

# 3. Tutoriál

Podnikatelská příležitost a zákaznická perspektiva

Příklady úspěšný podnikatelů a startupů



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Pavel Adámek, Ph.D.

*adamek@opf.slu.cz*

Katedra podnikové ekonomiky a managementu



- **Hledáme nápady na podnikání**
  - **Kreativita ve vymýšlení nápadů (techniky)**
  - **Podnikatelský nápad versus podnikatelská příležitost**
  - **Ověřujeme zájem zákazníků**
  - **Ocenění a žebříčky TOP podnikatelů: Forbes, EY podnikatel roku, czechtop100.cz, Czech Stability Award, Equa bank Rodinná firma roku 2017.**
  - **Příklady úspěšných startupů a podnikatelů.**
-

# Cílem tutoriálu je...

---



- **Získat znalosti z oblasti dostupných technik a postupů při tvorbě a realizaci podnikatelské příležitosti.**
  - **Pochopit význam a důležitost zákazníka (zákaznických segmentů) a formou vhodných nástrojů vymezit úlohu a roli zákazníka pro tvorbu udržitelné hodnoty, potažmo udržitelného podnikání.**
  - **Představení vybraných nástrojů a získání znalostí pro aplikaci vhodných technik např. (Brainstorming, 6\_8\_5 (6 až 8 nápadů v 5 minutách), myšlenkové mapy, Painstorming, Design Thinking, Lean Startup, Hodnotový canvas (Value Added Canvas), mapa empatie zákazníka.**
  - **...poskytnout inspirující příběhy podnikatelů a jejich touhy po dosažení míry „úspěchu“ a trvalé udržitelnosti podnikatelských aktivit.**
  - **Vybrané zajímavé nápady mohou být inspirací, jak Vaše podnikatelské myšlenky posunout dál...**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



- **Co Vás může inspirovat k hledání vhodného nápadu?**
  - **Možností, jak realizovat zajímavý a podnětný nápad je velmi mnoho – často pomůže náhodný element a proaktivita v uspokojování určité potřeby.**
  - **Potencionálními zdroji k tvorbě nápadů jsou:**
    - **Vaše koníčky a zájmy (aktivity, které Vás baví a mohou se transformovat do podoby startupu).**
    - **Touha být finančně nezávislý. Převzít odpovědnost a jednání na osobu podnikatele.**
    - **Předchozí zaměstnání - osamostatnění a založení živnosti (OSVČ) z dosavadního pracovně právního vztahu.**
    - **Jedinečné vlohy či nadání na realizaci aktivit, které lze realizovat podnikáním.**
    - **Unikátní odbornost (vzdělání), zkušenost např. ve specializovaném oboru, znalost know-how, apod.**
    - **Inspirace v zahraničí.**
    - **Sociální a demografické změny.**
    - **Nové technologie.**
    - **Legislativní změny.**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Jak najít nejlepší nápad na podnikání? Na tuto otázku není univerzální odpověď.**

## **Kreativita ve vymýšlení nápadů a podnikatelských příležitostí (techniky):**

- **Brainstorming**
  - **6\_8\_5 (6 až 8 nápadů v 5 minutách)**
  - **Myšlenkové mapy**
  - **Painstorming**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Jak vybrat ten nejlepší nápad?

- **Po sestavení dostatku nápadů – nutné jejich vyhodnocení.**
  - **Přizvěte i další osoby mimo zakladatelský tým.**
  - **Nutno vidět potenciál nezávisle (tunelové vidění a slepá důvěra k jedné myšlence).**
  - **Konzultujte, diskutujte, sbírejte nové poznatky a informace, které Vám mohou pomoci k ujasnění si business modelu, monetizace, organizace, financování, tvorby týmu a formy podnikání apod.**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Jak vybrat ten nejlepší nápad?

- **Po sestavení dostatku nápadů – nutné jejich vyhodnocení.**
  - **Přizvěte i další osoby mimo zakladatelský tým.**
  - **Nutno vidět potenciál nezávisle (tunelové vidění a slepá důvěra k jedné myšlence).**
  - **Konzultujte, diskutujte, sbírejte nové poznatky a informace, které Vám mohou pomoci k ujasnění si business modelu, monetizace, organizace, financování, tvorby týmu a formy podnikání apod.**
  - **Při výběru můžete využít formu hlasování (se zakladateli, členy týmů apod.) nebo investorský pohled (zhodnocení, potenciál růstu, návratnost investice apod.).**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Nejlepší nápad versus podnikatelská příležitost

- **Nápad může být zajímavý a zlepšovat náš život, ale abychom mohli hovořit o podnikatelské příležitosti, musíme být schopni na základě nápadu vybudovat firmu, která si na sebe vydělá a nejen to, která má reciproční potenciál obnovy a především rozšiřování (penetraci) aktivit do budoucna (inovativní potenciál).**
  - **Nápad musí být možno transformovat do monetizačního business modelu.**
-



# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Podnikatelská příležitost – základní typy:

- **Neuspokojená nebo nedostatečně uspokojená potřeba**
    - Existuje nedostatek nebo je prostor dělat něco jinak a lépe z pohledu zákazníka (častý jev – transfer poznatků ze zahraničí na tuzemský trh, lokální neuspokojené potřeby)
  - **Nevyužitě nebo špatně využitě zdroje**
    - Schopnost využít dostupné zdroje k tvorbě hodnoty (festival Colours of Ostrava v prostorech opuštěného areálu Vítkovic). Podstatou je tvorba něčeho nového pro zákazníky s pomocí dostupných (nebo nových) zdrojů.
  - **Kombinace neuspokojené potřeby a špatně využitých zdrojů**
    - Příležitost pro všímavé podnikatele – jsou schopni zkombinovat neuspokojenou potřebu a nedostatečně využitě zdroje (např. oblast technologií/digitalizace – nabízené služby Airbnb).
-

# Hledáme nápady na podnikání...



## Co není podnikatelská příležitost

- **Nápad máme příliš pozdě** – trh je nasycený. Např. založení nového slevového portálu podobného jako slevomat.cz, když u nás existuje cca 50 podobných portálů a jejich počet trvale klesá.
- **Nápad máme příliš brzy** – zákazníci nejsou na službu/produkt připraveni, např. neexistuje technologie (sociální sítě – internet).
- **Hobby projekt** – neexistuje dostatečně velký trh pro vybudování udržitelného podnikání.

