

Startupy jako příležitost pro studenty a absolventy VŠ – vlastní podnikání a praxe

Diplomová práce

Studijní program:

N6208 Ekonomika a management

Studijní obor:

Podniková ekonomika

Autor práce:

Bc. Lucie Sedláková

Vedoucí práce:

Ing. Jan Mačí, Ph.D.

Katedra podnikové ekonomiky a managementu





Zadání diplomové práce

Startupy jako příležitost pro studenty a absolventy VŠ – vlastní podnikání a praxe

Jméno a příjmení: **Bc. Lucie Sedláková**
Osobní číslo: E18000256
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Podniková ekonomika
Zadávací katedra: Katedra podnikové ekonomiky a managementu
Akademický rok: **2019/2020**

Zásady pro vypracování:

1. Startupové podnikání.
2. Představení vybraných úspěšných startupů absolventů VŠ.
3. Dotazníkové šetření.
4. Sběr dat a jejich analýza – zkušenosti studentů a absolventů se startupy.
5. Formulace závěrů práce.

Rozsah grafických prací:
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování práce:
Jazyk práce:

65 normostran
tištěná/elektronická
Čeština



Seznam odborné literatury:

- BLANK, Steve a Bob DORF. 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. Pescadero, Calif: K & S Ranch. ISBN 978-0-9849993-0-9.
- RIES, Eric. 2015. *Lean Startup. Jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace*. Brno: BizBooks. ISBN 978-80-265-0389-7.
- PRESTON, L. Susan. 2011. *Angel Financing for Entrepreneurs: Early-Stage Funding for Long-Term Success*. New York: Jossey-Bass. ISBN 978-0787987503.
- KERSHEN, Jerry. 2016. *Startup: Startup Guide: 10 Proven Steps to Creating Your Successful Business Startup*. CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN 978-1533414243.
- BLACKWELL, Edward. 2017. *How to Prepare a Business Plan: Your guide to creating an excellent strategy, forecasting your finances and producing a persuasive plan*. 6th ed. Kogan Page Publishers. ISBN 978-0749481100.
- LEON, Ignacio De a Jose Fernandez DONOSO. 2017. *Innovation, Startups and Intellectual Property Management*. Cham: Springer. ISBN 978-3-319-54905-7.
- PROQUEST. 2019. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-09-26]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz>.

Konzultant/ka: Ivana Jarešová, MBA. Vedoucí HR, společnost TÜV SÜD Czech.

Vedoucí práce:

Ing. Jan Mačí, Ph.D.
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2021

L.S.

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
vedoucí katedry

Prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má diplomová práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

20. dubna 2020

Bc. Lucie Sedláková

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu mé diplomové práce panu Ing. Janu Mačímu, PhD. za jeho čas, ochotu, pomoc, komentáře a věcné připomínky, které mi v průběhu vypracování práce poskytoval. Také bych chtěla poděkovat mé rodině a přátelům, za jejich podporu po celou dobu mého studia.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá start-upy a jejich propojení s akademickým prostředím. Start-upy jsou bezpochyby fenoménem dnešní doby. Práce popisuje a vysvětluje, co je to start-up, vyjmenovává a představuje některé úspěšné start-upy v Libereckém kraji a také teoreticky popisuje jejich význam pro trh. V teoretické části práce je také popsána metodika dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření bylo vypracováno, aby bylo dosaženo cíle práce, kterým je vypracování modelu zlepšení podnikatelské gramotnosti vysokoškolských studentů. Také byla vypracována analýza šetření GUESS 2016, GUESS 2018 a Inovační strategie České republiky 2019-2030. V poslední kapitole práce je tedy navržen model, je vyčísleno ekonomické zhodnocení modelu a jsou uvedeny klíčové přínosy, které by model mohl mít pro rozvoj kraje a znalosti studentů. Také by model měl zvýšit prestiž vysokých škol a zlepšit spolupráci mezi vysokými školami a organizacemi, které podporují rozvíjející se podnikání.

Klíčová slova

Start-up, start-upové podnikání, nápad, vysoké školy, studenti, absolventi, zkušenosti.

Annotation

Start-ups as an opportunity for university students - own business or working experience

This diploma thesis aims to describe start-ups and their connection with academic environment. Start-ups are without any doubt phenomenon of our era. This thesis describes and explains, what is start-up, lists and introduces some of the successful start-ups in the Liberec region and explains in theory the importance of them to the market. In the theoretical part of the thesis, there is described the methodology of good questionnaire, which was realized in this thesis to achieve the aim of this thesis, which is the proposition of a model of improvement of business knowledge among university students. Analysis of the questionnaire GUESS 2016, GUESS 2018 and Innovation strategy of the Czech Republic 2019-2030 was also realized. In the last chapter the model is introduced with its economic evaluation and key advantages, that the model can have for the region. The advantages are improvement of knowledge of students about start-ups and improvement of collaboration between organizations improving rising start-ups with universities.

Key words

Startup, start-up business, idea, universities, students, graduates, experiences.

Obsah

Seznam ilustrací.....	12
Seznam tabulek.....	13
Seznam použitých zkratk, značek a symbolů	14
Úvod	15
1 Start-upové podnikání	17
1.1 Historie a současnost	17
1.2 Založení start-upu	18
1.3 Rozdíl mezi podnikem a start-upem	18
1.4 Financování start-upů	19
1.4.1 Rizikový kapitál	21
1.4.2 Venture capital	21
1.4.3 Private equity	22
1.4.4 Business Angels (Andělští investoři).....	22
1.4.5 Crowdfunding	23
1.4.6 3F (Friends, Family & Fools)	24
1.5 Organizace na podporu start-upů v Libereckém kraji.....	24
1.5.1 CzechInvest.....	24
1.5.2 Lipo.ink.....	25
1.5.3 Student Business Club	26
1.5.4 TECHNOLOGICKÉ CENTRUM Hradec Králové.....	29
1.5.5 DEX Innovation centre	30
1.5.6 321 dílna Karla Janečka	31
1.5.7 AIESEC.....	32
1.6 Budoucnost start-upů v České republice.....	33
2 Představení vybraných českých a úspěšných start-upů absolventů/studentů VŠ	35
2.1 MITON CZ, s. r. o.	35

2.2	HARDWARIO, s. r. o.	35
2.3	Aper Meteo	36
2.4	Projekty (start-upy z produkce SBC).....	37
2.4.1	COOLtour galerie	37
2.4.2	Voucherino	37
2.4.3	Binder – maskgear	37
3	Metodiky sběru dat pro výzkum.....	39
3.1	Kvantitativní a kvalitativní výzkum	40
3.2	Výběr vzorku respondentů.....	41
3.2.1	Typy výběru výzkumného vzorku	41
3.3	Výzkumná otázka (výzkumný problém)	43
3.4	Cíle výzkumu.....	43
3.5	Metody sběru dat	43
3.5.1	Dotazování písemné.....	44
3.5.2	Experiment.....	44
3.5.3	Dotazník.....	45
3.6	Zpracování dat	46
3.6.1	Analýza získaných dat	46
4	Současný stav příležitostí a přístupu studentů VŠ k podnikání	48
4.1	Vztah studentů k podnikání – GUESS 2016	48
4.1.1	Výsledky šetření	48
4.2	Vztah studentů k podnikání – GUESS 2018	50
4.2.1	Výsledky šetření	51
4.2.2	Rodící se podnikatelé.....	55
4.3	Inovační strategie České republiky 2019-2030	55
4.3.1	Cíle pilíře Národní start-up a spin-off prostředí	57
4.3.2	Nástroje pilíře Národní start-up a spin-off prostředí	57

5	Analýza výsledků vlastního dotazníkového šetření.....	58
5.1	Příprava dotazníkového šetření.....	58
5.1.1	Výzkumný problém	58
5.1.2	Výzkumný cíl.....	59
5.1.3	Výzkumný vzorek.....	59
5.2	Analýza	59
6	Návrh modelu rozvoje podnikatelského prostředí na VŠ.....	65
6.1	Co je potřeba?	66
6.2	Spolupráce organizací.....	67
6.3	Aktivity	68
6.4	Předmět na VŠ	69
6.4.1	Cílová skupina studentů.....	70
6.4.2	Struktura předmětu Start-upy.....	70
6.5	Optimální výsledek rozvoje podnikavosti a inovací.....	74
6.6	Ekonomické zhodnocení modelu.....	76
6.7	Budoucí udržitelnost a komunikace s absolventy.....	79
	Závěr.....	81
	Zdroje	83
	Knižní:	83
	Internetové:.....	84
	Seznam příloh.....	88
	Příloha A: Dotazník.....	89

Seznam ilustrací

Obrázek 1 - Vztah soukromého, rizikového a rozvojového kapitálu	20
Obrázek 2 - Webové stránky CzechInvest	25
Obrázek 3 - Brain & Breakfast pozvánka leden 2020.....	28
Obrázek 4 - Soutěž Start-up TUL	29
Obrázek 5 - Kanceláře TECHNOLOGICKÉHO CENTRA	30
Obrázek 6 - Binder	38
Obrázek 7 - Mapa výzkumu pomocí statistických metod“	40
Obrázek 8 - Základní typy výběru výzkumného vzorku.....	42
Obrázek 9 - Vyhodnocování dat.....	47
Obrázek 10 - Obálka výzkumné zprávy GUESS 2020	51
Obrázek 11 - Kariérní cesta respondentů GUESS 2020 – Česká republika.....	52
Obrázek 12 - Pilíře Inovační strategie	56
Obrázek 13 - Zájem studentů o založení vlastního start-upu	61
Obrázek 14 - Příprava od univerzity na vlastní podnik.....	62
Obrázek 15 - Zájem o předmět na VŠ o vlastním podniku (start-upu)	62
Obrázek 16 - Zájem o praxi ve start-upu.....	63
Obrázek 17 - Hierarchie spolupráce Liberecký kraj	68
Obrázek 18 - Hierarchie spolupráce Královehradecký kraj	68
Obrázek 19 - Návrh témat na workshopy.....	69
Obrázek 20 - Definované hlavní atributy modelu.....	75
Obrázek 21 - Schéma zodpovědností v modelu	76

Seznam tabulek

Tabulka 1 - TUL a UHK dle rodičích se podnikatelů a dle aktivních podnikatelů.....	53
Tabulka 2 - Počet respondentů (studentů a absolventů) TUL a UHK.....	60
Tabulka 3 - Respondenti Ekonomická fakulta TUL a FMI UHK.....	60
Tabulka 4 - Plán přednášek předmětu Start-upy	70
Tabulka 5 - Plán seminářů předmětu Start-upy	73
Tabulka 6 - Nástroje modelu	77
Tabulka 7 - Náklady na marketingovou propagaci modelu	78

Seznam použitých zkratek, značek a symbolů

CBAA	Czech Business Angel Association
COVID-19	Corona Virus Disease 2019
ČR	Česká republika
DEX IC	DEX Innovation Centre
GUESS	Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey
IoT	Internet of Things
KPI	Key Performance Indicators
SBC	Student Business Club
STEM	Science, Technology, Engineering, Mathematics
TUL	Technická univerzita v Liberci
UHK	Univerzita Hradec Králové
USA	Spojené státy americké (United States of America)
VŠ	Vysoká škola

Úvod

Dnešní doba je charakteristická neustálým posunem vpřed, technologickými inovacemi, automatizací procesů, pojmem průmysl 4.0, úslovím „včera byla pozdě“ nebo pojmem „nová ekonomika“. Každý z těchto pojmů se dá spojit s jedním dalším, kterým je pojem **Start-up**. Start-up je fenomén dnešní doby, který mění různá odvětví ekonomiky zásadním způsobem. Jedná se o podniky, které začínaly vznikat až v 80. letech 20. století spolu s rozvojem internetu. V garáži dokázali dva spolužáci z univerzity vymyslet podnik, který má dnes miliardový obrat a výrazně formoval fungování společnosti. Na základě těchto úspěšných příběhů vzniká ve světě (zejména ve Spojených státech amerických) mnoho start-upů. O start-upech se vyučuje na prestižních školách jako jsou Harvard, Stanford University v Kalifornii (BLANK, Steve, 2011, s. 133) a dalších.

Tato práce se zaměří na analýzu situace se start-upy v České republice. Práce bude zkoumat skupinu mladých lidí, která by měla mít největší potenciál založit si vlastní start-up. Tuto skupinu by měli reprezentovat studenti a absolventi vysokých škol. Pro zjednodušení bude práce zaměřena na studenty a absolventy Technické univerzity v Liberci a Univerzity Hradec Králové. Ve start-upech je velký potenciál pro inovace, rozvoj trhů, rozšíření nových odvětví ekonomiky, nová technologická řešení, přilákání zahraničních investorů a také rozvoj dovedností mladých lidí v praxi. Česká republika už by nemusela být „pouze montovna Evropy“.

Práce se bude snažit zodpovědět tři hlavní výzkumné otázky. Jaké procento studentů ekonomických studií na Technické univerzitě v Liberci a Univerzitě Hradec Králové má zájem o založení start-upu? Jaká část studentů a absolventů by uvítala výuku (kurz) přímo zaměřenou na start-upy (založení si vlastního podnikání)? Jaké jsou hlavní důvody, proč si start-up založit nechtějí?

Cílem práce je na základě zjištění z vlastního dotazníkového šetření a analýzy šetření GUESS 2016 a 2018 vytvořit návrh modelu rozvoje univerzitních studentů a absolventů v oblasti zahájení vlastního start-upu během studia či ihned po jeho dokončení.

Úvodní dvě teoretické kapitoly práce nastiňují a uvádí různé definice pojmů start-upové podnikání a start-up, neboť zatím neexistuje žádná jednotná definice. Bude zde stručně

popsána situace se start-upy ve světě a budou uvedeny možné přínosy start-upů pro společnost. Také bude uvedeno několik specifických způsobů financování start-upů, které se rozšířily i do dalších oblastí trhu. První kapitola představí některé organizace, které již podporují rozvoj start-upů a nápadů v Libereckém a Královehradeckém kraji a druhá kapitola uvede několik příkladů úspěšných českých startupů (Rydvalová, 2013).

Další kapitola je věnována analýze zájmu studentů o podnikání. Bude zde analyzována výzkumná zpráva z dotazníkového šetření GUESS 2016 a GUESS 2018. Vybrány budou ty otázky, které souvisely s vlastním podnikáním (přímo start-upy) a rodičími se podnikateli. Také bude v této práci popsána Inovační strategie České republiky 2019-2030, která start-upy zmiňuje v jednom ze svých pilířů a je nosným dokumentem pro rozvoj inovací v České republice až do roku 2030.

Následuje další praktická část práce, která se bude věnovat vlastnímu dotazníkovému šetření, které bude vypracováno s cílem zodpovědět výzkumné otázky. Dotazníkové šetření bude stěžejní pro dosažení cíle práce a je zaměřeno na studenty Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci a Fakulty informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové. Odpovědi na výzkumné otázky a analýzy šetření GUESS pomohou dosažení cíle, kterým je sestavení modelu. Model je představen v šesté kapitole. Jedná se o model, který by měl rozvíjet podnikatelské prostředí daného regionu a podnikavost studentů k založení většího počtu start-upů.

Stěžejními zdroji literatury pro tuto práci jsou Lean startup od Erica Riese, The Start-up Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for building a Great Company od Steva Blank a Boba Dorfa a Start-up jako princip podnikání: jak dosáhnout dlouhodobého růstu v moderní firmě od Erica Riese.

1 Start-upové podnikání

První kapitola práce je věnovaná teorii z oblasti start-upového podnikání. Je poměrně náročné přesně definovat, co je to start-up¹ (start-upové podnikání), neboť jde stále o čerstvý a moderní fenomén a jednotná definice ještě vytvořena nebyla. Například Ries (2019, s. 10) definuje start-up poměrně obecně a to takto: „...*je to člověkem vybudovaná instituce, jejímž účelem je vytvoření nového produktu nebo služby v podmínkách mimořádné nejistoty*“ (Ries, 2019, s. 10). Tato kapitola se tak bude věnovat hlubšímu vysvětlení definice, co je start-up, představí historii jejich vývoje a také popíše proces, jak by měl start-up vzniknout, aby se stal úspěšným (Ries, 2019; ALTMAN 2015).

1.1 Historie a současnost

Historie bude v této práci popsána velmi stručně, neboť zatím není příliš dlouhá. Start-upy jsou totiž fenoménem dnešní doby a konkrétně 21. století. První start-upy začaly vznikat ve Spojených státech amerických v 80. letech 20. století. Všeobecně známé je Silicon Valley v USA. Jde o údolí v Severní Kalifornii, kde v 80. letech začaly vznikat firmy, které se zaměřovali na výrobu křemíkových mikročipů a počítačů, tedy v době největšího rozvoje internetu a technologií (Jáč 2005). Tím se z tohoto údolí, s hlavním městem San José, stalo centrum, kde vzniká mnoho nových podniků (start-upů) nebo si tam aspoň podniky zřizují svá sídla, aby byly blízko technologickému pokroku. V Silicon Valley sídlí například Google, Facebook, eBay, Youtube, Tesla Motors a další. Dá se dokonce říct, že Silicon Valley je takovým rodištěm start-upů a pojmy jsou spolu úzce spjaty (Aktuálně.cz, 2011).

První start-upy, které byly založeny, jsou dnes již úspěšnými firmami s miliardovými obraty a mnohdy i tisíci zaměstnanci. Pochopitelně se jedná o ty start-upy, které dobře fungovaly a zvládly transformaci ze start-upu na fungující a zajištěný podnik. Například společnost ShipMonk založená Čechem Janem Bednářem, pocházejícím z Mladé Boleslavi, byla založena jako start-up v roce 2014 ve Spojených státech amerických (tehdy ještě jako BedaBox) a dnes je to firma s obratem 65 milionů dolarů (rok 2019). Bednář využil

¹ V této práci bude pojem start-up psán s pomlčkou, nikoliv jako startup dohromady. Dle slovníku Cambridge Dictionary jsou obě varianty možné. (KYSLOVÁ, 2017). Ústav pro jazyk český uvádí také pojem start-up se spojovníkem, ale také uvádí, že pojem lze psát i jako startup (Ústav pro jazyk český, 2020).

příležitosti, když studoval střední školu v Americe a z malého podnikatelského nápadu pošlímto.cz vznikl miliardový byznys (Forbes, 2018; Forbes, 2020, s. 26-27).

1.2 Založení start-upu

V této kapitole je stručně popsán proces, jak by měl vzniknout start-up. Jedná se o proces, který může trvat několik měsíců, ale také několik let. Nejdůležitějším bodem je zrealizovat nápad. Velké procento lidí určitě občas přemýšlí, jak nějaký proces zlepšit, jak něco změnit, aby to lépe fungovalo nebo aby to snadnější a denně tak projdou jejich hlavami stovky myšlenek a nápadů. Jak nápad, který se zrodí v hlavě nějakého inovátora² uvést k životu, resp. jaké typy příležitostí k tomu dostat se od nápadu k podnikání, je více popsáno v podkapitole 1.4. V odborné literatuře se objevuje mnoho popisů fází vývoje start-upů. Pro tuto práci (Fondik.cz, 2018):

- Počáteční fáze (early stage³) – v této prvotní fázi se v hlavách zakladatelů rodí nápad, stále více o něm přemýšlí a dostávají se k tomu, jak ho zrealizovat.
- První investice (seed⁴) – ve fázi první investice je společnost založena a snaží se na trh uvést prototyp výrobku nebo služby, kterou produkuje.
- Růst (growth) – za předpokladu, že vše dobře funguje a produkt se dobře prodává na trhu, tak následuje fáze růstu. V této fázi firma dotvoří svůj produkt z prototypu do finálního produktu a zvyšující prodeje zajišťují rostoucí zisky firmy.
- Start-up – v poslední fázi je podnik stabilizovaný a stabilně roste i v dalších obdobích. Postupně se tak ze start-upu mění na standardní podnik s vlastním kapitálem a majetkovou strukturou.

1.3 Rozdíl mezi podnikem a start-upem

K hlubšímu vysvětlení pojmu start-up poslouží vyjasnění si několika bodů, kterými se startup odlišuje od běžného podniku. Start-up samozřejmě může vzniknout v jakémkoliv odvětví, stejně jako každý jiný podnik. Start-up se od běžného podniku odlišuje například

² Inovátor = člověk, který se snaží něco zlepšit, přijít s něčím průkopovým, objevovat nové věci.

³ Brzká etapa (překlad autorky)

⁴ Semínko (překlad autorky).

tím, že pracuje s rychlostí a velkou dávkou nejistoty, a to již od svého začátku. Tradiční podnik je spíše založen na plánování, předpovídání a pomalejším růstem (Ries, 2019, s. 14).

Start-up může také vzniknout v rámci již fungující úspěšné, jakkoliv velké společnosti a také se tomu děje. Manažeři velkých firem, které ustrnuly na určitém bodě obratu, chtějí samozřejmě také růst a diverzifikovat své možnosti na trhu. Proto je zde možnost, aby manažeři, a zejména zkušenými pracovníky v oddělení lidských zdrojů, vyčlenili tým zaměstnanců, u kterých vidí podnikatelský potenciál a těm nabídli možnost založit start-up. Ries (2019) blíže popisuje tento proces a autor mnohokrát zmiňuje, jak to pro společnosti může být zásadní obrát k lepšímu, neboť start-up přináší inovace, rozšiřuje možnosti a dává možnost zaměstnancům, kteří jsou možná také už ve fázi stagnace, aby se mohli rozvíjet a pomoci založit něco nového (Ries, 2019).

Další odlišností či specifickým pro start-upy může být fakt, že nemohou zvolit pro svůj byznys plán model plánování. Nemají totiž žádné údaje z minulosti o tom, jak plánovat výrobu, jaká je poptávka po jejich produktu, jak naplánovat KPI⁵, jaké hodnoty by měly mít žádoucí finanční ukazatele apod. Samozřejmě, start-upy mají podnikatelský plán, který musí předkládat investorům, ten ale musí tvořit často i inovativním způsobem. Pokud je tento plán neúspěšný, nutně to nemusí znamenat, že i start-up bude neúspěšný. Pouze to může znamenat, že plán nebyl sestaven správně. Tento prvek charakterizuje „moderní firmu“ (Ries, 2019).

Start-up se také může lišit způsobem financování jeho založení. Zde se objevuje několik pojmů, které jsou pro start-up jedinečné. Například Venture Capital, Crowdfunding, Friends, Family & Fools. Více o financování start-upů v kapitole 1.4.

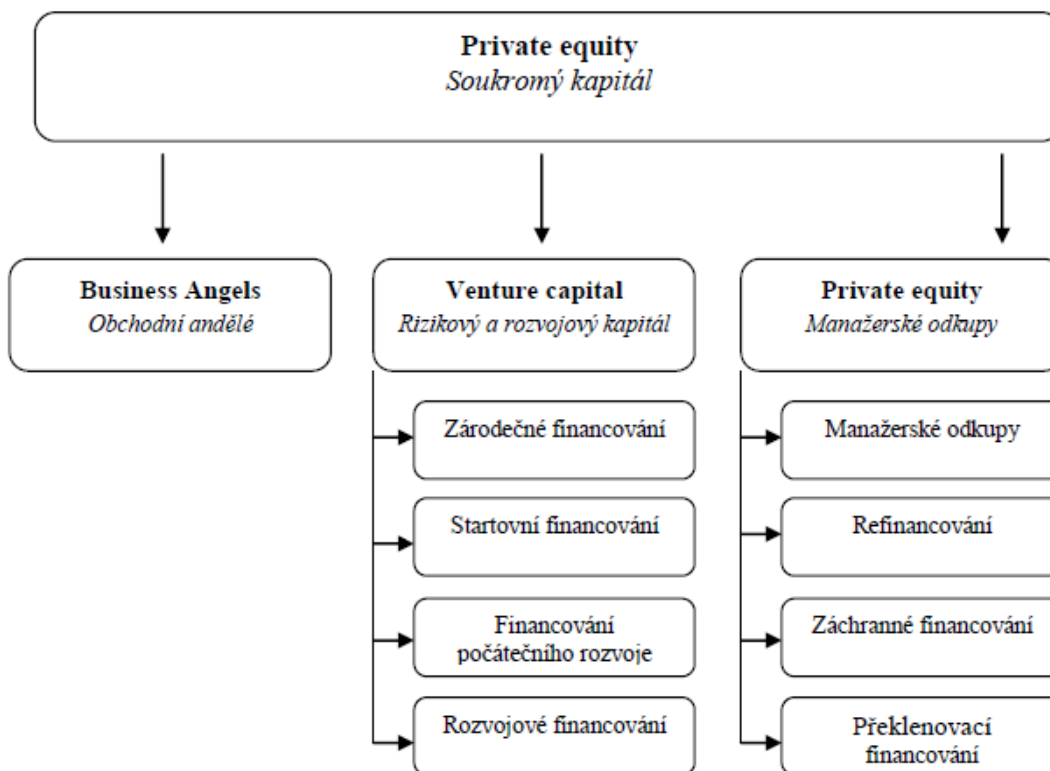
1.4 Financování start-upů

Najít vhodný zdroj financování rizikového začínajícího podnikání s nejistou budoucností je úkol nelehký. Dle definic uvedených dále v kapitole je ale jasné, proč investoři rizikové podnikání i přes vysoké riziko neúspěchu podporují. Nejdůležitější je vidina velkého

⁵ KPI = Key performance indicators. Ukazatele fungování podniku, které si podnik sám může zvolit jako klíčové a které bude sledovat v pravidelných intervalech (týden, měsíc, čtvrtletí, ...)

