056-8.

JÁČ, Ivan, Petra RYDVALOVÁ a Miroslav ŽIŽKA. *Inovace v malém a středním podnikání*. Brno, 2005. ISBN 80-251-0853-8.

KISLINGEROVÁ, Eva, Petr MULAČ a Radmila PRESOVÁ. *Manažerské finance: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. 3. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-194-9.

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007. Praxe podnikatele. ISBN 978-80-251-1605-0.

KRÁL, Bohumil. *Manažerské účetnictví*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-726-1062-7.

LEVY, Haim a Marshall SARNAT. *Kapitálové investice a finanční rozhodování*. Praha: Grada, 1999. ISBN 80-716-9504-1.

MÁCHAL, Pavel, Martina KOPEČKOVÁ a Miroslav PRESOVÁ. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2015. Manažer. ISBN 978-80-247-5321-8.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5316-4.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 2013. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4780-4.

PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-3751-5.

PETŘÍK, Tomáš. *Ekonomické a finanční řízení firmy*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 736 s. ISBN 978-80-247-3024-0.

REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-1835-4.

RIES, Eric. *Lean startup: jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace*. Brno: BizBooks, 2015. ISBN 978-80-265-0389-7.

RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-4047-8.

SENROR, Dan a Saul SINGER. *Start-up nation: the story of Israel's economic miracle*. New York, 2009. ISBN 978-0-446-54146-6.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

STŘELEČEK, František a Radek ZDENĚK. *Investiční rozhodování a kapitálové plánování: sbírka příkladů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta, 2010. Business books (Computer Press). ISBN 978-80-7394-195-6.

SYNEK, Bohumil. *Manažerské účetnictví*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-247-0515-X.

SYNEK, Miloslav, Eva KISLINGEROVÁ a Radmila PRESOVÁ. *Podniková ekonomika: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 4., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1992-4.

VALACH, Josef a kol. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 3. vyd. Praha: Ekopress, 2010, 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VOCHOZKA, Marek, Petr MULAČ a Radmila PRESOVÁ. *Podniková ekonomika: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2015. Manažer. ISBN 978-80-247-4372-1.

Zákon č. 89/2012 Sb., nový občanský zákoník, ze dne 1. prosince 2012.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, Petr MULAČ a Radmila PRESOVÁ. *Marketing obchodní firmy: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Praha: Grada, 2009. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.

Internetové zdroje

Akcenta, spořitelní a úvěrní družstvo [online]. [cit. 2017-03-15]. Dostupné z: <http://www.akcenta.cz/>

Angee zabezpečení domu [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://www.genialnidum.cz/angee-zabezpeceni-domu-na-ktere-nemusite-myslet/>

- Canary [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: (<https://canary.is/compare/>)
- Crowder: *Crowdfundning* [online]. 2016 [cit. 2016-08-30]. Dostupné z: <http://www.crowder.cz/#!crowdfunding-v-cr/c1ox5>
- Czech: *Hlavní pilíře českého průmyslu* [online]. Ivana Jerenálová, 2011 [cit. 2016-08-09]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Ekonomicka-fakta/Hlavni-pilire-ceskeho-prumyslu>
- CzechInvest: *Business angels* [online]. 2016 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/business-angels>
- CzechInvest: *Fáze vývoje firmy* [online]. 2016 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/faze-vyvoje-firmy>
- CzechInvest: *Inkubátory* [online]. 2016 [cit. 2016-09-04]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/inkubatory>
- EurActiv: *České startupy brzdí mnoho překážek* [online]. [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: <http://euractiv.cz/kratce-odjinud/digitalni-agenda/ceske-startupy-brzdi-mnoho-prekazek-ze-strany-statu-rika-studie/>
- Flek: *Přehled českých akceleratorů* [online]. Jakub Dočkal, 2014 [cit. 2016-09-04]. Dostupné z: <http://flek.cz/clanky/dalsi-tipy-a-informace/prehled-ceskych-akcelatoru>
- Graham, Paul: *Startup = Growth* [online]. 2012 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- Ipodnikatel: *Podnikatelé v inkubátoru* [online]. 2011 [cit. 2016-09-04]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/podnikatele-v-inkubatoru.html>
- Ipodnikatel: *Přehled právních forem podnikání* [online]. 2014 [cit. 2016-08-09]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/prehled-pravnich-forem-podnikani.html>
- Kickstarter: *Stats* [online]. 2016 [cit. 2016-08-30]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/help/stats>