## Zhodnocení podnikatelské příležitosti

	Silnější příležitost	Slabší příležitost
Potřeba	Identifikovaná	Neidentifikovaná
Zákazníci	Dosažitelní, vnímaví	Těžko dosažitelní, loajální k jiným
Kdy se zákazníkovi vrátí investice	Dříve než za rok	Za tři roky a více
Přidaná hodnota služby/produktu	Vysoká	Nízká
Život produktu	Dlouhý	Krátký
Struktura odvětví	Nedokonalá konkurence, nový obor	Obor s agresivní konkurencí, klesající nebo nenasycený

Zdroj: SVOBODOVÁ, I., ANDERA, M. 2017. *Od nápadu k plánu*, Grada, s. 36

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## **Při hodnocení nápadu – ptát se zda jsme ti praví pro jeho realizaci**

- *Mám dostatečné znalosti a zkušenosti nutné pro úspěch v oboru?*
- *Ohled na prostředí – zajímat se o trendy na trhu.*
- *Jak se vyvíjí ekonomika, potencionální zákaznický segment?*
- *Jaká platí legislativa, které podléhá náš nápad a nechystají se nějaké změny?*

## **Individuální faktory - podnikatel:**

- **Zkušenosti**
- **Znalosti**
- **Schopnosti a dovednosti**
- **kontakty**

## **Prostředí:**

- **Tržní situace**
  - **Legislativa**
  - **Infrastruktura**
  - **Regulace**
  - **Zdroje**
-

# Hledáme nápady na podnikání...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Podnikatelský proces - shrnutí

1. **Identifikace příležitosti**
  2. **Rozvoj konceptu (vývoj a tvorba business modelu)**
  3. **Analýza zdrojů potřebných k realizaci**
  4. **Získání zdrojů**
  5. **Založení firmy a její rozvoj**
  6. **Podnikatelské výsledky – prodej firmy, předání firmy rodinně, pouze investor, vstup na burzu, akvizice firmy, ukončení, krach...**
-

# Ověřujeme zájem zákazníků

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Rozhodnutí zákazníků koupit si náš výrobek/službu je jedním ze základů vybudování firmy.**

**Zákazník (odběratel) platí za produkt/službu – prostřednictvím marží – získáváme hodnotu zpět – část této hodnoty na úhradu nákladů spojených s podnikáním a další část na reinvestice pro udržitelnost podnikání.**

**Lze využít např. dva přístupy, které jsou populární a využitelné pro identifikaci či práci s potencionálními zákazníky:**

- **Design Thinking** – zaměřená na inovace a řešení problémů, lze jej efektivně použít při rozjezdu podnikání. K jeho základním východiskům tak patří porozumění zákazníkovi a jeho prožitku, empatie, generování řešení a opětovné uplatňování vytvořených prototypů a neustálé získávání zpětné vazby následované úpravami. Postupné fáze metody:
    - pochopení (emphatize),
    - definování (define),
    - ideace (ideate),
    - prototypování (prototype),
    - testování (test)
  - **Lean Startup** – inovativní metoda pro začínající firmy. Nejeftektivnější inovace je podle LS taková, po které je poptávka uživatelů. Podle LS je největším plýtváním tvorba výrobku nebo služby, kterou nikdo nepotřebuje. LS aplikuje postupy, které vedou k minimalizaci rizika neúspěchu.
-

## Principy moderních metod rozvoje nápadu

- Moderní přístupy **rozvoje podnikatelských nápadů kladou důraz na soulad** mezi potřebami zákazníků a nabízenými produkty nebo službami.
  - **Testování a prototypy** – co nejdříve se snažíme vytvořit něco, co ukážeme zákazníkům (např. náčrt na papíře, 3d prototyp, apod.)
  - **Zákazníci versus uživatelé** – rozdílné motivace obou skupin. Zákazník kupuje, uživatel využívá produkt k uspokojení potřeby. Hraje roli v pochopení a nastavení Vašeho business modelu a jeho zdrojů příjmů.
  - **Empatie** – schopnost vcítit se pomáhá porozumět potřebám budoucích zákazníků. Zde nastupuje proces segmentace (Segmentation-Targeting-Positioning), který je dále využit i např. v business model Canvas.
  - **Kdo si to koupí? Jak zjistit, kdo je náš zákazník?** První kroky vedou k internetu..., ale jsou i další možnosti, např. tržní výzkumy, analýzy, dostupné studie, analýza demografických faktorů – cíleno vše na naše potencionální segmenty – ti, kteří si nejspíš v budoucnu koupí náš produkt/službu.
  - **Persony** – pomáhají pochopit zákaznické nebo uživatelské segmenty. Vytvořte si fiktivní osobu, která je typickým reprezentantem daného segmentu – stimulují emotivní centra našeho mozku, jsou živější a lépe porozumíte zákazníkům a jejich potřebám. (specifickým typem jsou tzv. extrémní uživatelé – užívá službu či produkt častěji než ostatní – jsou zajímavým potencionálním segmentem).
-

# Ověřujeme zájem zákazníků

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Výzkum potřeb zákazníků

- Mapa empatie
  - Value Added Canvas
  - Pozorování
  - Rozhovory
  - Testování
-