úspěchu, jakého dosáhly například start-upy Canva, Freelancer, Duolingo a další, které jsou nyní milionovými podniky.

V dnešní době existuje několik možností, jak získat kapitál, který zajistí založení a počáteční fungování podniku (start-upu). V kapitole 1.4. jsou vyjmenovány a popsány některé z druhů financování, které jsou specifické pro start-upy nebo rizikové podnikání. Pro lepší orientaci v pojmech viz obrázek 1, kde jsou uvedena specifika pro každý termín věnující se financování rizikového podnikání.



Obrázek 1 - Vztah soukromého, rizikového a rozvojového kapitálu
Zdroj: Nývltová 2007, str. 104

Podkapitoly kapitoly 1.4. jsou věnovány více detailnímu popisu jednotlivých forem financování, které jsou uvedeny na obrázku 1 a jsou provázány konkrétně s pojmem startup. Všechny pojmy nějak spojuje pojem rizikový kapitál. Tomuto pojmu se věnuje první podkapitola a poté následují přímo kapitoly věnované formám financování start-upového podnikání, resp. rizikového kapitálu.

1.4.1 Rizikový kapitál

Rizikový kapitál je pojem, který velmi úzce souvisí se start-upovým podnikáním. V podstatě každý začínající start-up je krok do neznáma a je zde velké riziko neúspěchu. Dá se tedy konstatovat, že do start-upového, respektive do rizikového kapitálu investuje někdo, kdo je k riziku spíše lhostejný⁶ a láká ho vidina velkého zhodnocení. Veber (2007) definuje rizikový kapitál jako kapitál, jež je vložený do začínajícího podnikání nebo do projektů, které jsou inovační či nějakým způsobem rozvojové. Čížinská (2018) zase ve své knize Základy finančního řízení podniku uvádí, že v polovině devadesátých let začaly vznikat fondy rizikového a rozvojového kapitálu. Cílem těchto fondů je pomoci odkoupit podíly v začínajících technologických podnicích, co nejlépe zhodnotit investici, a to v časovém horizontu 3–5 let a poté ji prodat se ziskem. Ovšem podíl těchto fondů na celkových investicích je v České republice stále malý. Tento způsob financování je velmi populární v USA, odkud vlastně idea rizikového kapitálu a investic vznikla (Čížinská, 2018; Veber, 2010).

1.4.2 Venture capital

Venture capital „označuje kapitál investovaný do projektů, jejichž úspěšnost je nejistá, které však v případně příznivého vývoje nabízejí vysoké zhodnocení“ (Nývltová a Režňáková, 2007, s. 103). Tento kapitál je poskytován firmám, které jsou na začátku svého působení na trhu a nedisponují tak skoro žádnými aktivy, kterými by mohly ručit při žádání o bankovní úvěr a jejich vlastní zdroje financování jsou již vyčerpány. Česky se setkáváme s pojmem rizikový kapitál, ale i rozvojový kapitál, neboť venture capital může být použit i na podnikání, které již zaznamenalo nějaký růst, ale potřebuje zafinancovat další rozvoj (Nývltová 2007, str. 103).

Definice European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA) hovoří o venture capital takto: „*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*“. Takto to uvádí ve své knize Nývltová a Režňáková. Odlišují tak od pojmu venture capital pojmy Business

⁶ Dále averze k riziku = investor raději zvolí investici s menším rizikem, ale i menším potenciálním ziskem. A také neutrální postoj k riziku = investor zvolí nějakou zlatou střední cestu.

Angels a Private Equity, jimž jsou věnovány další podkapitoly, neboť i ty jsou dalšími možnostmi pro financování start-upů.

1.4.3 Private equity

Private equity se překládá jako soukromý kapitál, ale běžně se v praxi i v odborných publikacích používá anglický výraz bez překladu. Private equity má za cíl investice do malých, středních, ale i větších podniků, aby byly větší, silnější a měly větší zisk. Dle Nývltové a Režňákové (2007) a také dle Invest Europe je private equity nadřazeným pojmem pojmům jako Business Angels, Venture Capital nebo corporate venturing – viz Obrázek 1 (Nývltová a Režňáková, 2007; Investeurope.eu, 2020).

Pojmům Business Angels a Venture capital jsou věnovány samostatné kapitoly. Pojem corporate venturing se překládá jako korporátní investoři do rizikového kapitálu. A jsou to investice výrobních podniků do menších technologických či nějak inovativních firem, s cílem získat z nich poté technologii či je nějak jinak využít pro svůj další rozvoj (Nývltová a Režňáková, 2007).

1.4.4 Business Angels (Andělstí investoři)

Nově vzniklá česká asociace andělských investorů Czech Business Angel Association (CBAA), jejímž prezidentem je Karel Obluk. Ten odpovídal v rozhovoru pro časopis Forbes na otázky týkající se právě této nově vzniklé asociace. Dle pana Obluka je business angel někdo, kdo už má nějakou podnikatelskou zkušenost a investuje soukromé peníze výměnou za nějaký menší podíl ve start-upovém (podnikatelském) projektu na začátku jeho rozvoje (Krstanov, 2020; Čížinská, 2018).

Hlavními důvody vzniku této asociace je především snaha změnit podnikatelské prostředí v ČR. ČR je totiž stále vnímána jako montovna Evropy. Dle pana Obluka je zde potenciál toto změnit. Dalším důvodem vzniku CBAA je podpora právě business angel aktivit, neboť doposud jsou investice v České republice zejména v podobě venture kapitálů a private equity (Krstanov, 2020; Kroupová, 2015).

1.4.5 Crowdfunding

Jednoduše přeloženo – financován davem. Tento způsob financování je založen na jednoduché myšlence. Jde o to sehnat malé částky peněz od co nejvíce lidí, kteří za to poté získají nějakou odměnu. Skrze crowdfunding lze oslovit mnoho různých lidí najednou pomocí sociálních sítí (JANICKI, Klára, 2012).

V dnešní době se díky této formě financování například úspěšně daří podporovat rozvoj Univerzitní hokejové ligy a jejích týmů skrze start-up HIT HIT. Zde si šlo koupit například večeři s hráčem hokejového týmu za 300 Kč nebo čepici za 100 Kč a tím se podporoval rozpočet týmu, který dosahoval až 80 000 Kč na sezonu.

Velmi populární je crowdfunding například pro vývoj nových technologických produktů a aplikací společnosti Apple. Také je tento způsob finanční podpory velmi populární pro charitativní projekty a události. V dnešní době je známý crowdfundingový případ, kdy se vybraly miliony korun na pomoc hořícím australským lesům skrze Facebook. Peníze mohl poslat kdokoliv na transparentní účet. Nabídka na podporu jednoduše vyskočila na facebookovém profilu téměř všech uživatelů, kteří se připojili a mohli tak ihned poslat libovolnou částku, která pak pomohla tam, kde to bylo nejvíce potřeba⁷. Je zde i specifická forma crowdfundingu, a to podílový crowdfunding. Zde už lze za vklad získat přímo podíl v začínajícím podniku. Velmi populární je tato forma v Nizozemsku a ve Velké Británii (JANICKI, Klára, 2012).

Mezi výhody tohoto způsobu financování patří bezesporu snadná komunikace skrze sociální síť. Mnohdy to může být jednodušší sehnat prostředky na podnikání takto než sedět několik hodin v bance s poradcem, a nakonec na půjčku ani nedosáhnout. První přispěvatelé (investoři)⁸ se mohou stát prvními zákazníky a rozšířit slovo o novém podniku, což je další výhoda tohoto financování. Hlavní nevýhodou je, že žadatel vlastně zveřejní, na co peníze chce a tím prozradí svůj, třeba i úplně unikátní a inovativní nápad, tedy je zde riziko, že bude někdo rychlejší a nápad okopíruje (JANICKI, Klára, 2012).

⁷ Zde se tedy nejednalo přímo o investici, ale o charitativní pomoc. Je to uvedeno jako příklad rychlosti a úspěšnosti crowdfundingu.

⁸ Zde také může vznikat problém s pojmy. V rámci crowdfundingu se musí rozlišovat, jestli se bude jednat o dar nebo investici a člověk, který poskytne finanční prostředky získá něco za příspěvní nebo ne.

1.4.6 3F (Friends, Family & Fools)

Způsob financování startupu, který se jeví jako nejvýhodnější, jsou FFF (také 3F a Friends, Family & Fools). Toto financování lze využít v úplném počátku podnikání, kdy není k dispozici žádná jiná možnost, jako půjčka od banky nebo emise akcií. V překladu Kamarádi, Rodina a Blázni. Protože velmi pravděpodobně je to právě rodina a přátelé, kteří budou chtít podpořit podnikání člověka, který má nápad na projekt či start-up. Kamarádi a rodina pak svoje investice smění za nějaký marginální podíl v podniku, pokud bude úspěšný. Výhodou jejich finanční podpory je, že není svázaná nějakou právní smlouvou a funguje na bázi podpory, důvěry a osobních vztahů. Fools (Blázni) jsou v této skupině pro jejich investice do velmi rizikového kapitálu v nevyzpytatelném odvětví. Nevýhodou může být risk, že se zhorší rodinné nebo přátelské vztahy, protože peníze jsou stále velmi citlivé téma (GORDON Jason Mance, 2020; Managementmania.com, 2020a).

1.5 Organizace na podporu start-upů v Libereckém kraji

Pro zjednodušení a pro zaručení kvalitně provedeného výzkumu byl vybrán pro tuto práci pouze určitý region, a to region Libereckého kraje. Důvodem je zejména to, že se zde nachází Technická univerzita v Liberci (dále jen „TUL“), která produkuje mnoho studentů a absolventů, kteří by potenciálně mohli být zakladateli start-upu, čemuž se přesně věnuje tato práce.

1.5.1 CzechInvest

CzechInvest je velmi známá agentura, která v České republice podporuje podnikání a investice. Jedná se o příspěvkovou organizaci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Pobočka CzechInvest se nachází i v Libereckém kraji a jejím ředitelem je Jan Mašek (CZECHINVEST, 2020).

Hned v hlavní nabídce webových stránek www.czechinvest.org se nachází záložka přímo věnovaná start-upům – *Služby pro startupy*. Což ukazuje, že start-upy se skutečně stávají velmi významným sektorem ekonomiky a podnikání. V podsložce se například nachází odkaz *Potřebujete pomoc se startem?* Na obrázku 2 lze vidět dva projekty, které jsou v nabídce. Jedním je CzechStarter, který přímo podporuje rozjíždějící se start-upy pomocí

mentoringu a předávání know-how. V nabídce zde je dvoutýdenní soustředění v Silicon Valley, kolébce start-upů. Druhou možností je inkubátor ESA BIC⁹ Prague. Ten podporuje zejména růst technologických start-upů, které ve svých projektech používají vesmírné technologie. Odkazuje tak přímo na webové stránky ESA BIC Prague (a Brno), na kterých lze například najít příklady start-upů, které využívají vesmírné technologie a ESA BIC jim v začátku pomohl. Je to například: Spacemanic, Skymaps, World from Space, TuddyTuddy a další (CzechInvest.cz, 2020; ESA-BIS.CZ, 2020).



Obrázek 2 - Webové stránky CzechInvest
Zdroj: CzechInvest, 2020.

1.5.2 Lipo.ink

Přímo v krajském městě Liberci se nachází Lipoink – Liberecký podnikatelský inkubátor. Tato organizace je spravována Agenturou regionálního rozvoje a pomáhá zejména začínajícím podnikatelům nebo lidem, kteří mají zájem o své vlastní podnikání. Organizaci spravují nyní 4 odborníci na podnikání, osobnostní rozvoj a motivaci, konkrétně Philipp Roden (ředitel), Vendula Zedníková (Community manager¹⁰), Antonín Ferdan (Head of the business innovation & educational programmes¹¹) a Denisa Sedlická (Stážistka). Liberecký podnikatelský inkubátor není vůbec ničím jedinečným, co se v celosvětovém pohledu na start-upy týká. Při zakládání nových podniků je připojení se ke start-upovému inkubátoru

⁹ ESA BIC = European Space Agency business incubation centre.

¹⁰ Manažer komunity – „člověk, který pečuje o online komunitu produktu a značky“ (FACEMAG.CZ, 2013).

¹¹ Manažer rozvoje podniku a vzdělávacích programů (překlad autorky).

nebo akceleratoru jednou z běžných možností, jak získat nějaký počáteční kapitál a také kontakty (případně si i vybudovat síť kontaktů). Důležité je, že poskytuje zadarmo první konzultaci k nápadu na podnikání a poté zdarma coworking space¹².

Pomoc pro studenty a kantory je praktikována formou přednášek a workshopů, které jsou poskytovány zadarmo. Pro pomoc začínajícím podnikatelům je tu Podnikatelská ambulance. V rámci té je poskytnuta konzultace podnikatelům, kteří si nejsou zcela jisti realizovatelností svého nápadu nebo nějaký nápad mají a nedaří se jim ho plně realizovat. Na stránkách lipo.innk je k dispozici přímo odkaz na smlouvené schůzky s jedním z odborníků Lipo.innk. Tato konzultace je zcela zdarma a stačí si pouze zarezervovat termín. Další možností k rozvoji podnikání je Networking, který Lipo.innk organizuje. Tato velmi populární metoda seznamování a potkávání lidí z podnikatelského prostředí je organizována Lipo.innkem každý týden. Také se na ni stačí zaregistrovat na stránkách nebo například na Facebooku a potvrzení přijde na email.

Jeden z největších projektů, které teď v Libereckém kraji probíhají je výstavba nových prostor pro Lipo.innk. Už v roce 2020 by mělo stát nové centrum pro začínající podnikatele nebo pro ty, kteří na svém podnikání už pracují, přímo v centru Liberce. Nabídne prostor až 3 500 m². Projekt je vlastně sám o sobě start-upem společnosti Lipo.innk a nese název “Inovační centrum – Podnikatelský inkubátor Libereckého kraje.”

Projekt bude spolufinancován v rámci Integrovaného regionálního operačního programu Evropské unie. Celkové předpokládané výdaje by měly činit 349 555 792,16 Kč a dotace Evropské unie by měla tvořit 54 473 523,47 Kč z celkových výdajů (Lipo.innk.cz, 2020).

1.5.3 Student Business Club

Další organizací působící v Libereckém kraji, která pomáhá rozvíjet nápady u studentů Technické univerzity v Liberci je Student Business Club. Založen akademickými pracovníky Ekonomické fakulty TUL, paní docentkou Rydvalovou, paní docentkou

¹² Coworking space je v překladu místo spolupráce. Jedná se o moderní formu práce zejména pro lidi, kteří nemají vlastní kamenné sídlo nebo kancelář a pracují víceméně online a nechtějí pracovat z domova. Tento prostor se dá buďto pronajmout na různých stránkách nebo je v nabídce inkubátorů a akceleratorů.

Antlovou a panem doktorem Demelem. Co vlastně Student Business Club (dále jen „SBC“) dělá popisují sami zakladatelé na stránkách SBC:

„V rámci mé výuky, kdy studenti tvoří fiktivní firmy a simulují obchod se svým produktem se zahraničím, se setkávám s tolika báječnými nápady, že je mi často líto, že většina z nich v podstatě zapadne. Věřím, že Student Business Club je správnou cestou, jak to napravit.“

Ing. Jaroslav Demel, Ph.D. (SBC-TUL.cz, 2020).

„Univerzita nemusí být slonovinovou věží odříznutou od skutečného světa. Hodně nových myšlenek pochází právě z akademického prostředí. Vizi Student Business Club je vytvořit komunitu – partnerskou síť pomáhající propojit myšlenky, tušení, nápady, znalosti, zkušenosti a možná i šťastnou náhodu :-).“ doc. Ing. Petra Rydvalová, Ph.D. (SBC-TUL.cz, 2020).

„V průběhu studia mají někteří studenti skvělé nápady a řada z nich stojí za realizaci. Kdo jiný by měl pomoci studentům TUL při návrhu a případné realizaci podnikatelského projektu než Ekonomická fakulta TUL a její pedagogové?“ doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D. (SBC-TUL.cz, 2020).

SBC pořádá mnoho akcí, které pomáhají rozvoji studentů Ekonomické fakulty (a dalších fakult TUL). Mezi pravidelné akce patří každý měsíc Brain & Breakfast. Tato akce se koná vždy ráno, neboť se jedná o netradičně strávenou snídani s nějakou zajímavou osobností z businessu. Například 23.1. 2020 se Brain & Breakfast zúčastnil Michal Pastier, který se jakožto spolujitel a kreativní ředitel reklamní agentury Zaraguza zařadil mezi Top 100 evropských inovátorů a také se stal vítězem kategorie Byznys 30 pod 30¹³ udělované časopisem Forbes (SBC-TUL.cz, 2020).

Na Obrázku 3 je ukázka pozvánky na akci SBC Brain & Breakfast. 23.1. 2020 bylo téma snídane „*Čo funguje v marketingovej komunikácii*“. Partnery události jsou například Škoda Auto, a.s., Kooperativa, Innogy a další. Na sociální síti Facebook zareagovalo na událost 51 lidí. Zde je určitě potenciál na rozšíření zájmu o akci. Více dále v práci.

¹³ 30 pod 30 je žebříček 30 talentů mladších 30 let z různých oblastí podnikání, sportu, médií a dalších. Pravidelně každý rok jej vyhláší business časopis Forbes. (FORBES ČESKO, 2018)



Obrázek 3 - Brain & Breakfast pozvánka leden 2020
Zdroj: SBC-TUL, 2020.

Asi nejvýznamější aktivitou, kterou SBC přináší pro studenty je každoročně pořádaná soutěž Start-up TUL. V roce 2020 proběhne již 6. ročník a cílem soutěže je *“Podpora podnikatelského prostředí na Technické univerzitě v Liberci”* (SBC-TUL.cz, 2020). Zúčastnit soutěže se může student, absolvent nebo zaměstnanec TUL (v době přihlášky), bezúhonný, starší 18 let a občan České republiky. Samozřejmě že soutěž má větší rozsah než jen generování nápadů na start-upy. Rozvíjí to osobnosti a podnikavost zúčastněných, pomáhá zlepšit jejich organizovanost a plánování, rozšiřuje kontakty zúčastněných, neboť přijdou do kontaktu jak s pedagogy z TUL, tak z významnými, zkušenými a úspěšnými osobnostmi z businessu a praxe. Pozvánka k účasti na soutěži je na Obrázku 4.

EF TUL vyhlašuje
pod záštitou rektora TUL
6. ročník soutěže o nejlepší



START-UP TUL

Cíl soutěže:

Podpora podnikatelského prostředí na Technické univerzitě v Liberci

Vyhlášení soutěže:

Termín podání přihlášek:
Termín předložení soutěžní konceptu podnikatelského záměru:
Uspořádání školy podnikání pro přihlášené účastníky:
Odevzdání business plánů:
Start-up finále:
Vyhlášení výsledků a prezentace vítězných startupů:

Časový harmonogram:

T-fórum 2019
31. 3. 2020
30. 6. 2020
Září 2020
31. 10. 2020
Listopad 2020
T-fórum 2020

Obrázek 4 - Soutěž Start-up TUL
Zdroj: SBC-TUL.cz, 2020

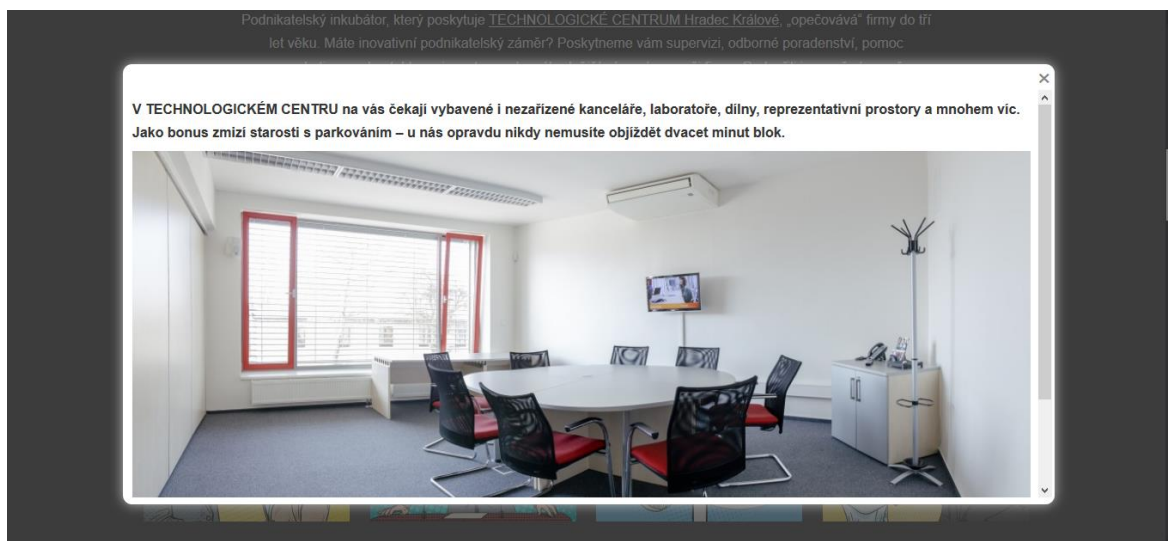
1.5.4 TECHNOLOGICKÉ CENTRUM Hradec Králové

V královehradeckém kraji je jednou z nevýznamnějších institucí pro podporu začínajícího podnikání TECHNOLOGICKÉ CENTRUM. Samozřejmě také pomáhá již zkušenějším podnikatelům s jejich businesssem. Je to velmi důležité inovační centrum pro celý Královehradecký kraj. UHK je jedním z hlavních partnerů. Dalšími jsou například CzechInvest, Czech ICT Alliance nebo Microsoft, přičemž toto centrum je jediným Microsoft inovačním centrem v České republice (tchk.cz, 2020).

Pro začínající (nebo zájemce) startupisty a studenty vysokých škol nabízí TECHNOLOGICKÉ CENTRUM hned několik služeb. Jako SBC na TUL i zde je v nabídce Brain&Breakfast, což je neformální business setkání pořádané na měsíční bázi. Dále je tu Hradecký startovač, který se koná každý rok. Je to neformální setkání zájemců o podnikání, již začínajících podnikatelů, odborníků z praxe a dalších zájemců o toto téma. Akce se koná v aule Přírodovědecké fakulty Univerzity Hradec Králové. Další zajímavou akcí je Student Business Forum, které pořádá TECHNOLOGICKÉ CENTRUM spolu s Univerzitou Hradec Králové. Akce je zaměřená hlavně na studenty a probuzení v nich zájem o podnikání. V roce 2018 se konal 12. ročník (tchk.cz, 2020).

V rámci TECHNOLOGICKÉHO CENTRA funguje také podnikatelský inkubátor **Vyklubejtese.cz**. Ten se stará o firmy do 3 let od jejich vzniku. Poskytuje jim poradenství,

vytvoření business plánu, propojení s investory a také kancelář v objektu TECHNOLOGICKÉHO CENTRA, kterou lze kdykoliv využít, viz Obrázek 5. Jejich pomoc využila například společnost Talkiebear s.r.o., která vyvinula například aplikaci na tablet pro malé děti. Aplikace rozvíjí logopedické schopnosti dětí, podporuje rozvoj jejich slovní zásoby a mnoho dalších (takliebear.cz, 2020).



Obrázek 5 - Kanceláře TECHNOLOGICKÉHO CENTRA
Zdroj: tchk.cz, 2020.