Lupa: *Startupy všude kolem* [online]. Ondřej Bartoška, 2011 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/startupy-vsude-kolem/>

Management Mania: *Sektor služeb* [online]. 2016 [cit. 2016-08-20]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/sektor-sluzeb-terciarni-sektor>

Meetangee: *About us* [online]. [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: <https://www.meetangee.com/about-us#about-us>

MMS Spektrum: *Maslowa pyramida potřeb* [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: <http://www.mmspektrum.com/clanek/nekolik-manazerskych-postrehu-motivace-a-odmenovani.html>

Nest [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: (<https://nest.com/camera/meet-nest-cam/>)

Peníze pro firmy: *Startup* [online]. 2016 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://www.penizeprofirmy.cz/startup/>

Piper [online]. [cit. 2017-02-24]. Dostupné z: (<https://getpiper.com/>)

Podnikatelské modely a podnikatelské strategie startupov: *Crowdfunding* [online]. 2015 [cit. 2016-08-30]. Dostupné z: https://books.google.cz/books?id=gJFgCwAAQBAJ&pg=PA71&dq=crowdfunding+co+to+je&hl=cs&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=crowdfunding%20co%20to%20je&f=false

Symbid: *4 Financing Options for Startups and Entrepreneurs* [online]. 2016 [cit. 2016-08-29]. Dostupné z: <http://blog.symbid.com/2015/entrepreneur/4-financing-options-for-startups-and-entrepreneurs/>

Trhy mešec: *Jak fungují fondy typu Private Equity a Venture Capital* [online]. 2016 [cit. 2016-08-30]. Dostupné z: <https://trhy.mesec.cz/clanky/jak-funguji-fondy-typu-private-equity-a-venture-capital/>

Zprávy E15: *Český průmysl zaostává v inovacích* [online]. [cit. 2017-02-12]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/prumysl-a-energetika/cesky-prumysl-zaostava-v-inovacich-presto-muze-konkurovat-cine-1042999>

Seznam grafů

Graf 1 Podíl investorů fondu.....	31
Graf 2 Uživatelé z geografického hlediska	57
Graf 3 Uživatelé z demografického hlediska dle věku	58
Graf 4 Uživatelé z demografického hlediska dle pohlaví	58
Graf 5 Náklady na kampaň Kickstarter v procentuálním vyjádření.....	70
Graf 6 Náklady vynaložené na reklamu.....	71
Graf 7 Průběh měsíčních a kumulativních nákladů	73
Graf 8 Finanční plán v letech 2016 - 2020.....	75

Seznám obrázků

Obrázek 1 Maslowa hierarchie lidských potřeb.....	52
Obrázek 2 Popis Angee zabezpečovacího zařízení	53

Seznam schémat

Schéma 1 Formy podnikání v ČR	15
Schéma 2 Životní cyklus podniku.....	23
Schéma 3 Finanční cyklus startupu.....	27
Schéma 4 Formy podnikání v ČR	63

Seznam tabulek

Tabulka 1 Přehled právních forem podnikání v ČR.....	17
Tabulka 2 SWOT analýza podniku	22
Tabulka 3 Fondy v ČR za oblast private equity a venture capital.....	31
Tabulka 4 Hodnotící rastr - rivalita mezi existujícími	64

Tabulka 5 SWOT analýza podniku	67
Tabulka 6 Náklady vynaložené na kampaň Kickstarter	70
Tabulka 7 Celkové náklady.....	72
Tabulka 8 Náklady na 1 ks Angee	74
Tabulka 9 Finanční plán v letech 2016 - 2020.....	74
Tabulka 10 Klíčové metriky 2016 - 2020	76
Tabulka 11 Peněžní příjmy	77
Tabulka 12 Diskontované peněžní toky	77
Tabulka 13 Prostá doba návratnosti	78
Tabulka 14 Diskontovaná doba návratnosti	78
Tabulka 15 Čistá současná hodnota	79
Tabulka 16 Index rentability	80
Tabulka 17 Vnitřní výnosové procento.....	80
Tabulka 18 Výsledky metody čisté současné hodnoty.....	82
Tabulka 19 Termínovaný vklad	83