# Ověřujeme zájem zákazníků



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Výzkum potřeb zákazníků

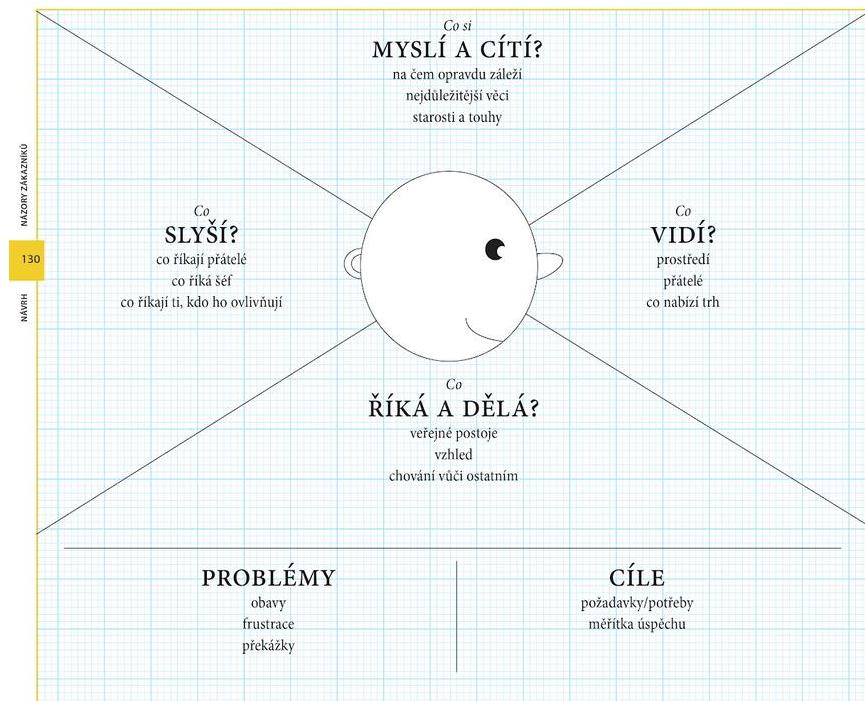
**Co vidí?** Popište co zákazník vidí kolem sebe:

- Kdo jej obklopuje?
- Jaké má přátele?
- Jakým typům nabídek je každodenně vystaven (ve srovnání se všemi nabídkami trhu)?
- S jakými problémy se setkává?

**Co slyší?** Popište, jak zákazníka ovlivňuje prostředí:

- Co říkají jeho přátelé? A co manžel/ka?
- Kdo jej opravdu ovlivňuje a jak?
- Jaké mediální kanály na něj mají vliv?

## Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)



# Ověřujeme zájem zákazníků



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Výzkum potřeb zákazníků

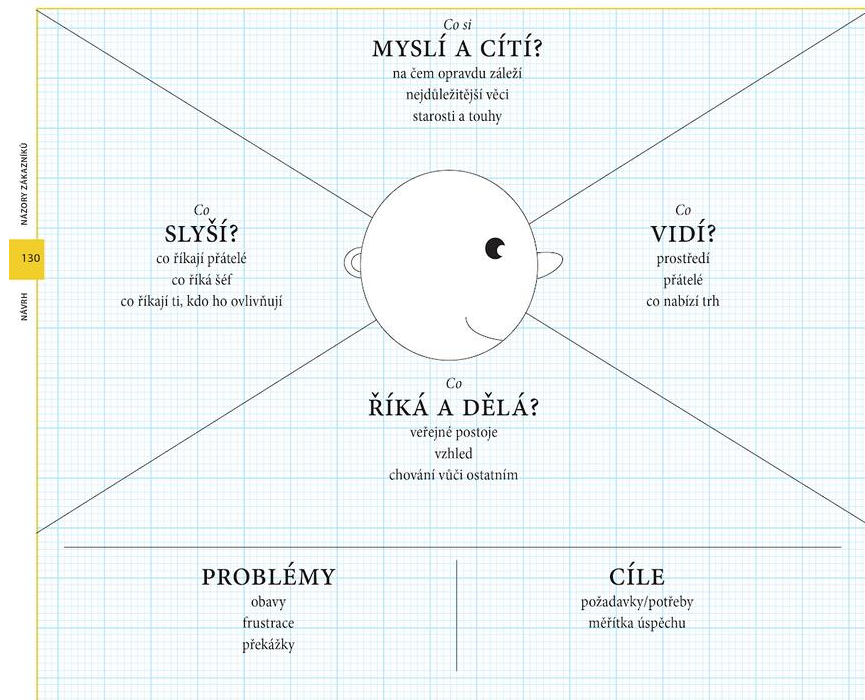
**Co si opravdu myslí a co cítí?** Pokuste se načrtnout, co běží zákazníkovi hlavou:

- Co je pro něj opravdu důležité (což ovšem nemusí sdělovat veřejně)?
- Představte si jeho pocity.
- Co mu v noci nedává spát?
- Pokuste se popsat jeho sny a touhy.

**Co říká a dělá?** Představte si, co může zákazník říkat a jak se může chovat na veřejnosti:

- Jaký má přístup ke světu kolem sebe?
- Co může říkat ostatním?
- Zaměřte se zejména na možné konflikty mezi tím, co zákazník říká, a tím, co si opravdu myslí a co cítí.

## Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)