1.5.5 DEX Innovation centre

Další organizací působící v libereckém kraji, která podporuje inovace a start-upy je DEX Innovation Centre (dále jen „DEX IC“). Tato nezisková organizace byla založena v srpnu 2012 a má široké portfolio aktivit. Mezi hlavní činnosti patří Podpora výzkumu a vývoje, Podpora podnikání a Návrhy e-řešení a všeobecná inovační podpora pro podniky. Síť DEX IC zahrnuje přes 30 zkušených expertů z mezinárodního prostředí (dex-ic.com, 2020a).

V pilíři Podnikání a podpora podnikání najdeme více podaktivit (dex-ic.com, 2020b):

- Startupy, scaling-up – v této sekci DEX IC podporuje rozvoj a akceleraci start-upů. Nabízí individuální mentoring a další mezinárodní události, skrze které poskytuje poradenství pro start nového podniku nebo oživení stagnujícího. Také pomáhá nalézt lepší strategii, rozšířit znalosti o trhu, konkurenci, zákonech, předpisech a mnoho dalšího.

- Financování inovací – členové DEX IC jsou odborníci, kteří si prošli založením nebo zaměstnáním v malém nebo středním podniku a mezi jejich zkušenosti patří i jak takový podnik financovat. Jejich zkušenosti tak skrze DEX IC předávají dalším malých a středním podnikům, které se jeví jako inovativní a mají potenciál růst. Předávají tak informace o nástroji finanční podpory jako byl JEREMIE (poskytovatelem zde byla Evropská investiční banka), výzvy programu Cosme a dalších.
- Podnikatelské modely – opět zde za využití zkušenost a prověřené metodologii radí členové DEX IC, jak vytvořit správný obchodní model, protože i zde dělá mnoho firem nespočet chyb, které mohou být pro podnik fatální.
- Klastry a networking – DEX IC se zaměřuje také na klastry a jejich podporu internacionalizace a rozvoji jejich excelence skrze kontakty a zkušenosti v oblasti.

Přímo podpoře start-upů se DEX IC věnuje pořádáním Hackathonů¹⁴, Akceletátorů, které trvají 6 týdnů či poskytováním služby Virtuální inkubátor. Mezi experty, kteří poskytují své služby skrze DEX IC jsou například Alan Fabík, dlouholetý obchodní ředitel firmy JABLOTRON a nyní generální ředitel společnosti, kterou spoluzaložil, HARDWARIO; dále Antonín Ferdan, který se zapojuje do DEX IC také díky zkušenostem s výše zmíněným Lipo.ink, kde stále působí, ale také díky mezinárodním zkušenostem z podnikatelského prostředí a mentoringu a nebo je mentorem například Pavel Bartoš, který v DEX IC zastává pozici Startup Expert a se díky svým zkušenostem se start-upy a jejich business plány zaměřuje přímo na jejich podporu zároveň co působí jako mentor v programu Google Launchpad, inkubátor Evropské kosmické agentury nebo laboratoře Vodafone. (Dex-ic.com, 2020c)

1.5.6 321 dílna Karla Janečka

321 dílna funguje jako organizace (komunita lidí) za podpory Nadace Karla Janečka. Hlavními aktivitami této organizace je pořádání workshopů, (které přímo pořádá Nadace Karla Janečka) skrze které pomáhá lidem založit byznys nebo ho řídit. Odtud pochází název 321 dílna, kde každé číslo symbolizuje stádium byznysu. 1 je pro začátečníky, kteří chtějí přeměnit svůj nápad ve výnosný podnik. 321 dílna pro ně nabízí tříhodinový workshop,

¹⁴ Je to v podstatě závod, kde se týmy během 24 hodin snaží najít řešení pro nějaký technický problém, vyvinout aplikaci nebo navrhnout webové stránky. Spojení slov *hack* a *maraton*. (BYDLÍME S FILIPEM, 2017)

kde si zájemce vyzkouší naostro přeměnit nápad v byznys a zjistit, zda je to reálné. Číslo 2 je pro středně pokročilý byznys či manažera. Zde se zejména experti z dílny snaží pomoci zjistit, zda je podnik životaschopný, kde jsou případné nedostatky a podobně. Tento program probíhá v rámci šestidenního akcelérátoru. Poslední číslo 3, je program pro pokročilý podnik či pokročilého manažera (manažery). Zde dílna nabízí intenzivní program, který podnik či manažera připravuje na investici, která bude pro podnik znamenat rozvoj a zlepšení stávající situace (321dílna, 2020).

Účastník 321 dílny má možnost setkat se s lidmi z praxe, jako například se zakladatelem start-upu bikesharingového podniku Rekola Vítkem Ježkem, autorem projektu Liftago Martinem Hauseblasem nebo Lukášem Hrdličkou, který je školitelem prezentačních dovedností například pro společnost LEGO nebo Microsoft (321dílna, 2020).

1.5.7 AIESEC

AIESEC je mezinárodní nezisková studentská organizace. Jejím hlavním cílem je rozvíjet potenciál studentů středních a vysokých škol. To se děje skrze zprostředkování zahraničních výjezdů. Buď jsou to výjezdy dobrovolnické nebo pracovní. AIESEC má hlavní pobočku AIESEC International. Poté jsou jednotlivé pobočky pro regiony, následují pobočky pro jednotlivé země, nacházející se v hlavních městech a poté pobočky v jednotlivých městech, většinou tam, kde se nachází univerzita.

Jako jedna z organizací podpory start-upového podnikání je to zde uvedeno proto, že člen této organizace si může na své pobočce vyzkoušet různé pozice, jež by mu měly pomoci orientaci v podnikání a případnému založení si podnikání vlastního. Jsou zde pozice v účetnictví, zaměřeny na organizaci lidí, organizaci událostí a meetingů, pořádání akcí, vedoucí marketingu a mnoho dalších. Vše je dobrovolnické a člen není vázán žádnou smlouvou čili je to skvělá příležitost, jak si vyzkoušet různé pozice, které jsou pak i ve firmách a získat tak výjimečné zkušenosti.

V Liberci vznikla pobočka AIESEC v roce 2014 jako vůbec nejmladší pobočka v České republice. Vystřídalo se v ní několik členů. Někteří jsou dnes již úspěšnými podnikateli nebo zaměstnanci firem nebo dokonce žijí v zahraničí. Bohužel v současné době je pobočka vedena pod pražskou pobočkou. V Hradci Králové pobočka vznikla o něco dříve a patří k jedněm z nejúspěšnějších poboček v Česku, a to zejména díky výbornému marketingu.

1.6 Budoucnost start-upů v České republice

Dnešní svět čelí mnoha hrozbám. Například přítomnosti neznámého viru, bankroty států, rozpad Evropské unie, terorismus, nelegální přistěhovalectví a další. Jedinou jistotou může být pohyb vpřed. Jinými slovy, neustálé inovace. Start-upy jsou bezpochyby jedním z hybatelů inovací, mění trhy, přináší nové nápady a posouvají populaci světa zase o kousek dále v rozvoji. S lidmi, kteří jsou nápadití a podnikaví a kteří se nebudou bát založit nebo podpořit začínající podnikání (nový nápad, zajímavý projekt) je pohyb dopředu zaručen a do budoucna jsou start-upy jistě velkým tématem a snad jich bude přibývat i v České republice.

Pozitivním krokem pro zlepšení situace v ČR je určitě větší podpora státu a bank. Článek z 3. února 2020 na stránkách webu BusinessInfo.cz zajímavě shrnuje, jaká je situace s financováním startupů v České republice a jak se podpora tohoto druhu podnikání posouvá kupředu. Výrazně přibývá business Angels, o kterých se psalo výše. Důležitá je také podpora Evropského investičního fondu, což zvyšuje ochotu soukromých fondů investovat kapitál do více rizikových projektů, jako jsou například start-upy. S financováním od bank to bylo vždy složité, protože dle jejich hodnocení rizik, jsou start-upy příliš rizikové a jejich krátká (nebo žádná) podnikatelská historie pro banky také není příhodná. Banky ale už začínají rozjíždějí se podnikatelské nápady podporovat a největším podporovatelem je Česká spořitelna. Česká spořitelna vytvořila program „Hledá se nová krev“ v rámci kterého půjčuje začínajícím podnikatelům finanční prostředky ve výši až 800 milionů korun. Raiffeisenbank má také ve své nabídce produktů úvěr pro začínající podnikatele. Podnikatelský úvěr od Raiffeisenbank je se zárukou Evropské investiční banky (BusinessInfo.cz, 2020).

V článku BusinessInfo.cz uvádí Zuzana Paulovics z ČSOB, že hlavním důvodem krachu většiny start-upů do jednoho či dvou let od vzniku je neschopnost mít zjištěno, zda bude po jejich produktu poptávka. Na to má ale jiný názor Blank (2014), který říká, že start-upy nemají mít business plán. Znakem start-upů je právě hledání business modelu. Zde je jasně vidět odlišný přístup v České republice a ve Spojených státech amerických (Dostál, 2020; Blank, 2014). Také je zmíněna edukace začínajících podnikatelů, která je v odvětví vlastního podnikání (start-upů) nedostatečná a často je to také důvod jejich neúspěchu. Zde by se Česká republika mohla více inspirovat ve Spojených státech, kde funguje propojení výuky o start-upech například na Stanfordské univerzitě. V Kalifornii je propojeno akademické

prostřední s prostředím největšího rodiště start-upů na světě, Silicon Valley. Steve Blank (2011) to zmiňuje ve svých akademických článcích jako důležité pro budoucí úspěšnost. Studenti by měli už za svých studií mít možnost dělat výzkum, vymýšlet inovativní projekty, pokusit se zjistit, zda by měli zákazníky pro svůj produkt a vytvořit s nimi kontakty a celkově vytvořit business model pro svůj projekt (Blank, 2012).

Česká republika tak pomalu začíná reagovat na trend start-upů a snaží se o podporu jejich vzniku. Níže v práci je popsána Inovační strategie České republiky 2019-2030, která má v jednom z pilířů prioritu pro rozvoj start-upů. Což je další pozitivní krok k jejich podpoře a snad také k lepší podpoře začínajícího podnikání v Česku. Bohužel nezmiňuje přesnou podporu, ani jaká forma podpory by měla být realizována ve školství. Snad se ale časem objeví někdo, kdo se nebude bát změny a posune české školství tím správným, inovativním směrem.

2 Představení vybraných českých a úspěšných start-upů absolventů/studentů VŠ

Kapitola druhá představuje start-upy, které byly založeny studenty či absolventy Technické univerzity v Liberci, ale i absolventy jiných univerzit a jejichž působení je nějak spjato s Libereckým krajem. Některé vybrané podniky byly založeny svými zakladateli již v průběhu jejich studia, a to například v rámci Student Business Clubu (viz kapitola 1.)

V názvu kapitoly je vepsáno slovo „úspěšných“ a toto slovo zde bude pojato tak, že zmíněné start-upy stále ještě fungují tedy nezanikly nebo dokonce jejich obrat či prodeje stále rostou.

2.1 MITON CZ, s. r. o.

Společnost MITON, s.r.o. byla založena studenty Technické Univerzity v Liberci – Tomáš Hodboď a Milan Matějček plus jedním dalším kolegou Ondřejem v roce 1998, tehdy ještě jako společnost Otoman. První myšlenkou bylo založit weby, které budou poskytovat online obsah pro uživatele. V roce 1999 se připojil čtvrtý společník Michal Jiráček, který dělal zejména grafiku (Miton.cz, 2020).

V roce 2000 společnost mění Otoman na MITON, s.r.o. a začíná fungovat web Stahuj.cz. Poté v roce 2005 MITON získal titul pro nejrychleji rostoucí technologickou firmu v České republice Deloitte Technology Fast 50 Rising Stars, což byl další významný milník této firmy (Miton.cz, 2020).

Dnes je MITON, s.r.o. velmi úspěšně fungujícím podnikem, který začal jako start-up studentů vysoké školy a dnes má hodnotu 10 miliard Kč. V jeho portfoliu jsou weby jako: rohlik.cz, GLAMI.cz, Bonami.cz, Twisto, StartupJobs.cz, Slevomat.cz, Heureka.cz anebo „Dáme jídlo“. Miton je také jedním z partnerů Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci.

2.2 HARDWARIO, s. r. o.

HARDWARIO, s.r.o. je start-up založený v roce 2016. Jeho sídlo a obchodní zastoupení je v Anglii v Londýně, jinak je to ale liberecká firma spoluzaložená Lukášem a Alanem

Fabikovými. Alan Fabik získával během let po studiích na vysoké škole zkušenosti v několika mezinárodních firmách na pozicích ve vedeních společností a top managementu. Poté se ale naplno pustil do rozvoje svého vlastního podnikání, které se mu daří úspěšně rozvíjet.

Společnost HARDWARIO nabízí originální řešení pro hardware i software problémy, zejména se zaměřením na Internet of Things (dále jen „IoT“). Pomáhají při pilotních řešeních problémů Průmyslu 4.0, aktivně vyučují STEM¹⁵ výuku a pomáhají rozvíjet chytrou domácnost. Jejich produkty může mít doma úplně každý, jak multinárodní firma, tak jednotlivec. Na svých webových stránkách velmi přehledně informují o svých produktech, službách a také je zde k dispozici e-shop, kde jdou veškeré produkty společnosti zakoupit. Jedná se například o Starter Bundle, který stojí 2 671 Kč a jde o zařízení, které je vlastně základním prvkem stavebnice IoT a poskytuje možnost bezdrátově spouštět akce, posílat informace o teplotě v místnosti a polohu zařízení přímo do chytrého telefonu. K dispozici k prodeji je také celá sada STEM Education Bundle. Tato sada stojí 33 737 Kč a obsahuje všechny dostupné moduly na výuku a vyzkoušení si vytvoření hardware krabičky a software se pak jich napojí. Sada je určena hlavně pro školy a inovační týmy firem. Součástí této sady je vzorová lekce výuky, která trvá čtyřikrát 45 minut a nese název „Kvalita vnitřního klimatu“ (hardwario.com, 2020).

2.3 Aper Meteo

Start-up založen Janem Palaščákem v rámci jeho Amper Holdingu.

Jan Palaščák sice pracuje v Praze, kde má Amper Holding hlavní sídlo, nicméně je také externím doktorandským studentem na Technické univerzitě v Liberci. V současné době zakládá další start-up, jelikož říká, že ho velmi baví být u zrodu něčeho nového, rozjíždět něco z ničeho a inovativní prostředí ho láká a naplňuje.

¹⁵ STEM = jedná se o vzdělávání v oboru Science (vědy), Technology (techniky), Engineering (Technologie) a Mathematics (matematiky).

2.4 Projekty (start-upy z produkce SBC)

V této podkapitole jsou představeny start-upy, které vznikly v rámci každoročního soutěžního projektu pořádaného SBC Start-up TUL, který se pořádá od roku 2015. Start-upy zde zmíněné vznikly v hlavách studentů Technické univerzity v Liberci. Jedná se o perfektní příklad zapojení studentů do mimoškolních aktivit. Může to být také lákadlem pro uchazeče o studium, neboť právě SBC je klub (resp. jejich soutěž), který by měl být na každé univerzitě a měl by pomáhat rozvoji zkušeností a dovedností studentů i mimo tradiční výuku.

2.4.1 COOLtour galerie

Tento projekt zpracovávala v prvním ročníku soutěže v roce 2015 Klára Atlová. Soutěž sice nevyhrála, projekt byl ale velmi pozitivně chválen a hodnocen ve spojitosti s rozvojem kulturního vyžití v libereckém kraji. Tento projekt nebyl dále realizován, nicméně Klára soutěž pomohla rozvíjet její podnikatelské schopnosti a založila centrum KultiVAR. Toto coworkingové centrum se věnuje řemeslům, designu, přednáškách o tématech, o kterých se lidé bojí hovořit a dalších. Také se zde konají meetupy¹⁶ Lipo.ink (SBC-TUL.cz, 2020).

2.4.2 Voucherino

V roce 2017 se soutěže zúčastnil Karel Bartůněk a obsadil druhé místo se svým projektem Voucherino. Voucherino je poskytovaná online služba pro tvorbu vhodných a vkusných dárkových poukazů pro malé a střední podniky. Tento studentský projekt se již velmi úspěšně rozvíjí, webové stránky nabízí velmi pěkné rozhraní a vyzkoušet si navrhnout poukaz lze i zdarma (voucherino.com, 2020).

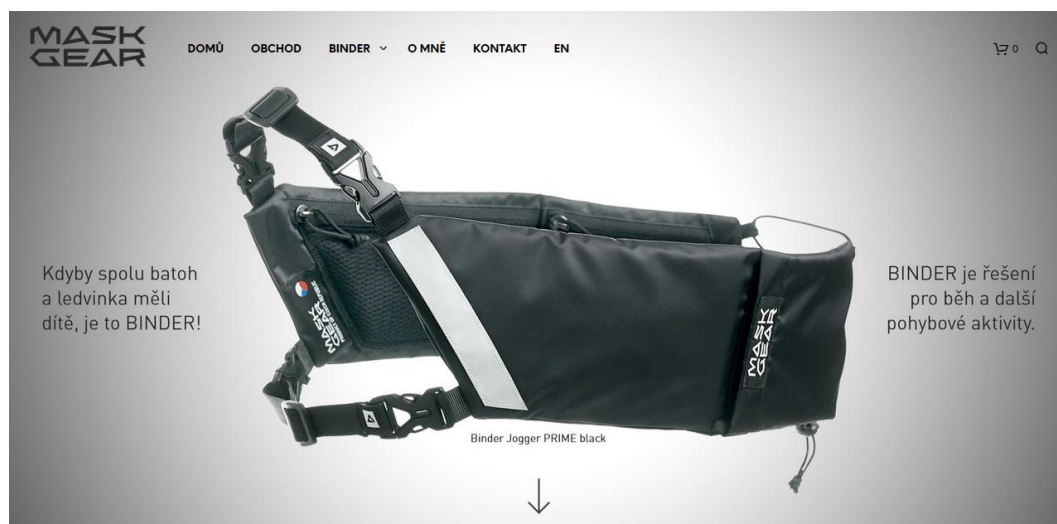
2.4.3 Binder – maskgear

Vítěz druhého ročníku, Martin Skalník, má jako své hobby parkour. Při běhání a pohybu mu ale vadil batoh, a tak hledal různá jiná řešení, jak mít věci, které potřebuje pořád u sebe.

¹⁶ Meetup = setkání lidí se stejným zájmem na jednom místě většinou opakující se v pravidelných intervalech.

Přišel s nápadem na binder. Ten přihlásil do soutěže a vyhrál. Školní projekt se tak stal fungujícím byznysem.

Produkt je v podstatě něco mezi ledvinkou a batohem. Nabízí se dvě varianty, Jogger a Konger, přičemž první se dá pořídit za 1 480 Kč a druhá za 1 250 Kč. Na Obrázku 6 je vidět binder na úvodní stránce webových stránek MaskGear, kde se bindery dají koupit.



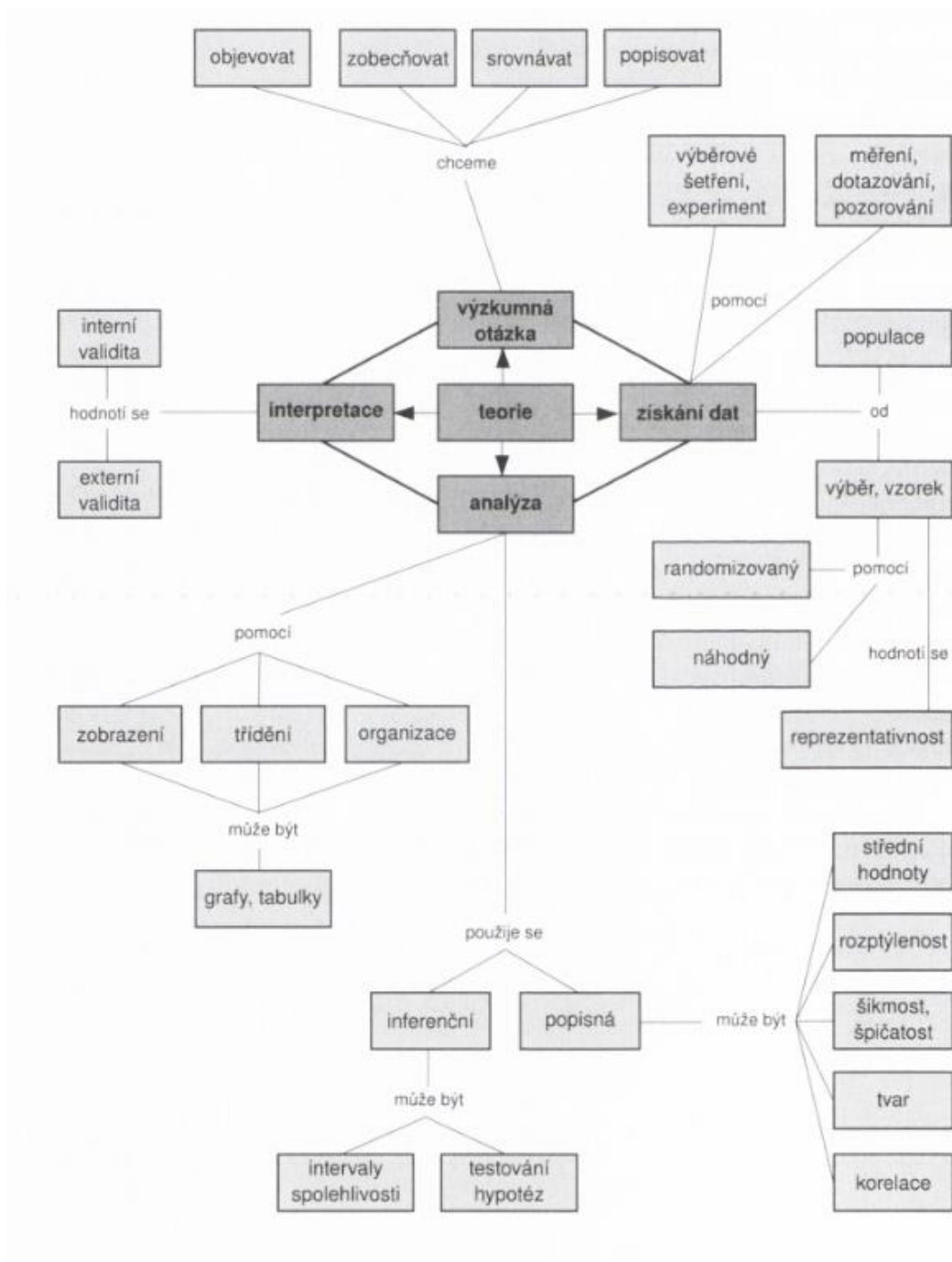
Obrázek 6 - Binder

Zdroj: maskgear.cz, 2018

3 Metodiky sběru dat pro výzkum

V této části práce budou shrnuty metody sběru dat pro marketingový či statistický výzkum. Budou zde uvedeny výhody, jež jednotlivé metody nabízí, ale také úskalí, která s nimi mohou být spojena. Na základě rešerše z této kapitoly bude následně vybrána vhodná metoda pro zodpovězení výzkumných otázek a pro dosažení cílů této práce. V úvodu vymezené výzkumné otázky jsou definovány tak, aby bylo možné zjistit četnost stavu, na který se táží. Tomuto charakteru odpovídá kvantitativní výzkum, který je popsán v první podkapitole (Simová, 2010, s. 39).

Pro uvedení do problematiky je přiložen obrázek 7, kde jsou názorně a přehledně vyobrazeny vztahy mezi jednotlivými statistickými a výzkumnými pojmy, které bude tato práce zmiňovat. Obrázek popisuje celý proces výzkumu, od prvního impulsu, proč vlastně výzkum realizujeme, až po vyhodnocování, demonstraci výsledků a testování hypotéz. Informace, které výzkum přinese, by měly být především relevantní, platné, pravdivé, spolehlivé a účelné pro řešení daného problému (Simová, 2010).



Obrázek 7 - Mapa výzkumu pomocí statistických metod“
Zdroj: HENDL, 2012.