## Výzkum potřeb zákazníků

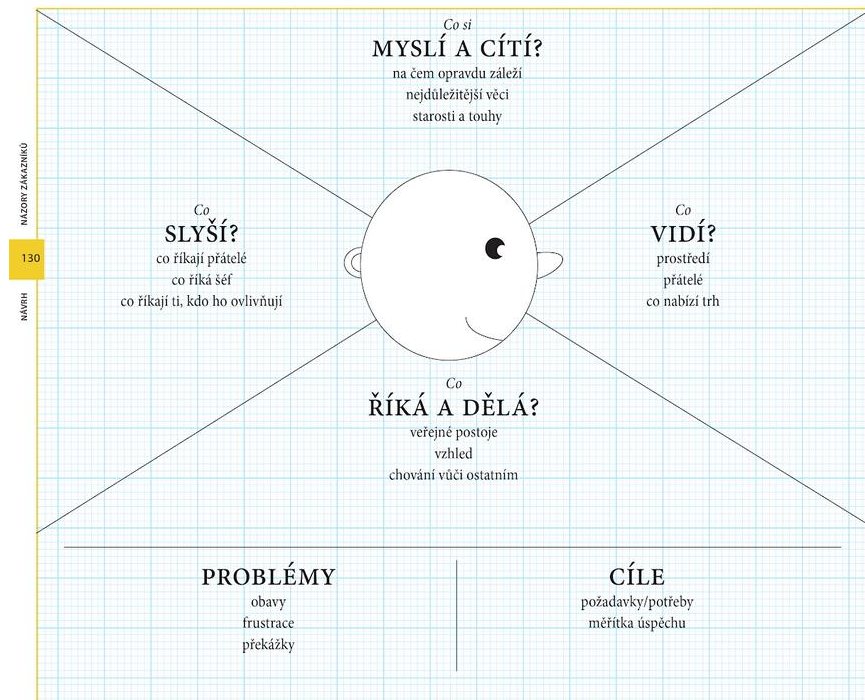
### Jaké má problémy?

- Co jej nejvíce frustruje?
- Jaké překážky leží mezi námi a tím, čeho chce či musí dosáhnout?
- Jakých rizik se může obávat?

### Jaké má cíle?

- Čeho opravdu chce či musí dosáhnout?
- Jak měří úspěch?
- Pokuste se přijít na několik strategií, které může používat k dosahování cílů.

## Mapa empatie zákazníka



Zdroj: Tvorba business modelů (Osterwalder, Pigneur, 2010, s. 130)

# Ověřujeme zájem zákazníků



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

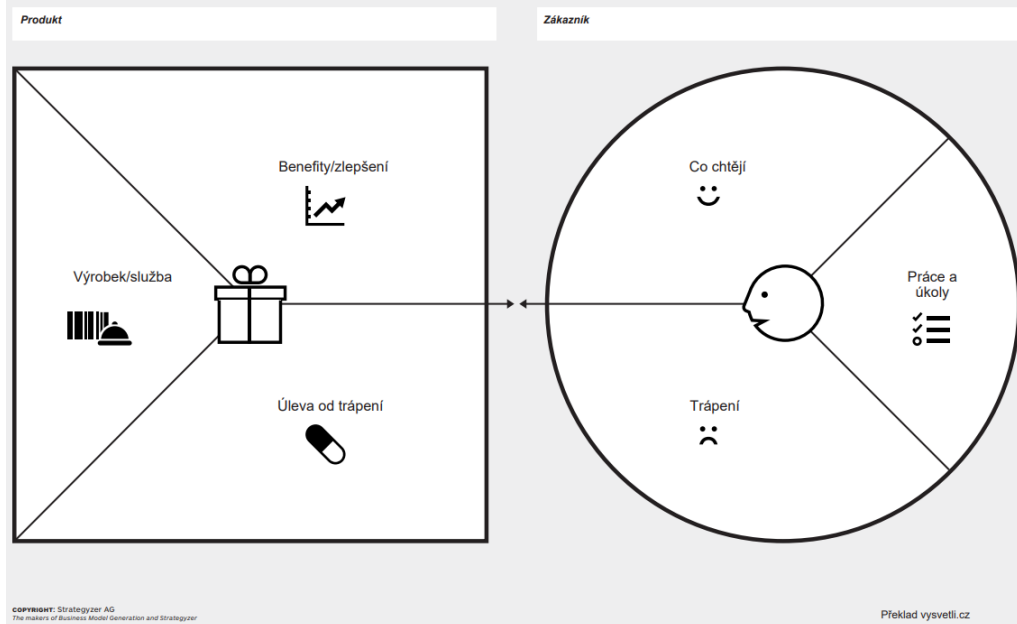
## Hodnotový canvas (Value Added Canvas)

1. Zákazník – popsat každou oblast detailně (viz mapa empatie)

## 2. Produkt

- Výrobek/služba – podstata našeho řešení, co nabízíme
- Úleva od trápení – jak konkrétně náš výrobek/služba pomůže zákazníkovi před, při a po plnění jejich úkolů (provedení činnosti).
- Benefity/zlepšení – jaké pozitivní dopady na život zákazníků náš výrobek nebo služba má.

## Hodnotový Canvas



Zdroj: <http://vysvetli.cz/nastroje> (Strategyzer AG)

# Ověřujeme zájem zákazníků



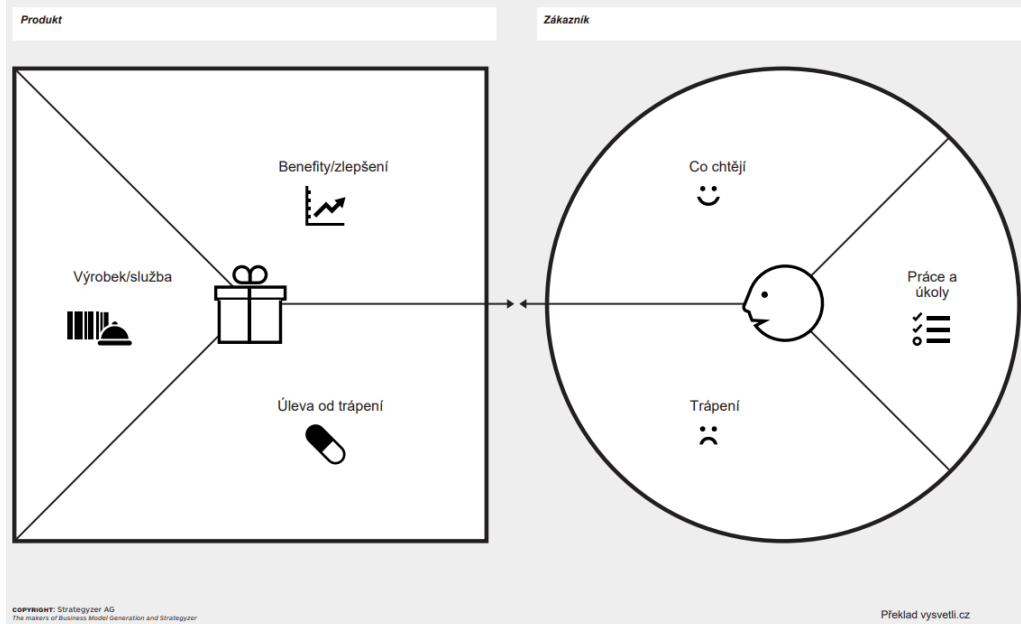
SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Výzkum potřeb zákazníků

### Hodnotový canvas (Value Added Canvas)

- Dvě části – zákazník a produkt
- Pro každý segment hodnotový Canvas
- Smyslem je vytvořit vzájemné propojení produktu a zákazníka a vytvářet tak trvalou a udržitelnou hodnotu (opakované nákupu)

### Hodnotový Canvas















- **Neopomíjet zákaznickou perspektivu.**
  - **Zákazník (odběratel) platí za produkt/službu – prostřednictvím marží – získáváme hodnotu zpět – část této hodnoty na úhradu nákladů spojených s podnikáním a další část na reinvestice pro udržitelnost podnikání.**
  - **Používat vhodné techniky a nástroje pro pochopení zákaznických potřeb a přání – rozlišovat B2C a B2B trhy.**
-

- **EY podnikatel** - roku, kraje, technologický podnikatel, mladý podnikatel, společensky prospěšný podnikatel.
    - Hodnotí se podnikatelský duch, inovace, osobní vliv, čestnost, strategická orientace, finanční výsledky, celostátní/mezinárodní dopad.
  - **Forbes** - žebříček 70 nejbohatších Čechů
    - posuzuje se majetek, up & down, nováčci, nejstarší, nejmladší.
  - **czechtop100.cz** - sestavuje 100 nejvýznamnějších firem ČR, 100 obdivovaných firem ČR, Czech Stability Award.
  - Equa bank **Rodinná firma roku 2017**
    - Organizuje Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
-

# TOP 10 podnikatelů dle Forbes (2017)



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ
















	1 Petr Kellner, 53 let	Finance	318 mld. Kč ↑ (255 mld.)
	2 Andrej Babiš, 63 let	Zemědělství	95 mld. Kč ↑ (70 mld.)
	3 Karel Komárek, 49 let	Energetika	66 mld. Kč ↑ (49 mld.)
	4 Radovan Víték, 47 let	Reality	60 mld. Kč ↑ (49 mld.)
	5 Daniel Křetínský, 42 let	Energetika	53 mld. Kč ↑ (22 mld.)
	6 Pavel Tykač, 53 let	Energetika	31 mld. Kč (31 mld.)
	8 Pavel Baudiš, 57 let	Software	21 mld. Kč ↑ (10.3 mld.)
	7 Eduard Kučera, 65 let	Software	21 mld. Kč ↑ (10.3 mld.)
	9 Marek Dospiva, 48 let	Finance	20.7 mld. Kč ↑ (18.2 mld.)
	10 Zdeněk Bakala, 57 let	Investice	18 mld. Kč ↓ (20 mld.)

**FORBES** encyklopedie  
*„nejúspěšnějších,  
a tedy nejbohatších“*  
byznysmenů v Česku.

# EY PODNIKATEL ROKU



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

 <p><b>Lubomír Stoklásek</b> AGROSTROJ Pelhřimov 2017</p>	 <p><b>Petr Chmela</b> TESCOMA 2016</p>	 <p><b>Zdeněk Pelc</b> GZ Media 2015</p>
 <p><b>Vlastislav Bříza</b> KOH-I-NOOR holding 2014</p>	 <p><b>Jiří Hlavatý</b> JUTA 2013</p>	 <p><b>František Piškanin</b> HOPI 2012</p>
 <p><b>Janis Samaras</b> Kofola 2011</p>	 <p><b>Mariusz, Adam a Valdemar Walachové</b> WALMARK 2010</p>	 <p><b>Eduard Kučera</b> AVAST SOFTWARE 2009</p>
 <p><b>Vladimír Kovář</b> UNICORN 2008</p>	 <p><b>Tomáš Březina</b> BEST 2007</p>	 <p><b>Pavel Juříček</b> BRANO GROUP 2006</p>
 <p><b>Radim Jančura</b> STUDENT AGENCY 2005</p>	 <p><b>Miroslav Řihák</b> ANECT 2004</p>	 <p><b>Zbyněk Frolík</b> LINET 2003</p>

- **EY Podnikatel roku** (Entrepreneur Of The Year®) je nejprestižnější světová soutěž podnikatelů, která vzdává hold výjimečným osobnostem.
- Byla založena společností EY ve Spojených státech amerických v roce 1986.
- V České republice se soutěž koná od roku 2000.



# EY PODNIKATEL ROKU - MSK

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

2005: Ladislav Kraus, Bochemie

2006: Pavel Juříček, Brano

2007: Tadeáš Franek, Refrasil

2008: Milan Canibal, Karvinská hornická nemocnice

2009: Pavel Bartoš, Fite

2010: Adam, Valdemar a Mariusz Walachové, Walmark

2011: Jannis Samaras, Kofola

2012: Mieczyslaw Molenda, Gascontrol

2013: Gevorg Avetisjan, Marlenka international

2014: Gevorg Avetisjan, Marlenka international

2015: Rudolf Gregořica, Lanex

2016: Jan Hasík, HSF System

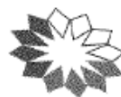
2017: Bohumír Blachut, Erich Stavař, Isotra