3.1 Kvantitativní a kvalitativní výzkum

Jak již bylo nastíněno výše, **kvantitativní** výzkum má za cíl zjistit četnost určitého stavu či jevu. Z kvantitativního výzkumu by se měly získat číselné údaje, které jdou poté statisticky ověřit a testovat. Data se pro kvantitativní výzkum sbírají pomocí dotazníků či

interview. Výhodou kvantitativního výzkumu je, že přinese velké množství odpovědí. Výsledky se pak dají interpretovat jako: „více než polovina respondentů studentů Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci by si ráda založila vlastní start-up.“ Nevýhodou je jeho časová náročnost, aby byl sesbírán dostatek odpovědí. Odpovědi také mohou být více obecné, problematika nemusí být analyzována do hloubky (Simová, 2010; Hendl, 2012).

Kvalitativní výzkum slouží ke zjišťování hlubších důvodů analyzovaného stavu. Simová (2010) píše „*Cílem je zjistit příčiny, názory, postoje, mínění a motivy dotázaných, které vyvolávají nebo mají za následek vznik určitého stavu nebo jevu, analyzovat vztahy, závislosti a příčiny za účelem jejich zobecnění*“ (Simová, 2010, s. 40). Nejčastější metody pro kvalitativní výzkum jsou hloubkové interview, skupinový rozhovor, sledování respondenta pomocí oční kamery či škálovací techniky (Simová, 2010). Kvalitativní měření lze realizovat také podle NPS (Net Promoter Score) dotazníku. NPS dotazníky získávají na popularitě díky srozumitelnosti ukazatelů a stručnosti, což ocení všechny zainteresované skupiny (MACKŮ, 2013). Zjišťuje hlavně spokojenost a loajalitu zákazníků.

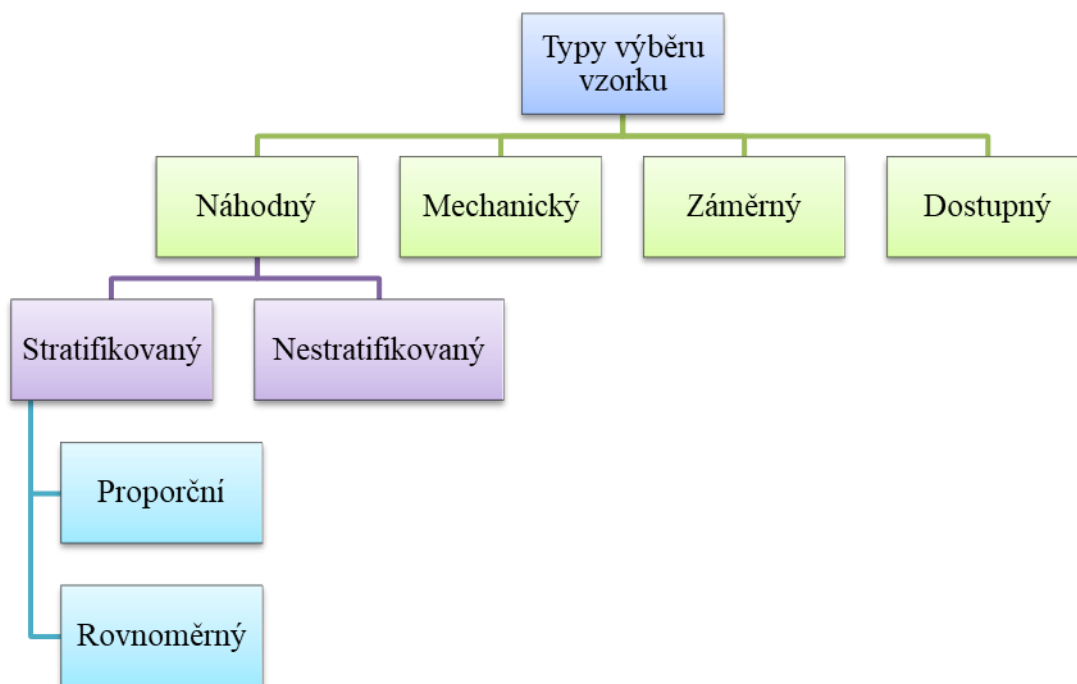
3.2 Výběr vzorku respondentů

Výběr vzorku respondentů je ze základního souboru. Základní soubor tvoří obvykle velká skupina, např. celá Česká republika, všichni studenti vysokých škol atd. Není tedy možné zkoumat celý velký základní soubor z důvodu finanční, časové aj. náročnosti. Proto se používá výzkumný vzorek (výběrový soubor). Vzorek by měl vhodně reprezentovat základní soubor a mít všechny náležitosti základního souboru čili by měl být jakousi zmenšeninou základního souboru (Vlčková, 2010). Následující podkapitola uvádí typy výběru výzkumného vzorku, které lze při jeho stanovování použít.

3.2.1 Typy výběru výzkumného vzorku

Existuje několik typů výběru výzkumného vzorku, které lze použít, aby byl vhodně zmenšen (zastoupen) základní soubor. Budou popsány 4 typy, a to náhodný výběr, mechanický výběr, záměrný výběr a dostupný výběr (Vlčková, 2010).

Schéma typů vzorků je na obrázku 8 a dále jsou jednotlivé typy detailněji popsány.



Obrázek 8 - Základní typy výběru výzkumného vzorku
Zdroj: vlastní zpracování dle (Vlčková, 2010, s. 2).

Náhodný – „každý prvek základního souboru má stejnou šanci dostat se do výběrového souboru (reprezentativní výběr)“ (Vlčková, 2010, s. 2). Roli zde hraje pouze prostá náhodnost. Výběr může být stratifikovaný nebo nestratifikovaný. **Stratifikovaný** znamená volbu dle potřeb výzkumu. Tedy například pohlaví, dosažené vzdělání, bydliště v určité oblasti apod. (Vlčková, 2010).

Mechanický – zde se vybírá každá n -tá osoba. U tohoto výběru hrozí nebezpečí, že se může v seřazení prvků základního souboru objevovat nějaká pravidelnost (periodicita), která by poté zkreslila vzorek a také výsledky výzkumu (Vlčková, 2010).

Záměrný – v tomto výběru se musí určit odpovídající znaky základního souboru, které jsou důležité pro realizovaný výzkum. Znaky lze stanovit několika způsoby. Například pomocí teorie, zkušeností, některého předchozího výzkumu apod. Většinou je realizují odborníci (Vlčková, 2010).

Dostupný – tazatel (výzkumník) v tomto případě bere „cokoliv se namane“. Nevýhodou tohoto výběru je riziko, že se zkreslí základní soubor, výsledky nepůjde zevšeobecňovat a závěry budou muset být velmi opatrné. (Vlčková, 2010) Zejména pokud bude využita dnes velmi populární forma distribuce dotazníku online, neboť právě zde se může stát, že odpoví

kdokoliv, kdo dotazník někde online najde (na Facebooku, na stránkách poskytovatele služby sestavení dotazníku online). Data by musela být velmi pečlivě zpracována, aby mohla být provedena vypovídající analýza.

3.3 Výzkumná otázka (výzkumný problém)

Stěžejním je pro každý výzkum správná definice a přesné formulování výzkumného problému (výzkumné otázky). Je potřeba provést důkladnou přípravu, pročíst dostupné a aktuální zdroje, ohraničit si přesnou problematiku, kterou chceme řešit a ujasnit si postupy. Odborná literatura se shoduje, že by se určitě nemělo vymýšlet výzkumné otázky až po realizaci šetření. Takový postup by mohl přinést mnoho dalších problémů a šetření by bylo nehodnotné a neúspěšné (Hendl, 2012).

3.4 Cíle výzkumu

Aby byl výzkum efektivní a úspěšný, musí být přesně definovány jeho cíle. Cíle lze rozdělit na několik skupin, pro lepší definování, čeho má být výzkumem dosaženo. Cíl může být **orientační**, kdy se doplňují poznatky nebo utvrzují pravdy. Cíl je také **deskriptivní**, který je určený k popsání nějakého stavu. Například zjistit, kolik studentů Technické univerzity v Liberci zná pojem start-up. Dalším typem cíle je **explorační**, který něco objevuje a vysvětluje. Posledním typem cílů je cíl **sociotechnický**. Sociotechnický cíl definuje návrhy, optimalizuje nějaký proces či postup (Metodologie statistických výzkumů).

3.5 Metody sběru dat

Již výše byly zmíněné některé metody sběru dat. Simová (2010, s. 70) uvádí tři metody sběru dat: pozorování, experiment a dotazování. V práci budou uvedeny a popsány pouze metody, které by se hodily pro dostupný výběr vzorku a kvantitativní výzkum, jelikož ty se nejvíce používají v bakalářských, diplomových a někdy i disertačních pracích. Jedná se tedy o způsoby dotazování písemně a experiment. Dále je popsán dotazník, jakožto nástroj pro získání a zaznamenávání informací z písemného dotazování a z experimentu.

..

3.5.1 Dotazování písemné

Písemné dotazování je pravděpodobně nejvyužívanější metodou mezi studenty, kteří zpracovávají nějaký výzkum do své závěrečné práce, jelikož jde nejlevnější možností (pokud je distribuce dotazníku prováděna například online skrze sociální sítě). Vypracované dotazníky se distribuují mezi respondenty a poté se zpětně shromažďují. Specifické pro metodu písemného dotazování je, že se respondent sám rozhodne, zda a kdy dotazník vyplní nebo nevyplní (Simová, 2010).

Mezi výhody této metody patří možnost oslovit velké množství respondentů a nezáleží na jejich geografické poloze. Také je výhodou možnost získat mnoho informací s minimálními náklady, jak již bylo zmíněno výše. Dotazování je v podstatě anonymní – pokud tazatel vyloženě nebude vyžadovat identifikaci (Simová, 2010).

Úskalí při realizaci výzkumu metodou písemného dotazování je příliš pomalá odezva, může být velmi nízká návratnost či bude nutné omezení se na jednodušší formulace dotazů, aby byl dotazník srozumitelný a lehce zodpověditelný pro každého. Pokud dojde k nízké míře návratnosti, může to vést ke zkreslení odpovědí nebo porušení reprezentativnosti výběrového vzorku. Přípravě dotazníku tak musí být věnována dostatečná pozornost a musí být proveden s cílem a se zřetelně definovaným cílem či výzkumnými otázkami (Simová, 2010).

3.5.2 Experiment

Provádění výzkumu formou experimentu se využívá, když se řeší nějaký problém, kde je vztah příčina – následek a vztah mezi dvěma či více proměnnými. U experimentu je zásadní volba prostředí, kde se experiment koná. Buďto může být v laboratoři (**laboratorní experimenty**), kde se vytvoří umělé prostředí pro účely experimentu. Experiment lze pak dobře upravovat a regulovat jeho průběh. Také se jim říká **řízené** experimenty. Druhým druhem experimentu je **terénní**, který probíhá v přirozeném prostředí, v reálných podmínkách (Simová, 2010).

Při použití metody experimentu nazýváme lidského jedince subjekt a ten kdo provádí výzkum je experimentátor. Provádění experimentu by mělo přinést hlavně tři charakteristiky – zda je přítomna kontrolní skupiny, randomizace a opakování. Jednou

z forem experimentu je komparativní experiment, kde pracuje experimentátor se dvěma skupinami. Jedna skupina je kontrolní. Tu tvoří subjekty, na kterých se zkoumají sledované účinky. Druhou skupinou je experimentální skupina, která se s kontrolní porovnává za pokud možno stejných podmínek (Hendl, 2012).

3.5.3 Dotazník

Jak již bylo zmíněno výše, dotazník je nástroj, který lze použít pro získávání dat z písemného dotazování i z experimentu. Za účelem získání potřebných informací se sestaví soubor otázek, které jsou uspořádány v logickém sledu. Dotazník je prostředek, který doručuje respondentům otázky od tazatele a případně je spolu s dotazníkem distribuován také formulář k zaznamenání informací, odpovědí (Simová, 2010).

Dotazník by měl maximalizovat možnost získání přesných, nezkrácených a pravdivých informací. Dotazník jasně udává směr dotazování, respondent má vše přehledně před sebou a tazatel by měl získat požadovaná data. Všichni respondenti mají stejný dotazník, proto je možné data snadno porovnávat, třídít a také lze zobecňovat odpovědi respondentů (Simová, 2010).

Dotazník generuje informace, které lze označit jako:

- **Identifikační** – data zahrnují jméno a adresu respondenta, jména tazatele apod. (Simová, 2010).
- **Klasifikační** – popisují respondenta. Na klasifikační informace se tážou identifikační otázky a zjišťují věk, pohlaví, dosažené vzdělání respondenta apod. Slouží k popisu respondenta při dalším vyhodnocování. Klasifikační otázky se zpravidla uvádějí až na konci dotazníku (Simová, 2010).
- **Data o subjektu** – jsou data, která se věnují předmětu a cíli výzkumu a formují hlavní část dotazníku. Obsahuje tzv. hard data, tedy jasné odpovědi, zda něco je/není, ano/ne apod. Data o subjektu také obsahují tzv. filtrační otázky, jež separují respondenty do určitých skupin, jak tazatel potřebuje. Filtrační otázky jsou zpravidla hned v úvodní části dotazníku (Simová, 2010).
- **Tzv. soft data** – jsou informace, které se týkají názorů, postojů či znalosti respondenta. Zde je náročnější vyhodnocení, jelikož respondenti nemusí být schopni vyjádřit své pocity vysvětlit nebo ani nechtějí (Simová, 2010).

3.6 Zpracování dat

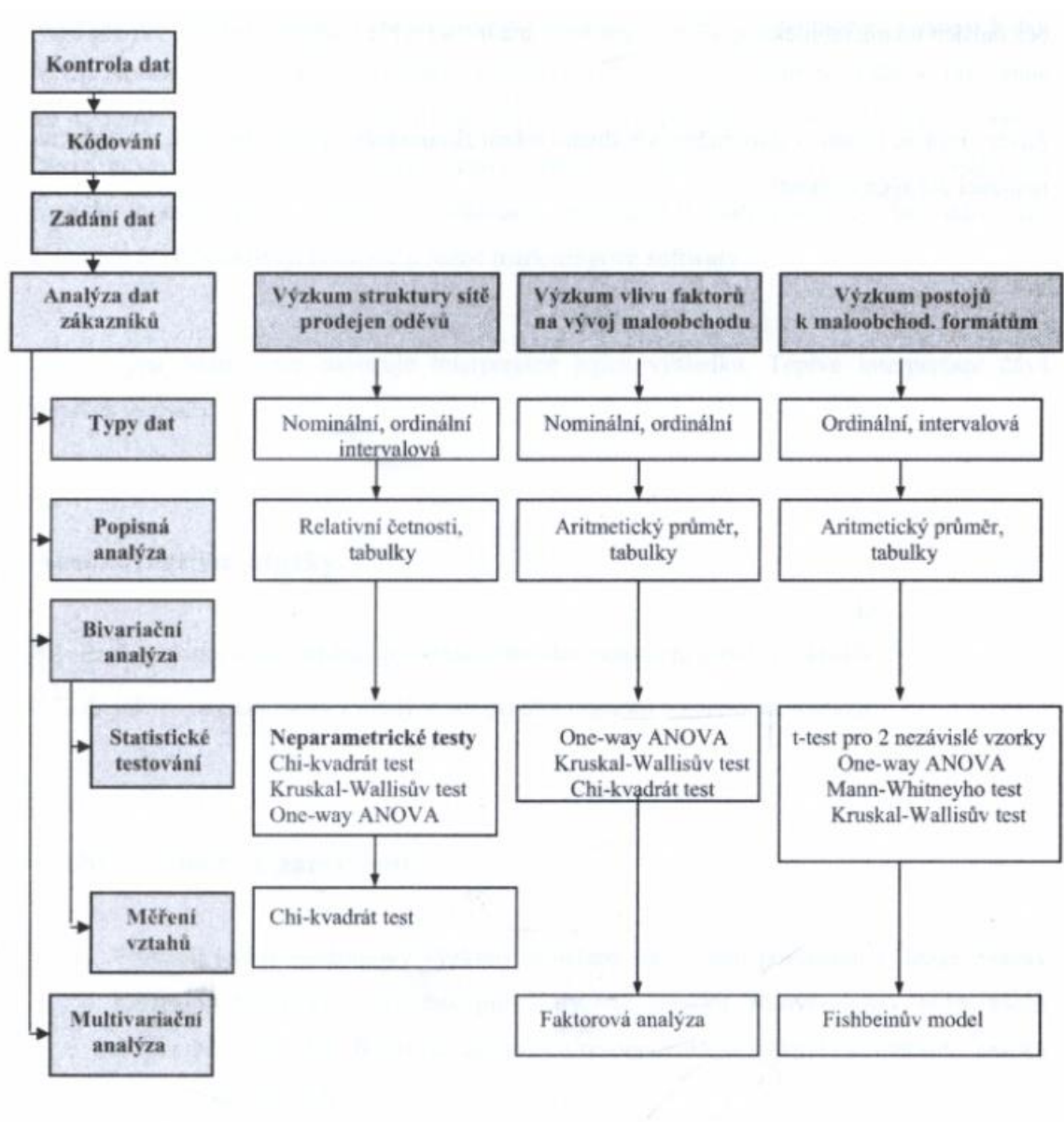
Poté co je dokončen sběr dat následuje další důležitá část – vyhodnocování výzkumu a zpracování dat. Jak správně zpracovat data získaná výzkumem není lehký úkol. Zpracování musí být prováděno po dřívějším studiu odpovídající literatury. Nejprve je podstatné data utřídit podle toho, která jsou v pořádku pro vyhodnocování a v podobě, která se potřebná. Hodnotí se validita údajů, opravují se případné chyby anebo se celé dotazníky vyřazují z důvodu nejasnosti odpovědí, vulgarismů, chybnosti aj. Data by se také měla klasifikovat dle třídících znaků a měly by se vymežit třídy dat. Dalším krokem zpracování je kódování dat. Kódování znamená přiřazení číselných hodnot slovním výrazům, aby se data dala jednodušeji statisticky vyhodnocovat (Simová, 2010).

3.6.1 Analýza získaných dat

Dle Simové (2010, s. 118) jsou tři postupy, jak přistupovat k vyhodnocování podle počtu proměnných.

1. **Vyhodnocování jedné proměnné.** K této analýze stačí metody popisné statistiky. Mezi metody popisné statistiky patří modus, medián, četnosti, variabilita, rozptyly a další (Simová, 2010).
2. **Vyhodnocování dvou proměnných.** Zde se již testuje vztah dvou proměnných. Zkoumá se závislost proměnných nebo zda se vzájemně ovlivňují. Statistické metody, které lze použít jsou korelační a regresní analýza. Možné je ověření statistické významnosti rozdílu dvou hodnot, což lze provést testem hypotéz (Simová, 2010).
3. **Vyhodnocení několika proměnných.** Používají se mnohonásobné regrese, korelace nebo analýza časových řad (Simová, 2010).

Schéma vyhodnocování dat, kde jsou uvedeny i jednotlivé statistické metody, které lze použít pro analýzu získaných odpovědí je na obrázku 9. Pochopitelně analýza může být velmi složitá a nestačí metody popisné statistiky nebo analýza závislostí. Pokud je vyhodnocování složitější a musí se hledat příčina zkoumaného stavu, je zapotřebí použít logického myšlení a uvažování, aby byly výsledky správně interpretovány. Použití správné metody vyhodnocování a testování je zásadní pro správnou interpretaci výsledků. Pro nalezení správné metody může pomoci schéma od Simové na obrázku 9 (Simová, 2010)



Obrázek 9 - Vyhodnocování dat
Zdroj: SIMOVÁ, 2010.

4 Současný stav příležitostí a přístupu studentů VŠ k podnikání

Ve třetí kapitole, která je již praktickou částí této diplomové práce, je zaměřeno na současný stav nabídky příležitostí studentů VŠ k podnikání, ale také jsou zde představeny průzkumy, zda studenti vůbec o vlastní podnikání mají zájem. Některé organizace byly zmíněny již v kapitole 1., nicméně v této kapitole je provedena hlubší kvantitativní analýza. Jsou zde uvedeny výsledky průzkumu GUESS z let 2016 a 2018, které zjišťují vztah studentů k podnikání. Nejsou však zaměřeny přímo na start-upy, ale start-upy jsou formou podnikání, a proto byly výsledky těchto průzkumů zhodnoceny pro účely této práce.

4.1 Vztah studentů k podnikání – GUESS 2016

Nejprve je zmíněn průzkum Technické univerzity v Liberci, konkrétně Ekonomické fakulty, jež proběhl v roce 2016 (další ročník viz kapitola 3.2). Průzkum je popsán v publikaci *Vztah studentů k podnikání*, která byla vydána v roce 2017. Publikace má podtitul: *Celosvětový průzkum GUESS¹⁷ 2016 z pohledu studentů českých vysokých škol* a jejím autory jsou doc. Ing. Petra Rydvalová, Ph.D., doc. Ing. Klára Antlová, Ph.D. a Ing. Bc. Marián Lamr. Z 9 českých vysokých škol se do průzkumu zapojilo 3 040 studentů, nicméně jen 1 135 vyplnilo a odeslalo dotazník tak, aby byl relevantní. Nejvíce respondentů bylo do věku 24 let (68 %). Z respondentů bylo 57 % studentů bakalářského studijního programu, 40 % studentů studující navazující magisterské studium a 3 % respondentů uvedla jiné, např. MBA nebo doktorské programy (Rydvalová, 2017, str. 4-5).

Průzkum je rozsáhlý a publikace v 9. kapitole dokonce uvádí srovnání s dalšími 49 zeměmi, kde proběhlo stejné šetření. Uváděné otázky z průzkumu v této práci jsou ale vždy v souvislosti s cílem této práce nebo se přímo týkají (zmiňují) Technické univerzity v Liberci.

4.1.1 Výsledky šetření

Pro cíl práce je zajímavé, že pouze 8 % dotázaných studentů uvedlo, že je jejich studium zaměřeno na podnikání. Průzkumu se přitom zúčastnili studenti univerzit jako TUL, Vysoké

¹⁷ GUESS = Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (Celosvětový výzkum podnikatelského ducha studentů na univerzitách – překlad: *Vztah studentů k podnikání str. vii*).

školy ekonomické, ŠKODA AUTO Vysoké školy, o.p.s., kde jsou obory zaměřené na podnik, management či řízení podniku v nabídce (Rydvalová et al., 2017, str. 4-5).

Pro výzkum byly definovány faktory výběru (motivace) studentů vysokých škol jít do zaměstnaneckého poměru nebo založit vlastní podnikání a jsou jimi (Rydvalová, 2017, str. 1):

- Vliv univerzity.
- Vliv rodiny.
- Osobní motivace.
- Sociálně-kulturní vliv.

Dalším důležitým výstupem jsou údaje o tom, co chtějí studenti dělat po škole. Ihned po ukončení studia chce být zaměstnancem v malém podniku, definovaném jako podnik s 1 až 49 zaměstnanci, nejvíce respondentů, a to 296. Zaměstnancem ve středně-velkém podniku (50-249 zaměstnanců) chce být 262 respondentů. Podnikatelem ve své vlastní firmě chce být po škole pouze 73 (6 %) z dotázaných, dalších 17 (1 %) plánuje být nástupcem v rodinném podnikání a pouze 4 odpověděli (0 %¹⁸), že plánují být nástupcem ve firmě, jež není řízena vlastní rodinou (Rydvalová, 2017, str. 8; Kancelář analýz a studií, 2019).

Na to navazuje další otázka z průzkumu, a to čím chce student být 5 let po ukončení studia. Zde již odpovědělo 319 (28 %) respondentů, že chtějí být podnikateli, tedy mít vlastní firmu a 20 (2 %) odpovědělo, že by chtěli být nástupcem ve firmě, která není spravována rodinou (Rydvalová, 2017, str. 8).

Z průzkumu také vyšly zajímavé údaje, o již aktivních podnikatelích studentech a budoucích podnikatelích. Nejvyšší počet již podnikajících studentů byl na Technické univerzitě v Liberci, a to 47 respondentů. Jako budoucí podnikatelé odpovědělo 78 respondentů z TUL. Pro srovnání například na Univerzitě Hradec Králové bylo aktivních podnikatelů 17 a budoucích 23 z respondentů (Rydvalová, 2017, str. 9).

V sekci průzkumu, která se zaměřovala na „Obecné mínění o podnikání“ vychází jeden zajímavý poznatek. Více než polovina respondentů (55 %) nesouhlasí s tvrzením „Můj profesní cíl je být podnikatelem (podnikatelkou)“ a 14 % respondentů je neutrálních. Zároveň 74 % uvádí, že je schopno hájit své osobní zájmy a celých 62 % uvádí, že

¹⁸ Zaokrouhleno na celá procenta.

když plánují, jsou si téměř jistí, že jejich plán vyjde (Rydvalová, 2017, str. 12). Tyto odpovědi ukazují, že u respondentů by mohl být potenciál při založení vlastního podnikání hájit své zájmy a svou vizi podniku a věří si, že jejich plány vychází (resp. vyjdou), ale do vlastního podnikání se jim nechce.