---

# 100 Obdivovaných firem ČR (2017)



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



100 OBDIVOVANÝCH FIREM ČESKÉ REPUBLIKY ROKU 2017

## ALL STARS

	2017	2016	2015	2014
1	ŠKODA AUTO a.s.	1	1	1
2	AGROFERT, a.s.	2	2	3
3	Alza.cz a.s.	5	7	7
4	ČEZ, a.s.	4	4	2
5	Kofola ČeskoSlovensko a.s.	3	3	5
6	STUDENT AGENCY k.s.	6	5	4
7	HAMÉ, s.r.o.	8	-	-
8	PASSERINVEST GROUP, a.s.	9	-	-
9	UniCredit Bank, a.s.	-	-	-
10	Česká spořitelna, a.s.	10	9	10

Tento žebříček publikuje  
Sdružení CZECH TOP 100  
od roku 1999



# TOP 100 (2016)



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

	<b>Název subjektu</b>	<b>Tržby (tis. Kč)</b>
1	ŠKODA AUTO a.s.	354 485 000
2	ČEZ, a. s.	203 744 000
3	AGROFERT, a.s.	155 305 345
4	Energetický a průmyslový holding, a.s.	133 299 723
5	FOXCONN CZ s.r.o.	117 833 786
6	UNIPETROL, a.s.	98 144 000
7	ALPIQ ENERGY SE	91 218 189
8	Continental Barum s.r.o.	56 428 259
9	Bosch Group ČR	50 600 000
10	ČEPRO, a.s.	46 661 000
11	innogy Česká republika a.s.	43 900 000
12	Tesco Stores ČR a.s.	43 000 000
13	MOL Česká republika, s.r.o.	40 223 582
14	České dráhy, a.s.	33 292 000
15	GECO, a.s.	32 793 547

Tento žebříček publikuje  
Sdružení **CZECH TOP 100**



## Kategorie střední firma

1. místo: **EMCO**, s.r.o. (rodina Jahodů)
2. místo: **Centrin CZ**, s.r.o. (zakladatelka Helena Franclová, zaměstnává své rodiče a manžela), podnikání v oboru sociálních služeb, 194 zaměstnanců.
3. místo: **MARLENKA** international, s.r.o. (Gevorg Avetisjan, ve vedení figurují členové rodiny zakladatele), zaměstnává přes 240 zaměstnanců, vyrobí přes 7 milionů dortů, které vyváží do 42 zemí světa.

## Kategorie malá firma

1. místo: **LORIKA CZ**, s.r.o. (rodina Miroslava Křištofa, zaměstnává 6 členů rodiny ze 30 zaměstnanců), Firma podniká v oblasti personální a průmyslové hygieny, prodává tedy utěrkové systémy, pracovní židle a rohože, produkty pro čisté prostory.
  2. místo: **MEDICA zdravotní péče**, s.r.o. (Manželé Walachovi, ve společnosti působí další 3 členové rodiny), provozují mobilní hospic a poskytuje domácí zdravotní péči (oblast Třinecka).
  3. místo: **PROXIM**, s.r.o. (rodina zakladatele Jana Kroupy, pracují další 4 členové rodiny), od roku 1992 vyrábí bazénovou chemii, přípravky pro jezírka, odpady, septiky, dezinfekční přípravky pro potravinářský průmysl a v neposlední řadě drogistickou chemii.
-

# Oliver Dlouhý

(Začínající podnikatel roku 2017,  
finalista EY podnikatel roku 2017  
Jihomoravského kraje)



- Zakladatel a CEO populárního vyhledávače letenek Kiwi.com
- Narozen 1988
- Vzdělání: NEWTON College, Brno
- Je mladší bratr herců Vladimíra Dlouhého a Michala Dlouhého.

- Založil úspěšný vyhledávač letenek (Skypicker, dnes Kiwi.com, ), který pracuje na principu algoritmu, jenž vyhledává lety všech dopravců, i těch, kteří mezi sebou jinak nespolupracují.
- Společnost Kiwi.com se umístila na **7. příčce** v žebříčku *2017 Deloitte Technology Fast 500* pro region Evropy, Blízkého východu a Afriky.
- **S růstem tržeb o 7165 procent** mezi roky 2013 a 2016 se tak zároveň stala nejlépe hodnocenou českou společností, která se v žebříčku za celou historii soutěže objevila.
- Tržby společnosti v roce 2016 byly **8,5 mld. Kč**, rok 2017 20 mld. Kč.

# Zbyněk Frolík

Forbes 41. místo, 2017



- Zakladatel a dnes spolumajitel (s manželkou vlastní 33 procent) mezinárodní skupiny Linet Group.
- Narozen 1953
- Vystudoval kybernetiku na Českém vysokém učení technickém
- Obor: zdravotnická technika

- Skupina Linet Group, ročně vyrobí a prodá **100 tisíc zdravotnických postelí**.
- Firmu založil v roce 1990, dnes patří mezi **4 největší světové výrobce** (obchoduje ve více než 100 zemích).
- Loňský rok mu ale moc velkou radost neudělal – ve Spojených státech klesly investice do zdravotnictví kvůli negativnímu postoji Donalda Trumpa k Obama Care, ve státech Perského zálivu zase kvůli vyšším výdajům na armádu a bezpečnost.
- Investuje do moderních technologií a internetových projektů prostřednictvím fondů, jako je Credo Ventures či Enern.



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

# Lubomír Stoklásek

EY Podnikatel roku 2017 – vítěz  
Forbes 30. místo (6,4 mld.)



- V roce 1997 vyhrál výběrové řízení na odkup majoritního podílu ve společnosti Agrostroj Pelhřimov.
- Narozen 1950
- Obor: strojírenství
- Rodinná firma

- Agrostroj Pelhřimov je nejvýznamnějším výrobcem zemědělské techniky v ČR a největším univerzálním kooperantem v Evropě.
- Výrobní program tvoří vlastní finální stroje, nástrojářská výroba a z **více než 90 procent dodávky strojů a montážních celků v rámci kooperací** pro významné nadnárodní společnosti, jako jsou Claas, John Deere, Krone, DAF, Scania, Volvo a další.
- V současnosti firma dodává do 36 závodů po celém světě a export činí 98 %. Skupina Agrostroj zaměstnává okolo 2 600 lidí a v roce 2016 měla obrat 4,62 miliard korun.
- Postavil největší krytou výrobní halu po revoluci (6,5 hektaru).

# Petr Chmela

(EY Podnikatel roku 2016 - vítěz)



- Spoluzakladatel a spolumajitel společnosti TESCOA s.r.o
- V roce 2004 tržby společnosti poprvé překročily 1 mld. Kč, současnost přes 2 mld. Kč.
- Obor: kuchyňské potřeby

- Společnost TESCOA patří mezi světové výrobce **kuchyňských potřeb**. Jsou **jedničkou** na českém a slovenském trhu, ale přední pozici si vybudovali také ve světě.
- Stěžejními zahraničními trhy jsou pro ně **Itálie, Rusko a Slovensko**. V zahraničí mají **tisíce prodejen** ve světových metropolích, expandují ale i do Číny a rozvojových zemí.
- Potřeby do kuchyně nejen prodávají, ale ve vlastním **Design centru** také vyvíjejí a testují. Řada výrobků nese označení světový patent, výrobky TESCOA dostávají prestižní světová ocenění, např. **Red Dot Design Award, Good Design Award** v americkém Chicagu, **SOLUTIONS!** nebo cenu odborné poroty na největším evropském veletrhu **Ambiente** ve Frankfurtu nad Mohanem.



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# Zdeněk Jahoda Martin Jahoda

Vítěz v soutěži Equa bank Rodinná firma  
roku 2017



- Rodinná firma EMCO, založená v roce 1990.
- Syn vlastní více než 50% firmy, podíly mají i dvě dcery.
- Obor: potravinářský průmysl



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- EMCO je **lídrem tuzemského trhu** a vyváží do 40 zemí světa (40% podíl na českém trhu v müsli, v kašicích více než 50 %). Hlavní konkurenti Nestlé, Bonavita, Rupa.
- V současnosti provozuje 4 výrobní závody v Česku, kde zaměstnává přes 200 lidí a jeden v Rusku.
- V roce 2012 poprvé překročila svým prodejem 1 miliardu Kč.

# Zdeněk Jahoda Martin Jahoda

Vítěz v soutěži Equa bank Rodinná firma  
roku 2017



- Rodinná firma EMCO, založená v roce 1990.
- Syn vlastní více než 50% firmy, podíly mají i dvě dcery.
- Obor: potravinářský průmysl

## Zajímavosti

- **Sam Mills** - je obchodní značka produktu firmy Emco na území USA (distribuce ve Wall-Mart). Pouze u tří řetězců, dodává Emco zboží pod svojí značkou.
- Kdo by si chtěl při návštěvě Kalifornie zakoupit nějaké to české müsli, asi by mezi regály dlouho neúspěšně bloudil. Zde se to totiž jmenuje **Granola**, právě pod tímto označení si tyto produkty Američané kupují.
- Dopravovat potraviny přes půl zeměkoule se společnosti vyplatí, ale pozor, pouze **lodní cestou**.
- Jako další z klíčových faktorů úspěchu vidí Jahoda ve výběru **kvalitních zaměstnanců**.
- Zdeněk Jahoda: „*Považuji ho za důležité, i mně rozhodně pomohlo. Už z toho důvodu dnes požadujeme vysokoškolské vzdělání i pro kancelářské pozice. Škola dává rozhled, který později v podnikání i v zaměstnání oceníte.*“

# Bohumír Blachut Erich Stavař

EY podnikatel roku 2017  
Moravskoslezského kraje roku



- Dlouholeté kamarádi a dnes i švagry Bohumíra Blachuta a Ericha Stavaře lákala technika a obchod už od vysokoškolských studií.
- S nulovým kapitálem, ale zato s chutí něco vytvořit tak v roce 1992 v moravskoslezských Bolaticích vznikla ISOTRA a.s.

- ISOTRA se řadí mezi přední a největší výrobce **stínící techniky** u nás i ve světě (40 zemí, progresivní trhy Japonsko, Austrálie).
- V **portfoliu** ISOTRY jsou interiérové, exteriérové žaluzie, látkové rolety, solární žaluzie, japonské stěny, sítě proti hmyzu nebo markýzy.
- Celosvětově jako jediní v oboru nabízí **komplexní služby** – umí vyvinout výrobek a komponenty, navrhnout design, zařídit testování, certifikaci a dodat kompletní technologii. Společnost má 16 užitečných vzorů a 6 patentových vynálezů.
- Jsou držiteli několika prestižních **ocenění**, včetně mezinárodně uznávaného hodnocení *Top Rating* za kvalitu a důvěryhodnost nebo třetího místa v ocenění *Českých lídrů Moravskoslezského kraje*.

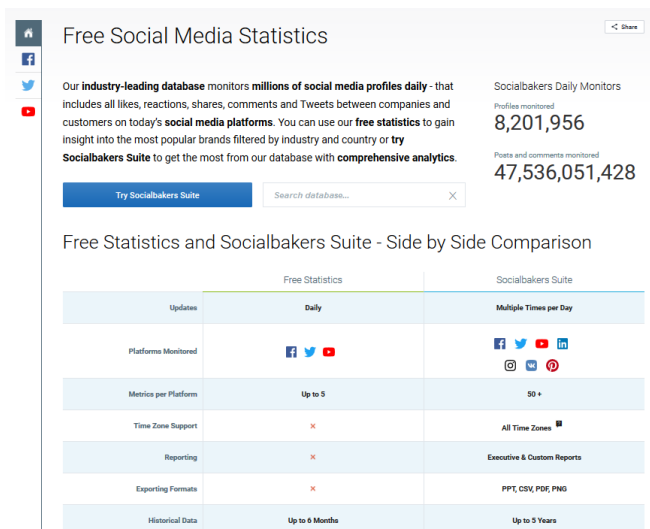


SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



## Socialbakers a.s. – Jan Řežáb

- V letech 2015 a 2016 jej časopis Forbes zařadil na seznam **30 podnikatelských osobností mladších 30 let** v kategorii marketing.
- Prosadil se v kategorii **marketing a reklama** - pomáhá firmám měřit úspěšnost na komunitních sítích jako je Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+.
- Mezi zákazníky společnosti patří třeba firmy Nestlé, Lenovo, Danone, Microsoft, Samsung, Lufthansa, L'Oréal, Disney, KLM, Henkel, NHL nebo Lamborghini.
- Společnost více než 300 zaměstnanců a 11 poboček po celém světě. Od investorů již obdržela přes 34 milionů dolarů (789,4 milionů Kč).