Také se v průzkumu dotazovala otázka „Snažíte se v současné době založit svůj vlastní podnik/být samostatně výdělečně činný (á)?“. Na otázku odpovědělo „ANO“ 233 respondentů, což je 20,5 % ze všech. Tento údaj z českého šetření je téměř stejný jako údaj ze stejné otázky ze vzorku všech 50 zkoumaných zemí, které bylo 21,9 %. Bohužel se ale k dalším otázkám souvisejícím s podnikáním vyjádřilo pouze 150 respondentů. To také může ukazovat na nedostatečný zájem studentů o vlastní podnikání nebo nedostatečnou podnikavost (Rydvalová, 2017, str. 21).

4.2 Vztah studentů k podnikání – GUESS 2018¹⁹

Téměř stejné šetření, jaké je popsáno v kapitole 3.1, proběhlo i v roce 2018 a v roce 2019 vyšla výzkumná zpráva, kde jsou sepsány výsledky. Na obrázku 8 je obálka této výzkumné zprávy. Do průzkumu GUESS 2018 se zapojilo celkem 1 254 respondentů, studentů osmi vysokých škol, jimiž jsou například kromě Technické univerzity v Liberci také studenti Západočeské univerzity v Plzni, Vysoké školy ekonomické v Praze, Univerzity Hradec Králové nebo Slezské univerzity v Opavě. Je to méně respondentů, než v roce 2016. Respondentů studujících Právo a Ekonomii (včetně podnikatelských věd) bylo 525 (42 %), což je o 3 méně než v roce 2016 (GUESS, 2020).

Téma start-upů je zmíněno hned na 8. straně zprávy. Na rozdíl od šetření z roku 2016, které pojem start-up téměř nezmiňuje. Hlavními tématy šetření GUESS 2018 tak byly Studentská podnikavost, Rodinný business, Start-upy a Spin-off, Inovativní ekosystém, Inovační strategie. Za hlavní důvody, proč mladí lidé (studenti vysokých škol) nemají zájem o vlastní podnik je ve zprávě uveden nedostatek motivace, příležitostí, zdrojů, podnikavosti a dovedností (GUESS, 2020).

Spolu s pojmem start-up je ve zprávě také uveden pojem spin-off. Spin-off vznikne oddělením určité skupiny zaměstnanců od technologické či znalostní instituce jako je

¹⁹ Autorkou přeloženo z anglického jazyka: Antlova, K., P. Rydvalova a M. Lamr. (2019).

například univerzita, R&D²⁰ centra. Původní firma si ve spin-offu nechá podíl nebo ne (GUESS, 2020).

Dříve zmiňovaný pojem Inovační ekosystém, který je také jedním z hlavních témat tohoto výzkumu, znamená spojení různých typů společností. A to podniků, univerzit a vlády. Tento pojem je poměrně nový a začal se objevovat mezi lety 2010 a 2012. Vytvořením Inovační strategie se dosahuje úspěchu v inovačním ekosystému (GUESS, 2020).



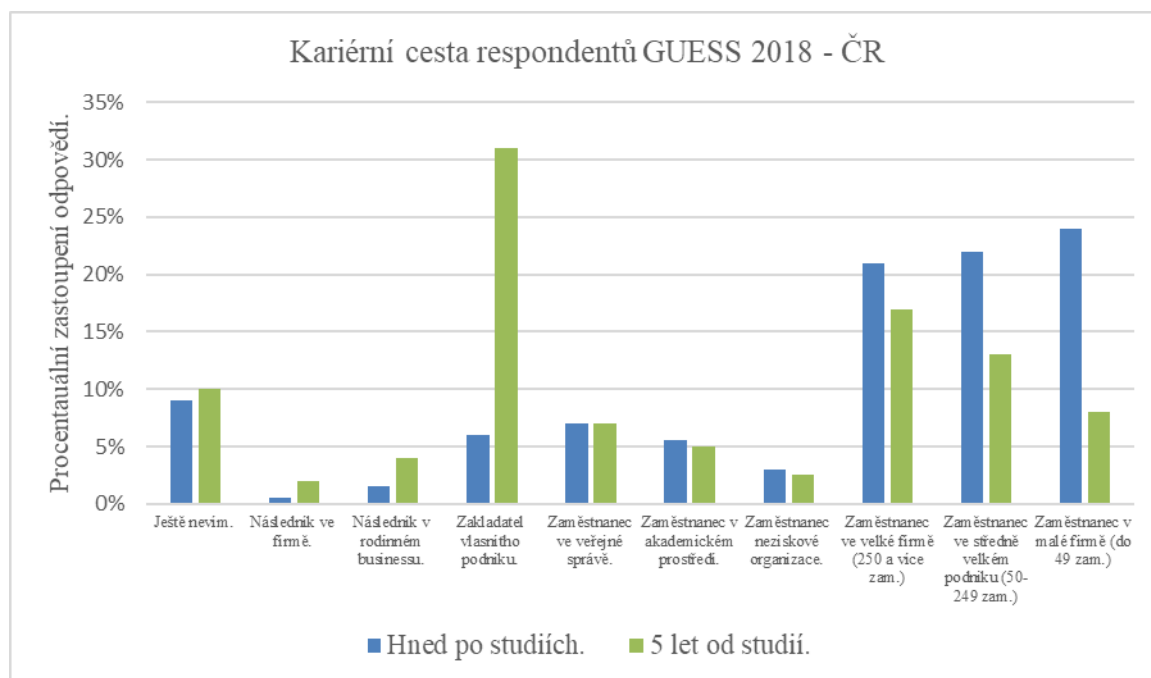
Obrázek 10 - Obálka výzkumné zprávy GUESS 2020
Zdroj: Archiv doc. Ing. Petry Rydvalové, Ph.D.

4.2.1 Výsledky šetření

Pro účely této práce je uveden fakt, že z Technické univerzity v Liberci bylo 432 respondentů a z Univerzity Hradec Králové bylo 56 respondentů. Z celkového počtu respondentů bylo studentů z bakalářského stupně 66 %, magisterského stupně 31 % a doktorského 3 %.

²⁰ R&D = Research and Development (v překladu Věda a Výzkum).

Stejně jako v roce 2016, i v roce 2018 byla mezi položenými otázkami otázka, co chtějí studenti dělat hned po dostudování a kde se vidí za 5 let. Odpovědi na otázku jsou shrnuty v obrázku 11. Opět pro účely této práce budou uvedeny výsledky pouze pro Českou republiku, i když zpráva uvádí i výsledky napříč zeměmi, které se zúčastnily výzkumu.



Obrázek 11 - Kariérní cesta respondentů GUESS 2020 – Česká republika
Zdroj: GUESS, 2020.

Z obrázku je patrné, že je zde největší rozdíl mezi kariérou po škole a po 5 letech od dostudování v oblasti Zakládání vlastního podniku. Zde se podíl odpovědí zvýšil ze 6% podílu na 31% podíl odpovědí, což je značný nárůst. Dalším faktorem je značný pokles respondentů, kteří chtějí po 5 letech od dostudování pracovat v podniku. Studenti očekávají, že po 5 letech praxe v malém, středním nebo velkém podniku získají tolik zkušeností, že by zkusili vlastní podnikání, a to je celkem 25 % respondentů, kteří by rádi z kariéry v zaběhnutém podniku přešli do vlastního podnikání (GUESS, 2020).

Další otázkou, která se objevila v dotazníku byla otázka „Snažíte se nyní založit si vlastní podnik/být samostatně výdělečně činný(á)?“ Zde 948 respondentů odpovědělo negativně a pouze 306 respondentů (necelá čtvrtina) odpovědělo pozitivně. Z těchto 306 pozitivních odpovědí bylo 36 % z Technické univerzity v Liberci, což je nejvíce ze všech 8 vysokých škol, které se zúčastnily výzkumu. Z Univerzity Hradec Králové jsou to 4 % z 306 pozitivních odpovědí. S touto otázkou je spojena také další: „Jste v současné

době již majitelem svého podniku/jste osoba samostatně výdělečně činná²¹?” Zde je pozitivní odpověď od 142 respondentů, což je pouhých 11 % z dotazovaných. Přičemž opět je nejvíce z Technické univerzity v Liberci, a to 31 % a z Univerzity Hradec Králové to jsou 4 %. Přehledně je to zaznamenáno v Tabulce 1 (GUESS, 2018).

Tabulka 1 - TUL a UHK dle rodičů se podnikatelů a dle aktivních podnikatelů

Univerzita	Dle rodičů se podnikatelů.	Dle již aktivních podnikatelů.
	% (z 306 respondentů)	% (ze 142 respondentů)
Technická univerzita v Liberci	36	31
Univerzita Hradec Králové	4	4
Součet	40	35

Zdroj: Vlastní zpracování dle GUESS, 2020.

Stejně jako v šetření GUESS z roku 2016, i v roce 2018 byla jedna z otázek směřována na zjištění, jak odhodlaní jsou respondenti založit si svůj vlastní business v budoucnosti. Škála hodnocení byla 7stupňová. 1=zcela nesouhlasím, 7=zcela souhlasím. S tvrzením „Mám velký zájem si jednoho dne založit business“ zcela souhlasilo pouze 10,9 % dotázaných. S tvrzením „Udělám vše proto, abych si založil(a) vlastní business“ zcela souhlasí 6 % respondentů a zcela nesouhlasí celých 33,7 % dotázaných studentů. Vůbec největší rozdíl je v této sekci otázek u otázky „Můj profesní cíl je být podnikatelem (podnikatelkou)“. V této otázce je 67,4 % odpovědí negativních a pouze 20,3 % respondentů reagovalo kladně. Negativních odpovědí je tak více, než bylo v roce 2016, kde negativně na tuto otázku odpovědělo 55 % respondentů (GUESS, 2020).

Tyto odpovědi ukazující na odhodlanost studentů lze srovnat s odpověďmi o schopnostech studentů. Následovaly totiž otázky jako například „Kariéra podnikatele (podnikatelky) je pro mě atraktivní“, kde kladně odpovědělo 37,4 % respondentů nebo „Kdybych měl(a) příležitosti a zdroje, stal(a) bych se podnikatelem (podnikatelkou)“, kde pozitivně odpověděla téměř polovina respondentů, a to 49,1 % (GUESS, 2020).

²¹ Osoba samostatně výdělečně činná = OSVČ. V originále „self-employed“.

Výzkum definoval faktory motivace pro podnikání mezi studenty (GUESS, 2020):

- Univerzitní prostředí.
- Rodinné zázemí.
- Společnost jako celek.
- Schopnosti a znalosti samotných studentů.

Všechny faktory jsou pro motivaci studentů k podnikání a podnikavosti zásadní. Zde bude uvedeno pouze více informací o vzdělání, neboť to přímo souvisí s cílem práce. Co se týká vzdělání, snahou by mělo být poskytnout studentům co nejkvalitnější vzdělání, vzdělávání a také dostatek mimoškolních aktivit jako je například možnost být členem neziskové organizace AIESEC (viz výše), zúčastnit se aktivity jako jsou „dny hackaton“²² nebo se zúčastnit podobných soutěží jako nabízí Student Business Club na TUL (viz výše). Tyto aktivity jsou důležité z hlediska rozvíjení znalostí a schopností studentů, ale také jsou ideální příležitostí pro hledání kontaktů, které mohou v budoucnu velmi pomoci nebo to dokonce mohou být Business Angels.

Ve výzkumu se tazatelé dotazovali na prostředí univerzit a jejich podporu studentů pro budoucí podnikání. Celých 70 % studentů odpovědělo, že se ještě nezúčastnili žádného kurzu o podnikání. Zda je ale nějaký takový kurz v nabídce jejich studijního programu se už ale výzkum neptá²³ (GUESS, 2020). Otázky jsou opět pokládány s možnostmi odpovědět na 7stupňové škále, 1=zcela nesouhlasím, 7=zcela souhlasím. Například otázka „*Na mé univerzitě je příznivé prostředí k tomu, stát se podnikatelem.*“ má pouze 33 % pozitivních odpovědí (tedy od 7 do 5). Velmi málo z celkového počtu respondentů odpovědělo, že si vybrali univerzitu právě pro její dobrou podnikatelskou reputaci. O něco více studentů si již zvolilo dobrovolně kurz, který se věnuje podnikání (přibližně 300 studentů). A to je při počtu 525 studentů, kteří studují ekonomické obory a zúčastnili se šetření více než polovina.

Další zajímavou informací z tohoto výzkumu je zmínka o Analýze britské společnosti NimbleFins. Ta ohodnotila TOP 12 zemí v Evropě pro založení businessu. Mezi indikátory jsou ekonomické zdraví, cena podnikání, business prostředí a kvalita pracovní síly. Česká republika se umístila uprostřed žebříčku na 6. místě. Což je pozitivní zpráva a pro budoucí

²² Dny hackaton (v originále „hackaton days“) jsou dny, kdy na univerzitách místo výuky probíhají hackatony. Definice viz výše v textu.

²³ Více k tomuto tématu ve vlastním dotazníku autorky v kapitole 5.

rozvoj podnikání (start-upů) v České republice je to velmi příznivá informace, která by měla motivovat budoucí zakladatele start-upů (GUESS, 2020).

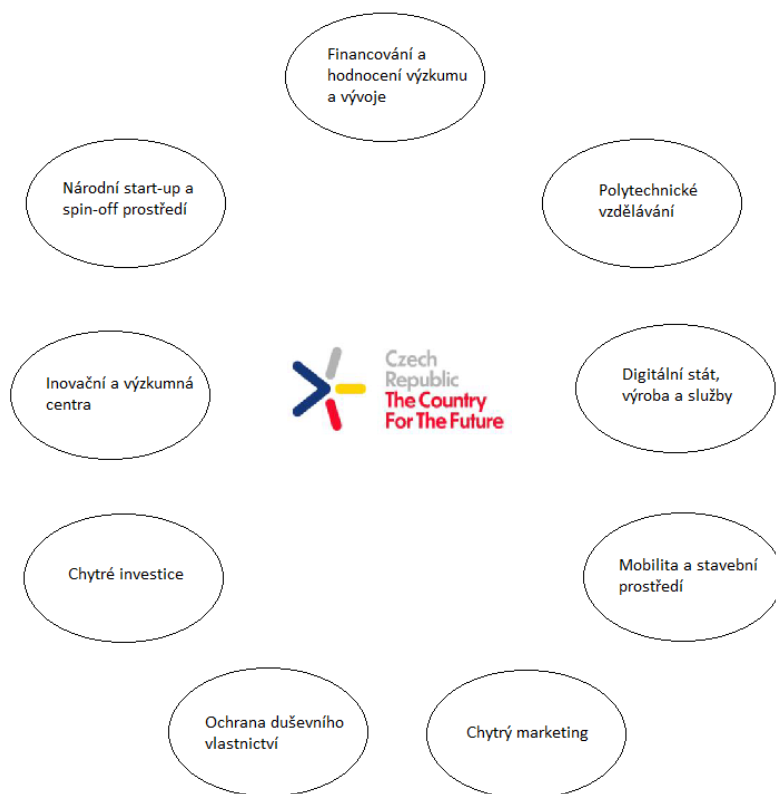
4.2.2 Rodící se podnikatelé²⁴

Na tyto otázky odpovídali pouze ti, kteří dříve odpověděli, že se v budoucnu (po studiích) chtějí stát podnikateli (OSVČ). Pouze 5 % z respondentů z České republiky odpovídalo na tuto první položenou otázku. První otázka zněla, do kolika měsíců od dokončení studií, by se tito rodící se podnikatelé viděli jako zakladatelé businessu. Pro 12,1 % je to 1-6 měsíců po promociích. Největší část odpovědí tvoří časový horizont 19-24 měsíců a více od promoce, a to 51,7 %. Do dvou let se zdá již velmi reálné, aby se těmto možným startupistům podařilo dosáhnout cíle (GUESS, 2020).

4.3 Inovační strategie České republiky 2019-2030

Inovační strategii České republiky 2019-2030 zpracovala Rada pro výzkum, vývoj a inovace v roce 2019, kde garantem je pan předseda vlády a předseda Rady pro výzkum, vývoj a inovace Andrej Babiš. Na vypracování se podílelo mnoho odborníků z různých sfér. Jsou zde zástupci Akademie věd ČR, Univerzity Karlovy, Českého vysokého učení technického, Ministerstva životního prostředí, Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy a mnoho dalších. Jednou z hlavních vizí této strategie je dostat Českou republiku do roku 2030 mezi nejinnovativnější země. Toho má být dosaženo pomocí 9 pilířů, jež jsou na obrázku 12 (Inovační strategie České republiky 2019-2030, 2019).

²⁴ V originále „nascent entrepreneurs“.



Obrázek 12 - Pilíře Inovační strategie

Zdroj: Inovační strategie 2019-2030, 2019.

Tato práce se bude věnovat pouze pilíři Národní start-up a spin-off. Tento pilíř je pod odpovědností Ministerstva průmyslu a obchodu, CzechInvest, Technologickou agenturou České republiky a Českou záruční a rozvojovou bankou. Ve strategii je popsán výchozí stav situace start-upů a spinoffů v České republice a ta není vůbec dobrá. Chybí zde nějaké ucelená strategie rozvoje a podpora. Je zmíněn inkubátor a akcelérátor agentury CzechInvest, jež je popsán výše v práci, ale společností na tuto podporu je více (což ani strategie nezmiňuje) a není dán žádný jejich jednotný standard. Akademický přístup také není ideální a neexistuje dostatečná podpora ani motivace ke spolupráci. Spolupráce start-upů a malých a středních podniků je dokonce popsána jako rigidní (Inovační strategie České republiky 2019-2030, 2019).

4.3.1 Cíle pilíře Národní start-up a spin-off prostředí

V inovační strategii je popsáno 8 cílů, které by měly zlepšit situaci a špatný výchozí stav, který nyní v České republice v této oblasti je. Měly by vzniknout konkrétní kroky, jak podporovat vznik start-upů a spin-offů na nadnárodní úrovni. Cílem je také vznik systému financování start-upů z národní podpory. Na všech vzdělávacích úrovních by mělo být zavedeno vzdělávání s tématem podnikatelských dovedností a znalostí. Také by se měly monitorovat a sjednotit inkubátory, akcelérátory a podobné organizace (Inovační strategie České republiky 2019-2030, 2019).

4.3.2 Nástroje pilíře Národní start-up a spin-off prostředí

Cílů by vždy mělo být dosahováno za pomoci jasně definovaných nástrojů. V tomto pilíři je jich vyjmenováno 14. Jedním z nejdůležitějších je vytvoření Národní agentury pro podporu start-upů v rámci agentury CzechInvest. Dále by měly být vytvořeny programy Českomoravské záruční a rozvojové banky pro financování start-upů, jež je bankou primárně pro podnikatele, rodinné firmy a obce a města. Dále by se měly vypsát výzvy pro operační programy Evropské unie 2020+ pro oblast start-upů a spin-offů. Vysoké školy a veřejně výzkumné instituce by měly mít u sebe systém komercializačních institucí, což je jediná zmínka o vzdělávání (Inovační strategie České republiky 2019-2030, 2019).

5 Analýza výsledků vlastního dotazníkového šetření

Na základě teoretických východisek a přístupů získaných a sepsaných v předchozích kapitolách byl vypracován dotazník a následně proběhlo dotazníkové šetření mezi studenty a absolventy vysokých škol Technické univerzity v Liberci (dále jen „TUL“) a Univerzity Hradec Králové (dále jen „UHK“) od 3.4. 2020 do 21.4. 2020. Dotazníkové šetření bylo vypracováno především kvůli neexistenci jiných podobných aktuálních šetření na TUL či UHK, které se věnují přímo startupům. Dotazníkové šetření pomáhá dosáhnout cíle práce a pomáhá analyzovat stav znalostí startupů mezi studenty a absolventy VŠ díky otázkám přímo směřovaným na startupy, znalost tohoto pojmu a distribuci dotazníku cílové skupině. Dotazník viz příloha A.

5.1 Příprava dotazníkového šetření

Aby dotazník mohl být distribuován mezi hodně respondentů s co nejmenšími náklady, bylo zvoleno distribuování online. Výhody a nevýhody jsou sepsány v teoretické části práce. Sestavení dotazníku probíhalo nejprve na webových stránkách www.surveymonkey.com, ale poté byla vyhodnocena jako lepší varianta možnost Google formuláře, kde se dají přeskakovat otázky a respondent tak nemusí trávit zbytečný čas nad otázkami, které nejsou pro něj vhodné. Odkaz na online dotazník byl distribuován skrze Facebook, Messenger a email. V dotazníku jsou kombinovány otázky otevřené a uzavřené, polytomické a nakonec identifikační, přičemž dotazník byl zcela anonymní.

Sestavení dotazníku předcházela důkladná příprava. Součástí přípravy byly konzultace s panem Demelem z Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci a také s panem Antonínem Ferdanem z Lipo.ink. Díky jejich postřehům a idejím byly do dotazníku zapracovány další otázky a také byl jasněji definován cíl dotazníku, tak aby odpověděl na výzkumné otázky této práce.

5.1.1 Výzkumný problém

Dotazník byl pro diplomovou práci sestaven s cílem zodpovězení výzkumných otázek definovaných v úvodu práce. Jsou jimi: Jaké procento studentů ekonomických studií na Technické univerzitě v Liberci a Univerzitě Hradec Králové má zájem o založení start-

upu? Kolik ze studentů a absolventů prokázalo znalost pojmu start-up? Jaká část studentů a absolventů by uvítala výuku (kurz) přímo zaměřenou na start-upy (založení si vlastního podnikání)? Jaké jsou hlavní důvody, proč si start-up založit nechtějí?

5.1.2 Výzkumný cíl

Cílem dotazníku tedy bylo zjistit, jaký je současný stav znalostí studentů Ekonomické fakulty TUL a Fakulty informatiky a managementu UHK o problematice start-upů, jaký je jejich zájem o tuto problematiku a zda mají případný zájem o větší podporu ze strany univerzit v rozvoji těchto znalostí či v rozvoji podnikavosti, například v klubu věnovanému start-upům nebo novému předmětu týkajícímu se start-upového podnikání.

5.1.3 Výzkumný vzorek

Šetření bylo primárně zaměřeno na studenty TUL a UHK v prezenční formě studia. Dle údajů z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy bylo k 20.1. 2020 na těchto dvou univerzitách celkem 1 795 studentů na prezenční formě studia, přičemž studentů Ekonomické fakulty TUL je 788 a studentů Fakulty informatiky a managementu (dále jen „FMI“) na UHK bylo v lednu 1 007. Výběr respondentů byl realizován dostupným výběrem (popsán výše).

5.2 Analýza

Dotazník vyplnilo 143 respondentů, přičemž po zhodnocení odpovědí 123 odpovědí bylo relevantních, a ty jsou zahrnuty do analýzy. Počet studentů, který je analyzován dále v práci je 56, což jsou studenti Ekonomické fakulty TUL a FIM UHK. návratnost činí 28 %²⁵ za studenty Ekonomické fakulty TUL a 23 %²⁶ z FMI na UHK. Z celkového počtu odpovědí jich 21 nebylo z cílové skupiny (nebyli to studenti či absolventi VŠ), a tak byly tyto odpovědi vyřazeny. Výše uvedená analýza z dotazníkového šetření GUESS 2016 a GUESS 2018 zjišťovala zájem studentů o vlastní podnikání. Vlastní dotazník v této práci se zaměřil

²⁵ Zde byl použit výpočet $72 : 250 = 0,288$. 72 je relevantních odpovědí od studentů Ekonomické fakulty TUL a 250 bylo oslovených.

²⁶ Použitý výpočet je $26 : 113 = 0,23$. Tedy 26 relevantních odpovědí na 113 oslovených studentů FMI UHK a výsledek je převeden na procenta, tedy 23 %.

konkrétně na start-upy a odpovědi na výzkumné otázky. Počet respondentů z obou univerzit a z cílové skupiny je v tabulce 2.

Tabulka 2 - Počet respondentů (studentů a absolventů) TUL a UHK

Univerzita	Technická univerzita v Liberci	Univerzita Hradec Králové	Celkem
Studentů	72	26	98
Absolventů	17	0	17
Celkem	89	26	115

Zdroj: vlastní zpracování.