Free Social Media Statistics

Our **industry-leading database** monitors **millions of social media profiles daily** - that includes all likes, reactions, shares, comments and Tweets between companies and customers on today's **social media platforms**. You can use our **free statistics** to gain insight into the most popular brands filtered by industry and country or **try Socialbakers Suite** to get the most from our database with **comprehensive analytics**.

Socialbakers Daily Monitors  
Profiles monitored  
**8,201,956**  
Posts and comments monitored  
**47,536,051,428**

Try Socialbakers Suite Search database...

Free Statistics and Socialbakers Suite - Side by Side Comparison

	Free Statistics	Socialbakers Suite
Updates	Daily	Multiple Times per Day
Platforms Monitored	Facebook, Twitter, YouTube	Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest
Metrics per Platform	Up to 5	50+
Time Zone Support	×	All Time Zones
Reporting	×	Executive & Custom Reports
Exporting Formats	×	PPT, CSV, PDF, PNG
Historical Data	Up to 6 Months	Up to 5 Years

## Další příběhy...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Společnost **Carun Pharmacy s.r.o.** (konopné lékárny, konopnyshop.cz), zakladatel **Jiří Stabla**, značka **Carun**, provozuje konopné lékárny – franchisové provozovny, prodává v EU, Florida, Čína.



## Krypto startup SIGNALS



The image shows a promotional graphic for SIGNALS. On the left, a purple background contains the SIGNALS logo (three slanted bars) and the text "SIGNALS" in white. Below this, it says "CRYPTO TRADING STRATEGIES made simple" in white, with "made simple" underlined. Further down, it reads "Design your own algorithmic strategies" in white. At the bottom left, there is a blue rounded rectangle with the text "JOIN TOKEN SALE" in white. On the right side of the graphic, there is a screenshot of the SIGNALS web application interface, which features a line chart with multiple data series and various control panels.

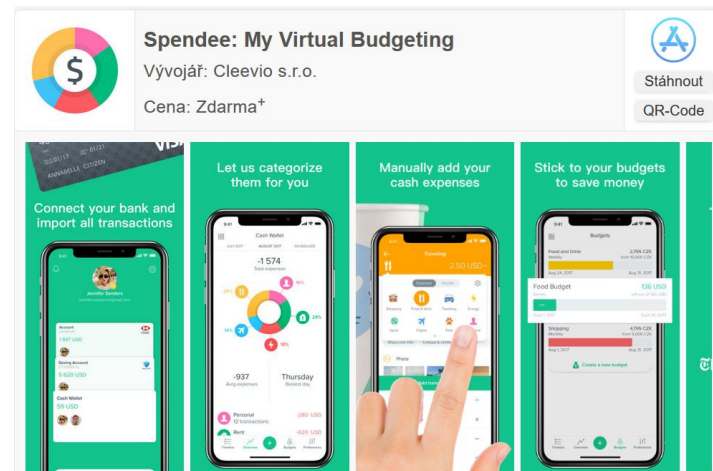
- Český **kryptoměnový** startup.
- Vývojáři Pavel Volek a Pavel Němec.
- V předprodeji vybral ICO již za 1 364 ETH (Ethereum) v hodnotě přes 983 tisíc dolarů.
- Signals vytváří platformu, kde je možné na bázi historických dat a umělé inteligence sledovat indikátory možného vývoje měn a podle nich přizpůsobit své obchodování kryptoměn s cílem maximalizovat profit.

## Spendee je Nejlepším Startupem 2017 (společnost založena 14. března 2017)

- **Finanční appka** pro snadný management a přehled financí. Účastník Google Accelerator 2017 (San Francisco) a WeXelerate 2017 (Víděň).
- Top světová aplikace pro monitorování financí – má **2,5 miliónu stažení**, přes **900 tisíc registrovaných uživatelů** z více než 180 zemí světa.

### Klíčoví lidé:

- David Nevečeřal (CEO)
- Jakub Sechter
- Josef Martinec





# Další příběhy...

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

## Startup **Infinity innovative, s.r.o.**

(vznikl spojením spolupráce SU OPF a společnosti (investora) Rekochem, s.r.o.)

### Produkt – první prototyp



### Finální produkt

PERA



LEVIT BLCK

249.00 US\$

KOUPIT



LEVIT SLVR

249.00 US\$

KOUPIT



## Startup Infinity innovative, s.r.o.

### Produkt - LEVIT PEN

Produktové video -

<https://vimeo.com/252739738/0bd792d438>



LEVIT GOLD - LIMITOVANÁ EDICE 899.00 US\$

KOUPIT

LIMITOVANÁ EDICE DESIGNOVÉHO PERA S VLASTNÍM

MONOGRAMEM A ZLATÝMI PRVKY – TEN SPRÁVNÝ

DOPLNĚK MANAŽERSKÉ PRACOVNY A UNIKÁTNÍ

DÁREK PRO VAŠE BUSINESS PARTNERY.

# Shrnutí

---



- **Hledejte inspiraci pro podnikatelské aktivity.**
  - **Bud'te proaktivní a udělejte si pořádek sami v sobě.**
  - **Pracujte s doporučeními „proč se nebát“ podnikat.**
  - **Vnitřní motivace a pozitivní myšlení je hnací silou úspěšnému podnikání.**
-



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Dotazy a diskuse 😊

.....

.....

.....

# Děkuji za pozornost

a přeji Vám úspěšný den 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

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