Jak je ale zmíněno výše, práce se zaměří na studenty dvou fakult, a to Ekonomické z TUL a FMI z UHK. Počet respondentů z těchto dvou fakult je v tabulce 3.

Tabulka 3 - Respondenti Ekonomická fakulta TUL a FMI UHK

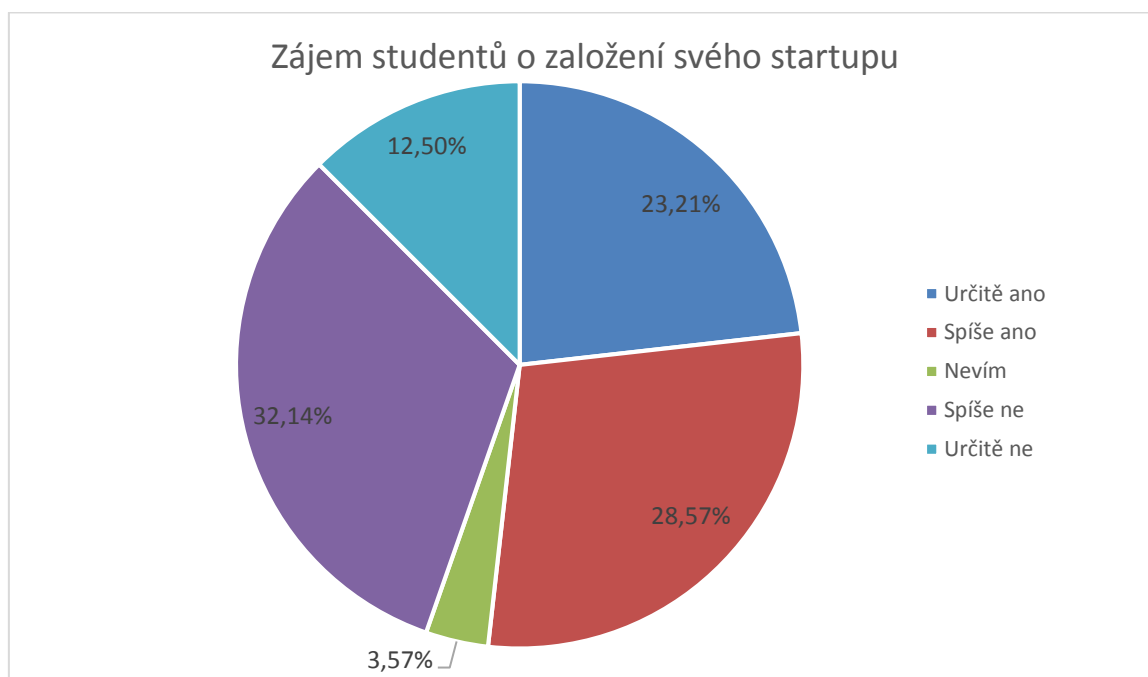
Univerzita	Respondentů
Ekonomická fakulta TUL	31
FMI UHK	25
Celkem	56

Zdroj: vlastní zpracování.

První otázky dotazníku byly na přehled o pojmu start-up. Všichni respondenti se pokusili vymyslet vlastními slovy definici start-upu (nebyla psána v úvodním dopise dotazníku). Definice studentů byly vcelku přesné. Nejzajímavější definicí je „*Nějaký originální podnikatelský záměr, který často využívá finance investorů, které zaujme. Případně se pozvolna rozjíždí sám.*“ S definicí start-upu je související otázka, zda studenti slyšeli během výuky na vysoké škole pojem start-up. Zde více než polovina respondentů odpověděla, že často, tedy se dá usuzovat, že si definici start-upu mohou pamatovat z výuky. Bohužel ale na odpověď o uvedení názvu některého start-upu celých 32 respondentů

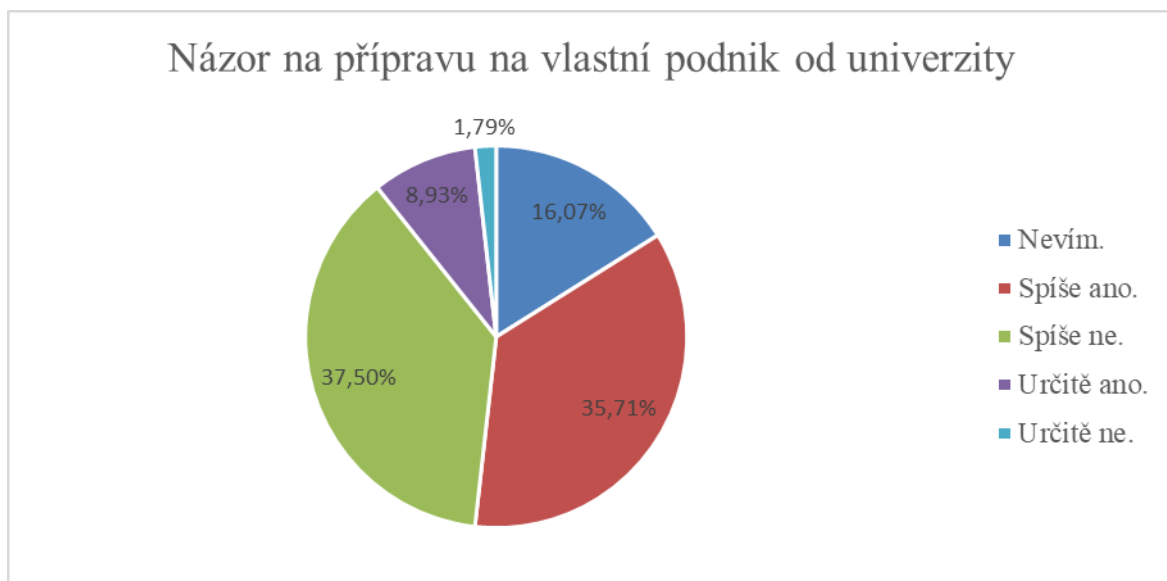
odpovědělo, že neví nebo že neznají žádný. Ve zbylých odpovědích se nejvíce vyskytovaly startupy Kiwi.com, Rohlík.cz nebo Miton.

Dále respondenti odpovídali na otázku, zda by někdy v budoucnu měli zájem o vlastní podnikání (start-up). Výsledky jsou zobrazeny na Obrázku 13. Z grafu je patrné, že studenti UHK a TUL mají zájem o vlastní start-up, protože těsná většina respondentů (51,78 %) zaujalo pozitivní postoj, tedy že souhlasí nebo spíše souhlasí.



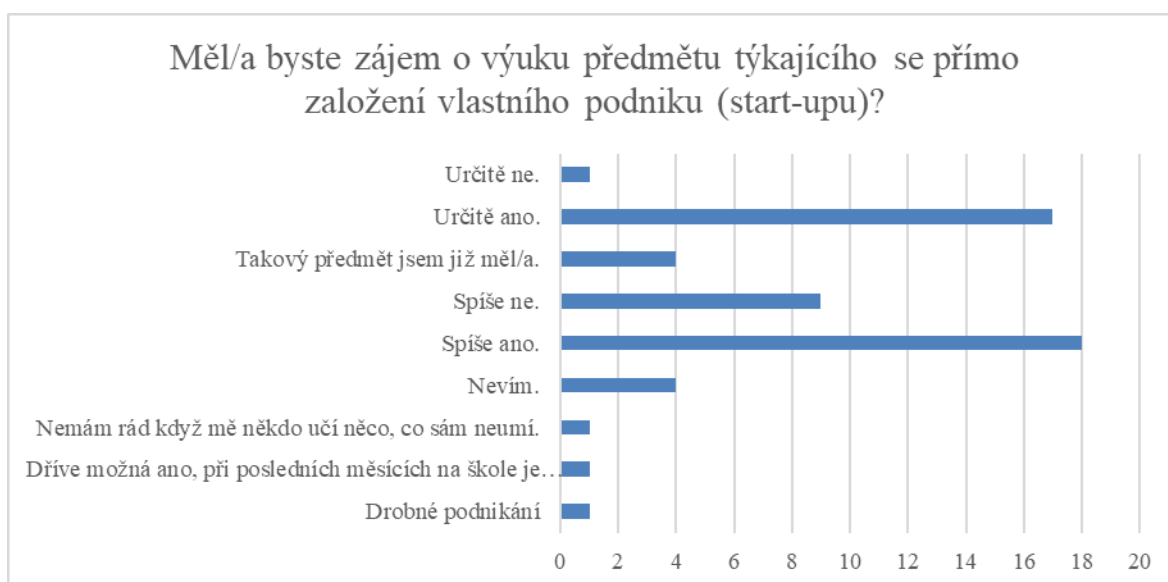
Obrázek 13 - Zájem studentů o založení vlastního start-upu
Zdroj: vlastní zpracování.

Proč studenti nemají zájem o založení si vlastního start-upu zčásti vysvětluje další položená otázka „Domníváte se, že Vás dostatečně univerzita připravuje na (připravovala) na možnost, že si někdy založíte vlastní podnik?“ Výsledky shrnuté na obrázku 14, který zobrazuje absolutní četnosti odpovědí v procentuálním vyjádření. Z grafu je vidět, že téměř stejný poměr respondentů uvedl, že je spíše nepřipravila univerzita, resp. spíše připravila. Nedá se tak zcela říct, zda je příprava od univerzity uspokojující, či nikoliv. Dá se ale říct, že téměř 9 % respondentů odpovědělo, že je určitě připravuje a pouze 1 respondent uvedl, že určitě ne, tedy převažuje pozitivní dojem.



Obrázek 14 - Příprava od univerzity na vlastní podnik
Zdroj: vlastní zpracování.

Další navazující otázka „Měl/a byste zájem o výuku předmětu týkajícího se přímo založení vlastního podniku (start-upu)?“ Odpověděla většina studentů (62,5 %) kladně, viz obrázek 15. Výuka takového předmětu by tak mohla vyvolat ve studentech větší zájem o vlastní podnik (start-up), jelikož v předchozím grafu je jasně vidět spíše nezájem studentů.

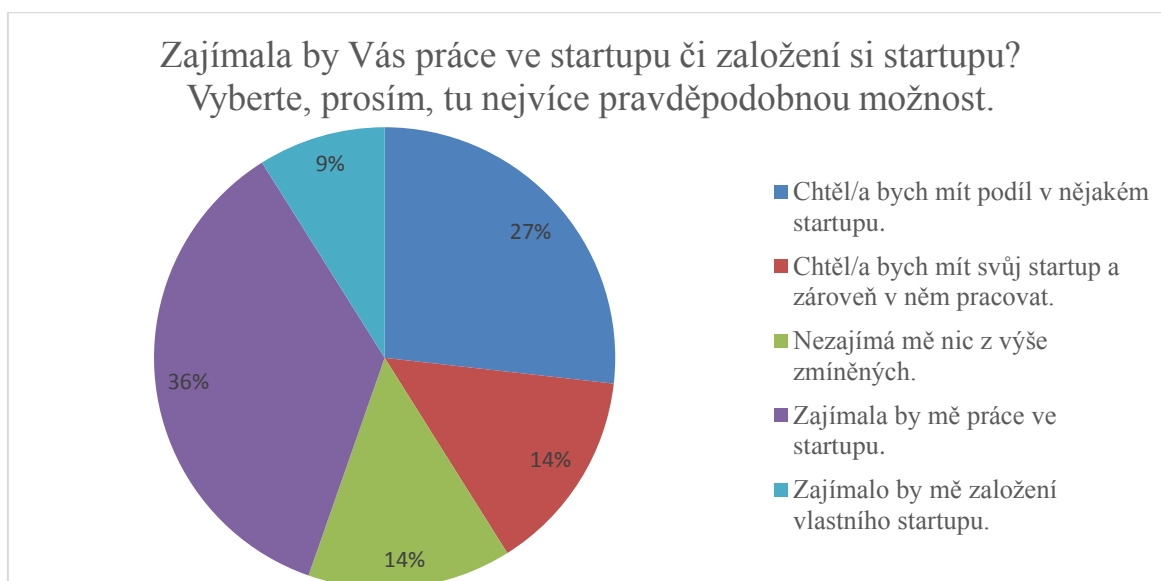


Obrázek 15 - Zájem o předmět na VŠ o vlastním podniku (start-upu)
Zdroj: vlastní zpracování.

Zájem o vlastní start-up mezi studenty UHK a TUL tedy není velký a pomohla by podpora nějakým předmětem ve výuce vysokých škol. Studenti dále uvedli, že předměty s podobným

zaměřením absolvovali a jmenovali například Marketing nebo Drobné podnikání. Předmět týkající se ale přímo start-upového podnikání by měl být o tom, jak založit start-up, jak generovat nápady a podobně. Přednášky by měly být od nějakých odborníků z praxe nebo lidí, kteří si procesem založení start-upu prošli. Na TUL již existuje návrh na takový předmět, který by měl být pod záštitou Fakulty textilní a měl by být pro další fakulty volitelný. Jeho název je Inovace v podnikání a vznikl ve spolupráci univerzity a libereckého podnikatelského inkubátoru Lipo.ink.

Jedna z otázek přímo směřovala na založení si start-upu nebo práce v něm. Viz obrázek 16 Zájem o praxi ve start-upu, na kterém se nachází koláčový graf s absolutními četnostmi vyjádřenými v procentuálním vyjádření. Zde pouze 14 % respondentů projevilo nezájem o toto téma, přičemž uvádějí důvody jako: příliš rizikové, celkově nezájem o start-upy, preference zaměstnání nad podnikáním. Největší podíl (36 %) respondentů projevilo zájem o práci ve start-upu. To ukazuje o zájem o práci v dynamickém, mladém kolektivu, který tvoří něco inovativního.



Obrázek 16 - Zájem o praxi ve start-upu
Zdroj: vlastní zpracování.

Co se týká odpovědí absolventů, ti uvádí, že o pojmu “start-up“ během studií moc neslyšeli a ani o budoucí založení si startupového podnikání nejeví zájem. Dále uvádějí, že je univerzita nepřipravovala dostatečně na založení si vlastního podnikání. Většina (72 %) také uvedla, že by za svých studií uvítala předmět týkající se založení vlastního podniku. Jedna odpověď byla velmi konkrétní „Na pedagogickém oboru jsme se o tom neučili nic. Možná

to tam chybí...“. Zde se objevuje první myšlenka zavedení výuky o startupech a o založení si vlastního podnikání i na humanitní a technické obory. Jak již bylo zmíněno výše v práci Blank (2013) ve svých článcích a své knize (2012) přímo doporučuje, aby se startupům věnovaly spíše technické obory, kde se nebojí studenti aplikovat metodu pokus–omyl a kde je velký potenciál pro rozvoj nápadů a inovací.

6 Návrh modelu rozvoje podnikatelského prostředí na VŠ

Na základě výsledků analýzy, která je součástí předchozích kapitol, je možné soudit, že podpora studentů vysokých škol v oblasti rozvoje vlastního podnikání (start-upů) není dostatečná. Návratnost dotazníků byla méně než 30 % čili méně, než třetina oslovených projevila zájem vyplnit dotazník o start-upech. Sporné byly i odpovědi respondentů, zda je univerzita dostatečně připravuje na založení si vlastního podnikání. Třetina respondentů odpověděla, že je spíše připravuje a třetina, že je univerzita spíše nepřipravuje.

Je několik organizací, které podporují začínající podnikatele jak v kraji Libereckém, tak i Královehradeckém. Bohužel ale nefunguje žádný jednotný a standardizovaný princip propojení těchto organizací s akademickým prostředím. Neexistuje žádná relevantní studie ani publikace o problematice propojení univerzit s praxí v rámci vzdělávání o start-upech. Server Novinky.cz sice v roce 2016 informoval o projektu Univerzity Palackého v Olomouci, který měl propojit univerzity s odborníky z praxe, bohužel se ale nepodařilo najít žádnou aktuální zprávu o současném stavu tohoto projektu (Novinky.cz, 2016).

Dokumentem, který se tématu start-upů věnuje, je Inovační strategie České republiky 2019-2030 (2019), jež si klade za cíl podpořit prohloubení spolupráce organizací podporující vznik start-upů a spin-offů. Bohužel zatím není jasný postup, jak k tomu bude docházet. V inovační strategii chybí určení, kdo je za jednotlivé kroky zodpovědný a není ani určeno, jaké instituce se mají zaměřit na realizaci vytyčených cílů. Teoretických strategií je mnoho, ale konkrétní postup zde chybí.

V obou krajích se nachází podnikatelský inkubátor (či akcelérátor). Lipo.ink v kraji Libereckém je propojený s TUL nabídkou konzultací pro studenty. Hlavní komunikace probíhá s Ekonomickou fakultou TUL, hlavně díky propojenosti s SBC. Nicméně je zde prostor pro komunikaci i s dalšími fakultami, kde by mohly vznikat také start-upy. Právě na tuto problematiku je zaměřena část této kapitoly. Lipo.ink nabízí konzultace s některým z odborníků inkubátoru. Na stránkách Lipo.ink možné si domluvit vždy v úterý od 14:00 do 16:00 konzultaci, přičemž tento čas je vyhraněný pro studenty a pracovníky TUL. Pan Antonín Ferdan z Lipo.ink měl také přednášku na TUL o motivaci, které se zúčastnilo mnoho studentů napříč ročníky, což je dalším příznivým krokem k propojení praxe a akademického světa. Na rok 2020 bylo naplánováno více aktivit, které měly propojit

Lipo.ink, SBC a TUL, bohužel pandemie nemoci COVID-19 některé z nich znemožnila, a proto se budou akce, soutěže a přednášky posouvat na pozdější termíny.

Z výše zmíněných důvodů je v této části práce vypracován **model rozvoje podnikatelského prostředí na vysokých školách**. Rozvoj studentů by měl být založen na propojení vysokých škol s organizacemi, které podporují začínající podnikatele. Šlo by tak o propojení teoretických znalostí s praxí. Propojení bude iniciováno předmětem vyučovaným na vysoké škole, který se přímo bude věnovat start-upům. S předmětem na VŠ budou propojené i další aktivity, které budou organizovat jednotlivé instituce ve spolupráci.

6.1 Co je potřeba?

Zapotřebí je již několikrát zmíněná propojenost a vzájemná spolupráce organizací, které se již snaží podporovat začínající podnikatele anebo se snaží v mladých lidech vzbudit zájem o podnikání, o startupy a inovace. Samozřejmě je také potřeba kvalitní výuky start-upové (podnikatelské) problematiky na vysoké škole. Předmět v rámci studia na vysoké škole zaměřený na podnikání a podnikavost by měl být povinný pro studenty, kteří studují podnikatelsky zaměřené obory, ale povinný také pro všechny další fakulty, protože to je právě ten nezbytný krok, aby se podpořila podnikavost i u studentů z jiných než ekonomických fakult a docházelo tak o rozvoji inovací a start-upů. Neboť, jak již bylo zmíněno výše a jak říká Blank (2011 a 2013) ve svých článcích a své knize, jsou to zejména studenti technických oborů, kteří se nebojí experimentovat a mohou tak založit startupy, které budou inovativní a zlepší kvalitu výuky na všech fakultách vysokých škol (Blank, 2013).

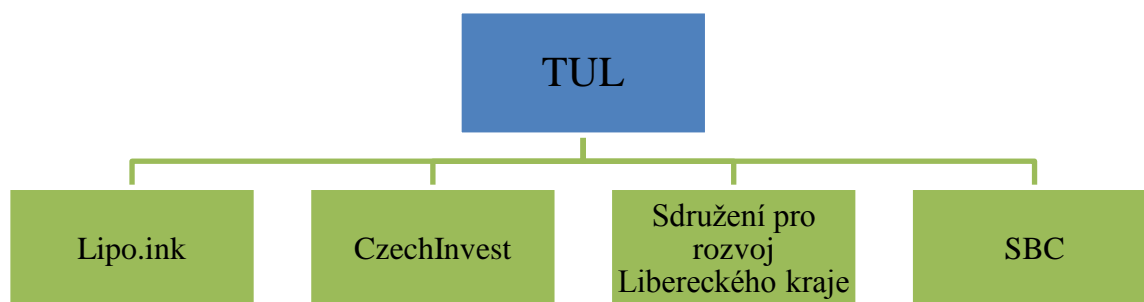
Důležité pro úspěch modelu je vhodné využití všech dostupných zdrojů, aby vznikl co nejlepší systém podpory pro studenty a absolventy VŠ, kteří mají největší potenciál vytvořit něco inovativního a nového. Vysoká škola by jim k tomu měla dát jasný teoretický základ, tímto modelem propojený s praxí skrze organizace typu Lipo.ink a Vyklubejte se. Tyto organizace by měly hrát podpůrnou, ale velmi důležitou roli v rozvoji podnikání a podnikavosti mladých lidí na univerzitách.

Velkým nedostatkem organizací podporujících rozvoj podnikavosti studentů a podporujících jejich zájem o podnikání je jejich nedostatečný marketing. Z vlastního dotazníkového šetření vyplývá, že většina studentů ani neví, že existuje Lipo.ink nebo SBC (vědí to hlavně studenti

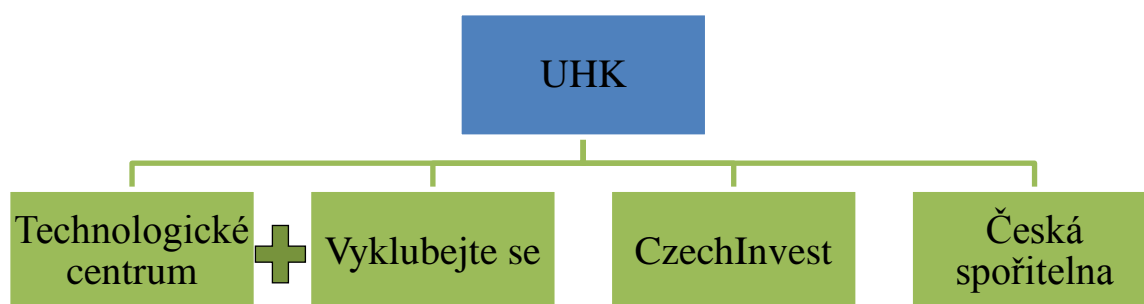
Ekonomické fakulty, jelikož právě tam SBC působí). Z vlastního výzkumu také vyplývá, že studenti UHK bohužel většinou vůbec nevědí o existenci TECHNOLOGICKÉHO CENTRA nebo o existenci podnikatelského inkubátoru Vyklubejte se. TECHNOLOGICKÉ CENTRUM je jedním z partnerů univerzity, a tak by tady měla být lepší informovanost studentů. Někaké formy propojení tu jsou, jak je zmíněno výše v práci, ale v dotazníkovém šetření respondenti TECHNOLOGICKÉ CENTRUM nevedli. Vysokoškolští studenti pak tedy vůbec nevědí, jaké možnosti podpory jim tyto organizace nabízí. Jak podnikatelské příležitosti a rozšíření kontaktů, tak i podporu v rámci teoretického studia. Zlepšení marketingu pomocí větší propagace pořádaných akcí, vyvěšení plakátů v nejfrekventovanějších místech univerzit, větší podpora instagramových účtů, aby zde vznikla větší základna sledujících, jsou jen některé z možných aktivit, které by mohly neuspokojivou situaci zlepšit.

6.2 Spolupráce organizací

Nejprve je důležité definovat vzájemnou spolupráci, vztahy mezi organizacemi a určení zodpovědností organizací, které by se do modelu zapojily. Za Liberecký kraj je to jednoznačně SBC, TUL a Lipo.ink. Přičemž tyto organizace už spolupráci postupně navazují (viz níže). Dále CzechInvest, o kterém je zmínka výše v práci a také Sdružení pro rozvoj Libereckého kraje, které je partnerem TUL. Pro Královehradecký kraj by zapojenými organizacemi měly být TECHNOLOGICKÉ CENTRUM Hradec Králové, UHK, Česká spořitelna a také CzechInvest. Přičemž TECHNOLOGICKÉ CENTRUM Hradec Králové již univerzitu podporuje a Česká spořitelna je dokonce jejím generálním partnerem. Jak již bylo zmíněno výše v práci, Česká spořitelna je bankou, která nejvíce podporuje start-up a proto je pro UHK velkým bonusem. Hlavním článkem by měla být za Liberecký kraj Technická univerzita v Liberci a za kraj Královehradecký Univerzita Hradec Králové. Právě ty by měly poskytnout inovativní prostředí pro studenty ještě za jejich studií, prostor pro coworking a práci i mimo výuku. Na obrázku 17 a 18 jsou graficky zobrazeny vztahy organizací.



Obrázek 17 - Hierarchie spolupráce Liberecký kraj
Zdroj: vlastní zpracování.



Obrázek 18 - Hierarchie spolupráce Královéhradecký kraj
Zdroj: vlastní zpracování.

6.3 Aktivity

Aktivity zúčastněných organizací by měly podpořit podnikavost a inovativnost u mladých lidí, převážně studentech vysokých škol. Což synergickým efektem může zvýšit zájem o podnikání například absolventů vysokých škol nebo kohokoliv, koho tato sféra zajímá.

Mezi aktivitami budou pravidelné každotýdenní přednášky majitelů start-upů nebo potenciálních investorů do start-upů. Majitelé start-upů by představovali svoje příběhy, proč uspěli nebo co se jim naopak nepovedlo. Investoři by zase mohli prezentovat, jaké projekty je zaujaly a do čeho investovali, což by mohlo motivovat studenty ke generování nápadů. Jednalo by se o přednášky na půdě univerzity (klidně i online) s následnou diskuzí. Univerzity by zajišťovaly prostor a organizace zapojené by zase sháněly přednášející

z různých oblastí podnikání. Přednášející by byli například business angels, jejichž motivace přednášet bezplatně na univerzitě by byla skutečnost, že by mohli ve studentech zúčastněných na přednáškách najít potenciální start-upisty, které by mohli podpořit.

Další aktivitou by byly organizované workshopy. Ty by se mohly konat jednou za 14 dní. Jejich náplní by byly aktivity cílené na generování nápadů, poznávání lidí se stejným cílem a záplem pro věc, vzdělávání, ale také zábava. Workshopy by měly na starosti odborníci z podnikatelského inkubátoru a akcelérátoru Lipo.ink ve spolupráci s SBC. Střídaly by se v organizaci workshopů. Na každý semestr akademického roku by bylo zadáno téma, kterému by se workshopy měly primárně věnovat. Témata na jednotlivé semestry by SBC s Lipo.ink vymyslely dohromady a držely by se jich celý akademický rok. Návrh workshopů na akademický rok 2020/2021 a 2021/2022 na obrázku níže.



Obrázek 19 - Návrh témat na workshopy
Zdroj: vlastní zpracování.

6.4 Předmět na VŠ

Dalším bodem modelu je nový předmět na vysoké škole, který by se měl vyučovat každý semestr a jeho výhradní náplní by měly být start-upy a témata s nimi spojená. **Název předmětu: Start-upy.** Předmět by měl být zařazen do výuky na bakalářském stupni studia na TUL i na UHK. Studenti by měli přístup k teoretické základně nezbytných informací o start-upech a také by měli příležitost poslechnout si odborníky z praxe. To vše v rámci výuky a bezplatně. Tento předmět by měl být povinný pro všechny fakulty na vysoké škole, jak je zmíněno v kapitole 6.1.

6.4.1 Cílová skupina studentů

Jak již bylo zmíněno, předmět by měl být povinný pro všechny fakulty. Předmět cílí na studenty, kteří mají potenciál pro založení vlastního podnikání, setkají se na svých studiích s nějakým výzkumem nebo experimentem a jejich budoucí zaměstnání není limitováno oborem studia. Proto by na TUL nebyl předmět povinný pro Fakultu přírodovědně-humanitní a pedagogickou a Fakultu zdravotnických studií. Tyto dvě fakulty totiž připravují studenty na specifickou kariéru, ve školství nebo zdravotnictví. Tito studenti by si ale mohli předmět zapsat volitelně. Na UHK by byl tento předmět povinný pro Fakultu informatiky a managementu a pro Fakultu přírodovědeckou. Tyto dvě fakulty mají cílovou skupinu studentů.

6.4.2 Struktura předmětu Start-upy

Jednalo by se o předmět, který bude vyučován v první půlce semestru (teoretické přednášky a přednášky z praxe) a druhá půlka semestru bude věnována přípravě business modelu a workshopům. Semináře budou doplňovat přednášky a studenti si budou zkusit tvořit vlastní myšlenky a nápady pomocí brainstormingů, myšlenkových map, sebe rozvíjejících aktivit a také budou pracovat na svém business modelu. Workshopy by byly propojené s těmi zmíněnými výše, které by spoluorganizoval SBC a Lipo.ink²⁷. Business model, který studenti vytvoří v rámci předmětu by se prezentoval poté ve zkuškovém období v rámci ústní zkoušky. Prezentování by byli přítomni i odborníci z praxe a potenciální business angels a další investoři. Business model by hodnotili odborníci i kantor z VŠ, který by byl zkoušejícím dle studijního systému VŠ. Ve zpětné vazbě formou hodnotící zprávy „Hodnocení business modelu“, by hodnotitelé dali studentovi cenné rady pro zlepšení při případné realizaci nebo pomohli se samotnou realizací, pokud by plán byl velmi dobrý. Předmět by byl hodnocen čtyřmi kredity ECTS.

Tabulka 4 - Plán přednášek předmětu Start-upy

Přednášky	Téma	Vyučující/prezentující
1	Generování nápadů, jak uchopit nápad.	Akademický pracovník TUL.

²⁷ Pro zjednodušení je dále popsán model na příkladu pro TUL.

2	Business model vs Business plán.	Akademický pracovník TUL.
3	Funkce týmu, členové týmu, role v týmu.	Člen Lipo.ink.
4	Založení podnikání, financování start-upu.	Člen Lipo.ink.
5	Správná prezentace projektu.	Člen SBC.
6	Úspěch vs Neúspěch.	Přednášející z praxe.
7	První práce na projektu na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem SBC i odborníkem z praxe
8	Práce na projektu na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem SBC i odborníkem z praxe.
9	Práce doma.	-
10	Práce doma nebo v terénu.	-
11	Práce doma nebo v terénu.	-
12	Poslední práce na projektu – na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem SBC, Lipo.ink i odborníkem z praxe.
13	Dotazy v rámci poslední přednášky na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem SBC, Lipo.ink i odborníkem z praxe.

Zdroj: vlastní zpracování.

V tabulce 4 jsou rozepsána témata na přednášky v rámci předmětu Start-upy. Přednášky by byly povinné (kromě těch, kde je v plánu práce z domova či v terénu). Kombinace přednášejících akademických pracovníků a konzultantů spolupracujících organizací by podpořila studentskou kreativitu. Studenti by získali bezplatně a v rámci výuky informace z praxe, setkali by se s inspirativními, známými a úspěšnými lidmi a mohli by s nimi volně konzultovat svoje nápady a myšlenky.

V další tabulce 5 jsou popsána témata seminářů, které by měly doplňovat teoretičtější přednášky. První seminář se věnuje generování nápadů. Pomocí různých metod by si studenti zkusili vymýšlet řešení různých problémů nebo vymýšlet inovativní řešení pro stávající technologie nebo procesy (100metod.cz, 2020). Další seminář by představil příklady dobrých a špatných business modelů a business plánů. Také by se shlédla a diskutovala vhodná edukativní videa. Třetí seminář by byl sebe rozvíjející. Studenti by si zkusili různé **techniky sebe rozvoje**, určení typu osobnosti a ve skupinách utvořených dle výsledků by se pak pracovalo na projektech a business modelech dále v průběhu semestru. Následující seminář by se věnoval financování start-upů. Studenti by měli vymezený čas na hledání a zjišťování, jaké jsou možnosti financování. Během hodiny by studenti vypracovali zprávu o možnostech financování (konkrétní – HitHit, Preciosa Crystal Challenge apod.) Cílem by bylo zjistit, jak moc příležitostí je k dispozici a studentům by tento seminář pomohl otevřít oči, že sehnat finance na podporu nápadu je dnes normální a situace se v ČR dále zlepšuje.

Dále by se semináře věnovaly **rozvoji schopností prezentovat**. Studentům by bylo zadáno téma, které musí na konci hodiny během 2 minut odprezentovat, aby to mělo náležitou úroveň. **Rozvoj schopnosti improvizace a rychlosti řešení nečekaného problému**. Příklady: Kde byste hledali, kdybyste chtěli najít práci ve start-upu? Co je crowdfunding? Co je metoda 5 proč? Kdo je Steve Blank? Kdo je Eric Ries? Poslední seminář by se věnoval definici úspěchu. Studenti by pomocí brainstormingu vymýšleli, jak by měl vypadat ideální start-upista, jaké by měl mít vlastnosti, vize, motivaci apod.

Dále by semináře byly věnovány práci na business modelu doma nebo v terénu. Práce v terénu znamená schůzky s odborníky, návštěvy start-upů apod. Tyto aktivity musí studenti zaznamenat fotografiemi nebo videi, které by se sdílely na Instagramovém účtu předmětu. Poslední cvičení je věnováno dotazům a diskusi nad případnými problémy, které

se nevyřešily v průběhu. Na poslední cvičení jsou přítomni zástupci všech spolupracujících organizací, aby studentům pomohli v jakékoliv oblasti je potřeba.

Tabulka 5 - Plán seminářů předmětu Start-upy

Semináře	Téma	Vyučující/prezentující
1	Brainstorming, Brainwriting, Myšlenkový klobouk, 5 proč apod.	Akademický pracovník TUL a SBC (může být jedna osoba).
2	Dobry Business model nebo Business plán.	Akademický pracovník TUL.
3	Self-development, Jakou mám roli v týmu?	Člen Lipo.ink.
4	Financování start-upu.	Člen Lipo.ink.
5	Správná prezentace (rychlé vypracování).	Člen SBC.
6	Ideální start-upista.	Akademický pracovník TUL.
7	První práce na projektu doma nebo v terénu.	-
8	Práce na projektu doma nebo v terénu.	-
9	Práce na projektu doma nebo v terénu.	-
10	Práce na projektu doma nebo v terénu.	-
11	Práce na projektu doma nebo v terénu.	-
12	Poslední práce na projektu – na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem SBC, Lipo.ink i odborníkem z praxe.
13	Dotazy v rámci posledního semináře na univerzitě.	Akademický pracovník TUL, spolu se členem

		SBC, Lipo.ink i odborníkem z praxe.
--	--	--

Zdroj: vlastní zpracování.

Ve studijním systému STAG na TUL lze najít nový předmět Start-up – podnikání a podnikavost, jehož garantkou je doc. Ing. Petra Rydvalová, Ph.D. Předmět je ohodnocen čtyřmi kredity. Tento nový předmět je zajisté pozitivní krok k dosažení úspěchů a modernizaci výuky na TUL. Předmět má přednášku a seminář.

Předmět popsany v modelu této práce by mohl sloužit jako inspirace pro další rozvoj předmětu Start-up – podnikání a podnikavost na TUL. Lze sledovat některé společné prvky. Oba předměty se shodují na výuce formou přednášky a seminářů. Výstupem obou předmětů je prezentovat v rámci zkoušky ve zkuškovém období projekt v předepsané formě a rozsahu, jeho prezentace a obhajoba formou tzv. start-up pitch²⁸. Témata přednášek a seminářů se také místy prolínají. Společné je zaměření na tvoření týmu, test osobnosti, prezentování sebe a projektu, téma Jak si založit podnik, jak pracovat s nápadem.

Předmět Start-upy je více zaměřen na praktickou část, díky propojení s organizacemi jako je Lipo.ink, SBC a Sdružení pro rozvoj Libereckého kraje. Také je zde definována práce v terénu, kdy studenti musí doložit, že navštívili nějaký start-up, inkubátor nebo akcelerátor a sdílet svou aktivitu na Instagramu nebo Facebooku předmětu. Což je dalším unikátem předmětu, že by měl vlastní Instagramový účet a Facebookový profil pro lepší komunikaci mezi studenty a pro vytvoření sítě kontaktů. Předmět Start-upy se více věnuje sebe rozvoji a mentální vyspělosti studentů skrze seminář věnovaný přímo tomuto tématu.

6.5 Optimální výsledek rozvoje podnikavosti a inovací

Ideálním výsledkem by byl vznik více nových start-upů, které by založili studenti nebo absolventi vysokých škol. Vznikla by tak i komunita, která by měla stejný cíl a rozvíjela by nejen sebe a své dovednosti, ale i svůj region a své okolí. Důležitým znakem start-upů jsou také inovace. Díky podpoře inovativního prostředí a podpory kreativity

²⁸ Start-up pitch (elevator pitch) = student musí během krátké vymezené doby prezentovat svůj projekt (nápad) před potenciálními investory.

ve studentech by tak mohly vznikat jedinečné a inovativní nápady, které by společnost mohly posunout dopředu a pomoci tam, kde je to potřeba.

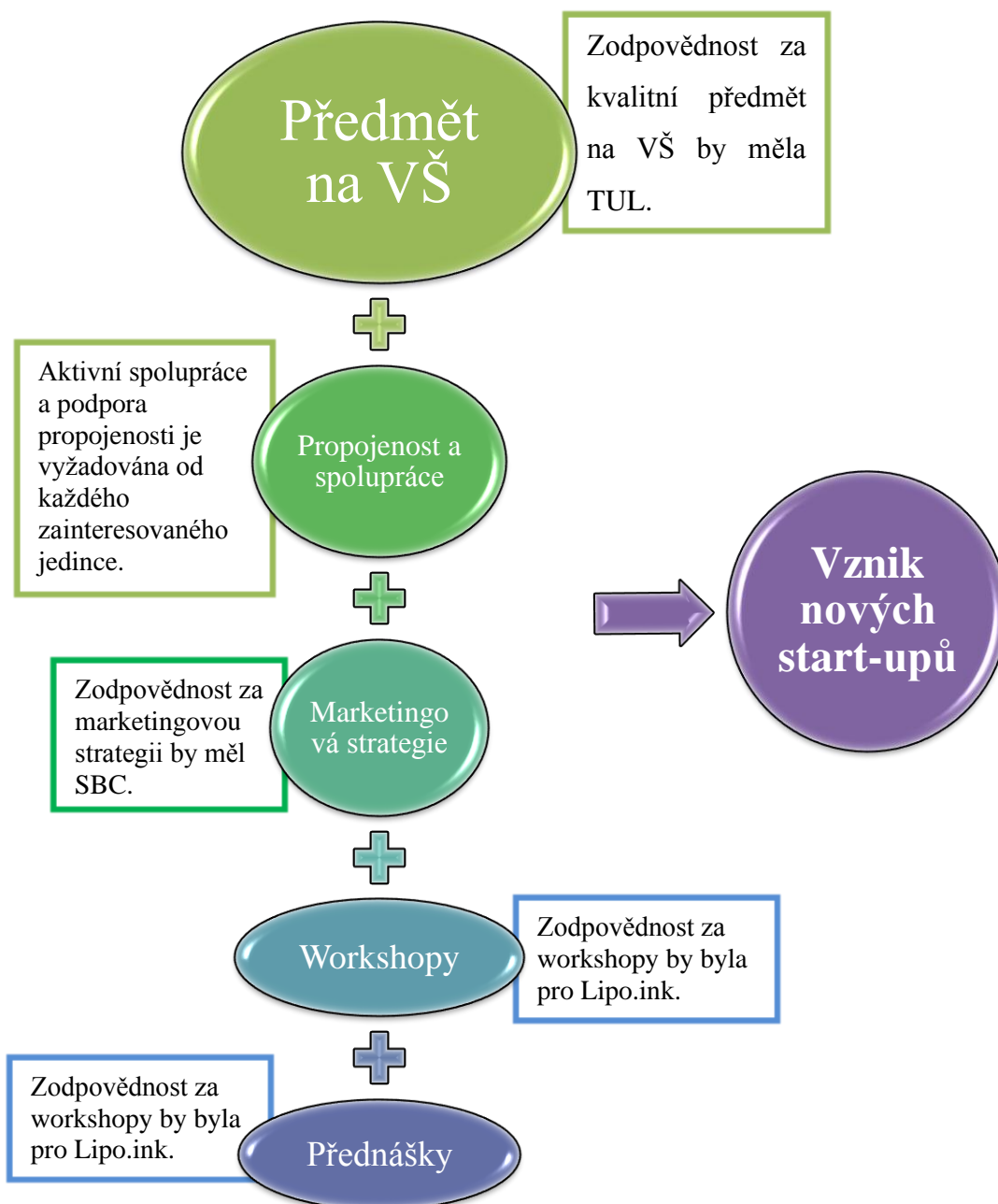
Na obrázku níže je za pomoci barev strukturovaný model, kde jsou vypsané atributy, které byly zmíněny v průběhu vypracování modelu. Grafický model je vypracován po vzoru business modelu, který byl v práci několikrát zmíněn. Klíčové organizace, investice a studenti, kteří si zvolí předmět Start-upy nebo se zúčastní některé z aktivit jsou vstupy modelu. Procesy, které fungují v modelu k dosažení výstupů jsou klíčové aktivity, klíčové nástroje a marketing. Výstup je zobrazen na následujícím obrázku 21.

KLÍČOVÉ ORGANIZACE TUL UHK Lipo.inK CzechInvest Česká spořitelna Technologické centrum Hradec Králové Vyklubejte se SBC Sdružení pro rozvoj Libereckého kraje	KLÍČOVÉ AKTIVITY Týdenní dobrovolné přednášky na půdě univerzit Workshopy - jednou za 14 dní Předmět na VŠ - Start-upy Marketingová podpora	PŘÍNOSY Rozvoj znalostí studentů o start-upech Propojení teorie s praxí Rozvoj regionu Zvýšení prestiže univerzity Zvýšení motivace studentů k podnikání Technologické inovace Zlepšení podnikatelské gramotnosti	MARKETINGOVÉ KANÁLY Instagram Facebook Email Stránky SBC, TUL, Lipo.inK UHK, Technologického centra a dalších
	KLÍČOVÉ NÁSTROJE Propojenost a spolupráce Kvalitní výuka předmětu na VŠ Propracovaná marketingová strategie propagace aktivit a předmětu	NÁKLADY Prvotní: - grafický design letáčků + tisk - osoby zúčastněné na plánování - osoba pro správu Instagramu a Facebooku Poté: - osoba pro správu Instagramu a Facebooku	CÍLOVÁ SKUPINA Studenti, kteří mají potenciál založit si vlastní start-up a nejsou limitováni oborem studia (jako např. pedagogika, zdravotnická studia apod.)
NÁSTRAHY Nezáměr o aktivity Nezáměr o předmět Špatná komunikace mezi organizacemi Nedostatečná marketingová propagace Nedostatečné vyjasnění hierarchie organizací Žádné nebo špatné sledování vývoje modelu Špatná nebo žádná péče o absolventy VŠ		FINANCOVÁNÍ Dotace EU v rámci IROP 2014-2020 Prioritní osa Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí Dotace EU z Operačního programu Podnikání a inovace 2014-2020 Česká spořitelna	

Obrázek 20 - Definované hlavní atributy modelu

Zdroj: vlastní zpracování.

Na dalším obrázku jsou definovány a zobrazeny zodpovědnosti za jednotlivé klíčové nástroje modelu, jež jsou vyjmenovány na obrázku 20. Opět pro zjednodušení je schéma vypracováno pro TUL. Důležitá je vzájemná spolupráce a ochota spolu komunikovat, i když nastanou nepříjemnosti. Nejdůležitějším nástrojem je kvalitní výuka předmětu na VŠ, která bude studenty bavit, budou chodit obohaceni z hodin a po absolvování dají předmětu pozitivní hodnocení. Fungováním všech nástrojů a procesů v modelu by mělo být dosaženo žádoucího výstupu, což je vznik nových start-upů v regionu. Zejména pak start-upů založených studenty nebo absolventy VŠ.



Obrázek 21 - Schéma zodpovědnosti v modelu
Zdroj: vlastní zpracování.

6.6 Ekonomické zhodnocení modelu

Model nabízí zlepšení podnikatelského prostředí na vysokých školách. Realizace modelu si ale vyžaduje jistou investici. V této kapitole je nastíněno ekonomické zhodnocení modelu. Nástroje jsou vypočteny a popsány v tabulce 6 a v tabulce 7 jsou odhadnuty a vypočteny náklady na propagaci modelu a udržování fungujícího modelu.

Tabulka 6 - Nástroje modelu

	Jak?	Za kolik?
Propojenost a spolupráce	Vytvoření plánu spolupráce, jasná definice účastníků, jejich rolí a jejich vztahů. Hlavní instituce vysoká škola, ostatní doplňkové. Nutná inovace akademické půdy na aktuální podnikatelské prostředí.	Bezplatně, při souhlasné spolupráci organizací.
Výuka – předmět na VŠ	Předmět v rámci výuky na bakalářském stupni. Půl semestru přednášek a půl semestru práce na business plánu. Zkouška prezentací business plánu před odborníky ze spolupracujících organizací. Možnost dalšího rozvoje. (Studium hrazeno z veřejných zdrojů.)	-
Marketing	Přesný marketingový plán celé spolupráce a jednotlivých spoluorganizací. Jasně vyzdvihnout pozitiva a nabídku.	Přibližně 336 000 Kč ²⁹ .
Celkem		336 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování.

Zhodnocení je pro zjednodušení počítáno pro TUL. Na UHK by měly být výpočty podobné, vzhledem k počtu studentů na univerzitě, velikosti města a ekonomické vyspělosti kraje.

Náklady modelu tvoří především prvotní marketingová propagace aktivit a propagace nového předmětu. Shrnutí je v tabulce 6. Částky zde uvedené jsou pouze orientační. Informace byly čerpány z diskuzí mezi členy Akademického senátu TUL, studenty a pedagogy TUL. Grafický design letáčků by navrhla stejná osoba, jež se nyní stará o grafiku a marketing TUL (nebo UHK). Tisk by proběhl na edičním oddělení TUL (nebo na UHK),

²⁹ Viz tabulka 7.

kde jedná strana A4 barevně stojí 4 Kč. Distribuce proběhne jak na univerzitě, tak i v prostorech partnerských organizací.

Co se týká osob, které se budou přímo účastnit plánování a vymýšlení sylabu předmětu, mělo by se jednat o zástupce z každé fakulty (TUL jich má celkem 7 + Ústav pro nanomateriály, pokročilé technologie a inovace), dále zástupci podporujících organizací (např. Lipo.ink, AIESEC, SBC, CzechInvest). Ti by formou brainstormingu³⁰ generovali nápady na podobu předmětu. Následně by musela být vypracována akreditace a musela by být schválena vedením fakult. Osob by tedy mělo být celkem 12, přičemž jejich hodinovou sazbu budeme počítat 300 Kč na hodinu. Celkem by příprava předmětu mohla trvat 80 hodin.

Tabulka 7 - Náklady na marketingovou propagaci modelu

CO	ZA KOLIK
Osoba spravující Instagram a Facebook	3 000 Kč/měsíčně
Grafický design letáčků (3 000 ks)	3 000 * 4 = 12 000 Kč
Náklady na osoby účastné na plánování	12 os. * 80 hod. * 300 Kč = 288 000 Kč
Celkem	= 336 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování³¹ dle Ediční středisko TUL, 2020.

Celkem by tedy náklady na tento návrh modelu vyšly na **336 000 Kč**, pokud by prvotní marketingová akce trvala měsíc. Dále by pak pokračovaly náklady na osobu, která by spravovala Instagram a Facebook, což jsou 3 000 Kč na měsíc, což je 36 000 Kč za rok.

Financování takto velkého projektu by bylo nejvhodnější za pomoci evropských dotací. V Integrovaném regionálním operačním programu pro programovací období 2014–2020 je Prioritní osa 3 Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí. Dalo by se přihlásit do odpovídající výzvy, vyplnit náklady, které jsou popsány výše (výzva by chtěla ještě detailnější rozepsání nákladů) a pokusit se na dotaci dosáhnout (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2020).

³⁰ Brainstorming je skupinová technika pro rozvoj kreativního myšlení a generování nápadů na zadané téma. (ManagementMania.com, 2020b)

³¹ Částky jsou pouze orientační.

Nebo by šlo zacílit na podporu podnikání v rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost v období 2014–2020. Ovšem zde je asi opět problém, že takový druh podpory neexistuje. Finanční podpora vznikajících podniků za studií na vysoké škole, jako je tomu například ve Spojených státech amerických v ČR neexistuje (Blank, 2011). Ani v návrhu Integrovaného regionálního operačního programu 2021–2027 není ani jedním slovem zmíněn pojem start-up (IROP.MMR.cz, 2020).

Přínosy modelu je obtížnější vyčíslit, jelikož žádná podobná spolupráce na TUL zatím neexistuje ani neexistovala. Velkým plusem je ale bezesporu spolupráce mezi akademickým prostředím a praxí, jež zastupují členové Lipo.ink nebo CzechInvest. Studenti by mohli získat hodnotné zkušenosti z praxe, rozšířit si své obzory a sami si poté založit nějaký startup, který by mohl přinést prestiž univerzitě a finanční přínosy kraji. Pro univerzitu bude jistě dalším přínosem rozšíření a modernizace výuky, díky přednáškám odborníků z praxe. Každý úspěšný a známý člověk, který dosáhl nějakého podnikatelského úspěchu, který bude absolventem TUL, může být chodící reklamou a na univerzitu by se mohlo hlásit více studentů. Profesori z univerzit by taktéž mohli získat cenné zkušenosti do budoucna a rozšířit svou výuku o nové formy zapojení studentů do výuky nebo se dokonce sami angažovat v založení si vlastního podniku, díky čerpání inspirace v době výuky.

6.7 Budoucí udržitelnost a komunikace s absolventy

Důležité pro úspěšnost modelu je také to, aby se sledoval jeho budoucí vývoj, zda má vůbec smysl a zda dosahuje požadovaných cílů. V této kapitole bude navrženo několik klíčových aspektů, které by se měly sledovat a jsou uvedena doporučení, jak dosáhnout pozitivního výsledku. Faktory by se měly nadefinovat před zahájením aktivit a zahájením výuky předmětu. Samozřejmě lze pak faktory upravit a je nutné reagovat pružně na vzniklé změny.

1. **KPI**³². V průběhu (nebo před začátkem) výuky předmětu a před zahájením uvedených aktivit by měly být stanoveny klíčové indikátory, které by se měly sledovat a které budou reflektovat silné či slabé stránky modelu a jeho úspěšnost či neúspěšnost. Faktory by se sledovaly za období jeden rok. Například to může být:

- počet nově založených start-upů v regionu,

³² KPI = key performance indicators.

- počet pokusů o start-upy.
- úspěšnost složení zkoušky z předmětu Start-upy.
- počet studentů VŠ zúčastněných na akcích Lipo.ink a SBC.

Pokud bude počet nově vzniklých start-upů v regionu růst, je to jisté pozitivní vývoj. Také pokud bude číslo pokusů o založení start-upu růst, lze to považovat za pozitivní vliv modelu. Úspěšnost složení zkoušky předmětu Start-upy bude považována za výbornou, když bude přesahovat 90 %. Méně by znamenalo, že je předmět těžký nebo že studenty nezaujal a nechtějí dokončit svůj projekt.

2. **Dotazník pro absolventy.** Například po pěti letech od promoci by se posílal absolventům, kteří také absolvovali předmět Start-upy email s dotazníkem. Dotazník by zjišťoval, zda se pokusili o vlastní podnikání po ukončení studia, zda studium úspěšně dokončili nebo zda pokračují v navazujícím nebo postgraduálním studiu.
3. **Databáze absolventů předmětu Start-upy.** Absolventi předmětu by museli podepsat prohlášení o souhlasu se zpracováním osobních údajů, aby mohli být zařazeni do databáze. Studentům, kteří dali souhlas, by se posílal zmíněný dotazník o jejich současném kariérním stavu. Databáze by mohla sloužit i pro další budoucí využití při propagaci nových oborů, spolupráci na předmětech, možnost přednášení v průběhu dalších let výuky předmětu Startupy, účast na workshopech a další.

Udržitelnost a sledování úspěšnosti je velmi důležité a inspiruje k pokračování v dobré práci. Analýza dosažených výsledků a sledování KPI také pomáhá hledat nedostatky, analyzovat je a napravovat je, aby docházelo ke kontinuálnímu zlepšování služeb, přednášek a seminářů. Témata seminářů i přednášek by se po každém semestru aktualizovala, v návaznosti na workshopy a další aktivity spojené s Lipo.ink, SBC a Sdružením pro rozvoj Libereckého kraje.

Závěr

Start-upy jsou v dnešní době symbolem inovace a vyspělosti jednotlivých států nebo regionů. Současný vzdělávací systém musí reagovat na dynamický vývoj společnosti, neustálý vývoj technologií a změny v podnikání. Startupy jsou bezesporu jedním ze symbolů dnešní doby, ale zároveň přináší spoustu inovací, nových nápadů a inovativních řešení. Právě prostředí univerzit by mělo být prostorem pro inovace, rozvoj myšlení a místem, kde si studenti mohou beztrápně vyzkoušet založení si podniku (startupu), aby tak získaly nedocenitelné zkušenosti a dovednosti a mohli být lépe připraveni na svou budoucí kariéru. Výborným příkladem je na TUL Student Business Club, kde se lze přihlásit do soutěže s vlastním nápadem na podnik (projekt) a díky konzultacím s odborníky z praxe a celoroční přípravě projektu dosáhnout úspěchu. Dalším pozitivním aspektem takového klubu je budování kontaktů a rozvíjení schopností nezbytných pro budoucí kariéru.

Česká republika je ale považována spíše za „montovnu Evropy“, kvůli automobilkám. Inovační strategie České republiky 2019–2030 chce tuto nálepku změnit. V jednom z pilířů zmiňuje start-upy jako důležitý prvek budoucího rozvoje k inovativnější společnosti. Jako nástroj je mezi jinými určeno akademické prostředí a kvalitní výuka na školách. Tato práce zkoumala situaci na Technické univerzitě v Liberci a na Univerzitě Hradec Králové.

Na základě analýzy šetření GUESS 2016, GUESS 2018, analýzy Inovační strategie České republiky 2019–2030 (2019) a vlastního dotazníkového šetření práce odpověděla na výzkumné otázky definované v úvodu práce. Analýzy a odpovědi na výzkumné otázky poté pomohly k vypracování modelu rozvoje univerzitních studentů a absolventů v oblasti zahájení vlastního start-upu během studia či ihned po jeho dokončení.

Model rozvoje univerzitních studentů a absolventů v oblasti zahájení vlastního start-upu během studia či ihned po jeho dokončení obsahuje několik nástrojů, které pomohou zlepšit start-upové prostředí v regionu. Nejdůležitějším nástrojem je kvalitní výuka předmětu Startupy na vysoké škole. Výuky by se měli zúčastnit akademičtí pracovníci univerzity, odborníci ze spolupracujících institucí a také majitelé start-upů a potenciální investoři do startupů. Výuka předmětu je podpořena dobrovolnou účastí studentů na týdenních přednáškách mimo výuku a čtrnáctidenních workshopech mimo univerzitu.

Náklady na model byly vyčísleny, nicméně s přínosy modelu jsou diskutabilní. Nedají se finančně přesně ohodnotit. Přínosy jistě jsou rozvoj znalostí a dovedností v oblasti startupů studentů vysokých škol (a poté absolventů), propojení teorie s praxí, rozvoj regionu, zvýšení prestiže univerzity, zvýšení motivace studentů k založení vlastního startupu, technologické inovace a zlepšení podnikatelské gramotnosti studentů vysokých škol. Všechny tyto výstupy by se daly hodnotit až s odstupem času po realizaci modelu. Neméně důležitá je také práce s absolventy a udržování kontaktu s nimi. Právě absolventi předmětu Startupy (resp. absolventi univerzit) jsou hlavním zdrojem informací pro budoucí vyhodnocování.

Zdroje

Knižní:

BLANK, Steve a Bob DORF, 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. 1 edition. Pescadero, Calif: K & S Ranch. ISBN 978-0-9849993-0-9.

ČIŽINSKÁ, Romana, 2018. *Základy finančního řízení podniku*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0194-8.

HENDL, Jan, 2012. *Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat*. Praha: Portál. s. 78. ISBN 978-80-262-0200-4. Dostupné také z: <https://kramerius5.nkp.cz/uuid/uuid:d66eb3dc-a49c-4855-87f9-1f89d15f3946>

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

KROUPOVÁ, Sára, 2015. *Business Angels v České republice*. Liberec. Bakalářská práce. Technická univerzita v Liberci, Ekonomická fakulta. Vedoucí práce Ing. Jan Mačí.

KYSELOVÁ, Karolína, 2017. *Start-up podnikání z pohledu podnikových cílů*. Liberec. Bakalářská práce. Technická univerzita v Liberci, Ekonomická fakulta. Vedoucí práce Ing. Jan Mačí, Ph.D.

NÝVLTOVÁ, Romana a Mária REŽŇÁKOVÁ, 2007. *Mezinárodní kapitálové trhy – zdroj financování*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-2471922-1.

PLÍVA, Zdeněk, Jindra DRÁBKOVÁ, Jan KOPRNICKÝ a Leoš PETRŽÍLKA, 2019. *Metodika zpracování bakalářských a diplomových prací*. 3. upravené vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, FM. ISBN 978-80-7494-455-0. Dostupné z: doi:10.15240/tul/002/978-80-7494-455-0.

RIES, Eric, 2019. *Startup jako princip podnikání: jak dosáhnout dlouhodobého růstu v moderní firmě*. Přeložil Petr SOMOGYI. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-573-5.

RYDVALOVÁ, Petra, 2013. *Inovace a integrace podniků*. V Liberci: Technická univerzita. ISBN 978-80-7494-003-3.

RYDVALOVÁ, Petra, Klára ANTLOVÁ a Marián LAMR, 2017. *Vztah studentů k podnikání: celosvětový průzkum GUESS 2016 z pohledu studentů českých vysokých škol*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, Ekonomická fakulta. Strategické řízení výkonnosti podniku, svazek: pátý. ISBN 978-80-7494-379-9.

SIMOVÁ, Jozefína, 2010. *Marketingový výzkum*. Liberec: Technická univerzita v Liberci. s. 88. ISBN 978-80-7372-662-1. Dostupné také z: <https://kramerius5.nkp.cz/uuid/uuid:6da3d6c0-1dff-11e8-8ee4-005056825209>

Internetové:

100 METOD, 2020. O projektu. 100 metod [online]. Workbook Tumblr Theme by Precrafted, 2020 [cit. 2020-05-11]. Dostupné z: 100metod.cz/o-projektu

321DILNA.CZ, 2020. *O Programu: Vyberte si program na míru* [online]. Praga: solidpixels [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: <https://www.321dilna.cz/o-programu>

ALTMAN, Sam, 2015. *Startup Playbook* [online]. [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: <http://playbook.samaltman.com/>.

AKTUÁLNĚ.CZ, 2011. Silicon Valley. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/veda-a-technika/silicon-valley/r~i:wiki:1428/>.

BLANK, Steve, 2011. *Embrace failure to start up success*. Nature [online]. 477(7363), 133-133 [cit. 2020-05-07]. ISSN 00280836. Dostupné z: <http://content.ebscohost.com.ipac.kvcli.cz:8080/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=65463421&S=R&D=a9h&EbscoContent=dGJyMNLLe80SeprU4y9f3OLCmsEieprFSrqa4S7eWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGrrkq1qbVQuePfgeyx43zx>

BLANK, Steve, 2013. *Why the Lean Start-Up Changes Everything*. Harvard Business Review [online]. 05.2013 [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything

- BLANK, Steve, 2014. *Corporate Acquisitions Of Startups -- Why Do They Fail?* Forbes [online]. Forbes Media LLC., 22.4.2014 [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: www.forbes.com/sites/steveblank/2014/04/22/corporate-acquisitions-of-startups-why-do-they-fail/#3769079d364d
- BYDLÍME S FILIPEM, 2017. *Co je to hackathon a k čemu je dobrý.* Bydlíme s Filipem: Chytrá řešení po celý rok [online]. Praha, 18.10.2017 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: www.bydlimesfilipem.cz/cs/zajimavosti/co-je-to-hackathon-a-k-cemu-je-dobry
- CZECHINVEST, 2020. *Potřebujete pomoc se startem?* CzechInvest [online]. 2020 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-startupy/Potrebujete-pomoc-se-startem>
- DEX-IC.COM, 2020a. *Historie DEX Innovation Centre.* DEX Innovation Centre [online]. 2020: eBRÁNA, 2020 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://dex-ic.com/historie>
- DEX-IC.COM, 2020b. *Podnikání a podpora podnikání.* DEX Innovation Centre [online]. 2020: eBRÁNA, 2020 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://dex-ic.com/startupy>
- DEX-IC.COM, 2020c. *Akcelerace startupů.* DEX Innovation Centre [online]. 2020: eBRÁNA, 2020 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://dex-ic.com/startupy>
- DOSTÁL, Dalibor, 2020. *BusinessInfo.cz* [online]. [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/clanky/financovani-startupu-se-v-cesku-zlepsuje-banky-zacinaji-byt-vstricnejsi/>.
- EDIČNÍ STŘEDISKO TUL, 2020. *Ediční středisko Liberec* [online]. Liberec [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: diplomky-levne.cz
- ESA-BIS.CZ, 2020. [online]. [cit. 2020-02-07]. Dostupné z: https://www.esa-bic.cz/#utm_source=web_CI&utm_medium=web_CI&utm_campaign=web_CI_EBpage
- FACEMAG.CZ, 2013. *Manažer komunity vs. Manažer sociálních médií.* FACEMAG.CZ: Magazín o Facebooku [online]. Socialsites, 4.9.2013 [cit. 2020-02-07]. Dostupné z: facemag.cz/manazer-komunity-vs-manazer-socialnich-medii

- FONDIK.CZ, 2018. *Co je to startup (a příklady startupů)*. 17.10.2018. *Fondik.cz* [online]. [cit. 2020-12-28]. Dostupné z: <https://www.fondik.cz/zajimavosti-ze-sveta-financi/zjistete-konecne-co-to-vlastne-je-ten-startup>.
- FORBES ČESKO, 2018. *Jan Bednář svým startupem dobývá Ameriku*. *Forbes.cz* [online] [cit. dne 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/jan-bednar-se-svym-startupem-dobyva-ameriku-firmu-stavim-na-prodej-rika/>.
- GORDON Jason Mance, 2020. *"Funding from Friends Family and Fools,"* in *The Business Professor*, updated March 12, 2015, last accessed April 9, 2020, <https://thebusinessprofessor.com/knowledge-base/funding-from-friends-family-and-fools/>, cit dne 9.4.2020)
- GUESS, 2020. GUESS: Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey [online]. D-J Stieger/antlitz.com, 2020 [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: www.guesssurvey.org
- Hardwario.com, 2020. *Hardwario: Jsme experti na hardware* [online]. Londýn [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: hardwario.com
- INVESTEUROPE.EU: About Private Equity. 2020. [online] [cit. 2020-02-28]. Dostupné z: <https://www.investeurope.eu/about-private-equity/>.
- JANICKI, Klára, 2012. *Sháníte investory? Oslovte dav na internetu*. Týdeník Ekonom: týdeník Hospodářských novin [online]. Praha, 12.07.2012 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: <https://kramerius-vs.nkp.cz/>
- KANCELÁŘ ANALÝZ A STUDIÍ, 2019. *Rodinný podnik: řešení sociálních a ekonomických disparit obcí* [online]. Ekonomická fakulta TUL, 2019 [cit. 2020-05-13]. Dostupné z: <http://rodpod.tul.cz/o-vyzkumu.html>
- KRSTANOV, Zdravko, 2020. *Jan Bednář se svým startupem dobývá Ameriku. Firmu stavím na prodej, říká*. FORBES [online]. Praha: MediaRey, SE, 8. listopadu 2018 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: www.forbes.cz/jan-bednar-se-svym-startupem-dobyva-ameriku-firmu-stavim-na-prodej-rika/
- LIPO.INK, 2020. [online] Liberec: ARR – Agentura regionálního rozvoje [cit. 2020-02-07]. Dostupné z: lipo.ink

- MACKŮ, Tomáš, 2013. *Změřte si zákazníka pomocí NPS*. [online]. [cit. 2020-05-07].
Dostupné z: <https://www.ipsos.com/cs-cz/zmerte-si-zakaznika-pomoci-nps>.
- MANAGEMENTMANIA.COM, 2016a. *FFF Financování (FFF Capital)*. In: ManagementMania.com [online]. Wilmington (DE), 02.08.2016 [cit. 07.05.2020].
Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/fff-financovani>
- MANAGEMENTMANIA.COM, 2016b. *Brainstorming: Co je Brainstorming*. ManagementMania.com [online]. 09.12.2016 [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: managementmania.com/cs/brainstorming
- MASKGEAR, 2018. *Sportovní batohy BINDER* [online]. 2020 [cit. 2020-02-19]. Dostupné z: www.maskgear.cz
- NOVINKY.CZ, 2016. *Ojedinělý projekt má studenty lépe připravit na požadavky praxe*. Novinky.cz [online]. Praha: Borgis, 18.10.2016 [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/veda-skoly/clanek/ojedinely-projekt-ma-studenty-lepe-pripravit-na-pozadavky-praxe-40011963>
- SBC TUL, 2020. *Brain&Breakfast: Čo funguje v marketingovej komunikácii*. Student Business Club [online]. Liberec: Student Business Club, 23. 1. 2020 [cit. 2020-01-23]. Dostupné z: <https://sbc-tul.cz/akce/detail/brain-breakfast-co-funguje-v-marketingovej-komunikacii>
- TCHK, 2020. *Technologické centrum Hradec Králové* [online]. [cit. 2020-05-10]. Dostupné z: www.tchk.cz
- Ústav pro jazyk český, 2020. *Hledání konkrétního slova nebo tvaru slova. Internetová jazyková příručka* [online]. Praha: Akademie věd České republiky [cit. 2020-05-07]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=startup>.
- VLČKOVÁ, Kateřina, 2010. *Základy pedagogické metodologie*, Centrum pedagogického výzkumu Pdf MU. [online]. [cit. 2020-05-08] Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1441/jaro2010/SZ9MP_MDS/um/vyber_vzorku.pdf.

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou magisterského studia na Technické univerzitě v Liberci a chtěla bych Vás poprosit o vyplnění dotazníku, který Vám zabere 5-10 minut a který bude sloužit jako podklad pro praktickou část mé diplomové práce.

Moje diplomová práce „Startupy jako příležitost pro studenty a absolventy VŠ – vlastní podnikání a praxe“ se věnuje startupům a konkrétně pak otázce toho, zda studenti a absolventi Technické univerzity v Liberci a Univerzity Hradec Králové chtějí mít vlastní podnik nebo chtějí pracovat v zavedené firmě. Také chci zjistit, zda by měli zájem o výuku ve škole věnovanou vlastnímu podnikání (založení startupu) nebo případně by uvítali doplňkové mimoškolní aktivity, které by škola zprostředkovala a vedly by k možnostem založit vlastní startupy.

Předem děkuji za vyplnění dotazníku!

Bc. Lucie Sedláková

Otázka č.1: Jste studentem VŠ? Vyberte prosím jaké.

- a) Technická univerzita v Liberci*
- b) Univerzita Hradec Králové*
- c) Jsem absolventem. Pokračujte na další stránku.*
- d) Nejsem studentem VŠ. Pokračujte na další stránku.*
- e) Jiná...*

Otázka č.2: Jste-li studentem, jakou fakultu studujete?

...

Absolvent VŠ

Otázka č.3: Jste absolventem VŠ? Napište prosím jaké.

- a) Technická univerzita v Liberci*
- b) Univerzita Hradec Králové*
- c) Jiná...*

Otázka č.4: Jakou fakultu jste studoval/a?

...

Startup

Otázka č.5: Pokuste se, prosím, vlastními slovy popsat podnikatelský pojem „startup“ (max. 20 slov).

...

Otázka č.6: Zkuste, prosím, uvést nějaký český nebo zahraniční startup (aniž byste použili internetového vyhledávače) nebo napište nevím.

...

Otázka č.7: Měl/a byste někdy v budoucnu zájem o vlastní podnikání (startup)?

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*
- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*

Otázka č.8: Měl/a byste zájem o možnost zkusit si vlastní podnikání (startup) už za studií na vysoké škole?

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*
- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*

Výuka a mimoškolní aktivity o startupech

Otázka č.9: Slyšel/a jste někdy během výuky na VŠ pojem „startup“?

- a) *Velmi často.*
- b) *Často.*
- c) *Méně často.*
- d) *Velmi zřídka.*
- e) *Nikdy.*

Otázka č.10: Domníváte se, že Vás dostatečně univerzita připravuje (připravovala) na možnost, že si někdy založíte vlastní podnik?

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*
- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*

Otázka č.11: Je (nebo byl za Vašich studií) na Vaší univerzitě nějaký klub, který podporuje rozvoj podnikání či podnikavosti?

- a) *Ano.*
- b) *Ne.*
- c) *Nevím.*

Klub na VŠ

Otázka č.12: Napište, prosím, název organizace, která se na Vaší VŠ věnuje podnikání či podnikavosti.

...

Máte zájem o takový klub?

Otázka č.13: Pokud není na Vaší VŠ organizace věnující se začínajícímu podnikání nebo nevíte, uvítali byste takovou?

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*
- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*

Pokračování

Otázka č.14: Domníváte se, že Vám univerzita dává (dala) prostor pro inovativnost?

Inovativnost – snaha něco zlepšit, přijít s něčím průkopovým, objevovat nové věci.

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*

- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*
- f) *Nikdy jsem nad tím nepřemýšlel/a.*

Otázka č.15: Měl/a byste zájem o výuku předmětu týkajícího se přímo založení vlastního podniku (startupu)? Pokud jste takový již měli nebo máte v plánu si ho zapsat, napište prosím do "Jiné..." název předmětu.

- a) *Určitě ano.*
- b) *Spíše ano.*
- c) *Nevím.*
- d) *Spíše ne.*
- e) *Určitě ne.*
- f) *Takový předmět jsem již měl/a.*
- g) *Takový předmět mám v plánu si zapsat.*
- h) *Jiná...*

Založení startupu

Otázka č.16: Zajímala by Vás práce ve startupu či založení si startupu? Vyberte, prosím, tu nejvíce pravděpodobnou možnost.

- a) *Zajímala by mě práce ve startupu.*
- b) *Zajímalo by mě založení vlastního startupu.*
- c) *Chtěl/a bych mít podíl v nějakém startupu.*
- d) *Chtěl/a bych mít svůj startup a zároveň v něm i pracovat.*
- e) *Startup mám nebo v něm pracuji.*
- f) *Nezajímá mě nic z výše zmíněných.*

Startup mám nebo v něm pracuji.

Otázka č.17: Pokud startup vlastníte, napište prosím, jak se jmenuje a kdy byl založen.

...

Otázka č.18: Pokud ve startupu pracujete, napište prosím jeho název.

...

Otázka č.19: Pokud jste startup měl/a a už neexistuje, napište prosím jeho název a dobu fungování.

...

Práce mimo startup

Otázka č. 20: Proč Vás nezajímá prostředí startupů? Odpovězte prosím stručně.

...

Založení startupu

Otázka č. 21: Znáte pojem „podnikatelský inkubátor“ nebo „podnikatelský akcelerátor“?

- a) *Ano, oba.*
- b) *Ano, inkubátor.*
- c) *Ano, akcelerátor.*
- d) *Ani jeden.*

Otázka č.22: Navštívil/a jste někdy některou z nich?

- a) *Ano, podnikatelský inkubátor.*
- b) *Ano, podnikatelský akcelerátor.*
- c) *Ano a byly sloučené.*
- d) *Ani jednu, ale plánuji to.*
- e) *Ani jednu a ani to neplánuji.*

Identifikační otázky

Otázka č.23: Jste:

- a) *Muž.*
- b) *Žena.*

Otázka č.24: Váš věk?

- a) *17 a méně.*
- b) *18-20*
- c) *21-23*
- d) *24-26*
- e) *27-29*

- f) 30-32
- g) 33-35
- h) 36 a více.

Otázka č.25: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) Základní.
- b) Střední škola s vyučením.
- c) Střední škola s maturitou.
- d) Gymnázium.
- e) Vyšší odborné.
- f) Vysokoškolské – bakalářský stupeň.
- g) Vysokoškolské – magisterský stupeň.
- h) Vysokoškolské – doktorský stupeň.
- i) Jiná...

Otázka č.26: V budoucnu plánuji (vázně):

- a) Mít vlastní podnik (OSVČ).
- b) Být podílníkem v jedné či více firmách.
- c) Být zaměstnancem rozvíjejícího se podniku.
- d) Být zaměstnancem malé či střední firmy.
- e) Být zaměstnancem velké firmy.
- f) Být rentiér.
- g) Být zaměstnancem ve státní správě (pedagog, IZS, úředník/úřednice, ...)
- h) Nevím.
- i) Jiná...

Děkuji za vyplnění dotazníku a přeji krásný den!

Lucie Sedláková