

Analýza podnikavosti mladých lidí a studentů v Libereckém kraji

2024



Projekt: Smart Akcelérátor Libereckého kraje III (CZ.02.01.02/00/22_009/0003642)



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Obsah

1.	Úvod.....	3
2.	Definice a teoretické přístupy k podnikání	3
3.	Podnikatelské vzdělávání	4
3.1.	Podnikatelské vzdělávání na univerzitách	4
3.2.	Student Business Club (TUL)	5
3.3.	Podnikatelské vzdělávání na středních školách	8
4.	Podnikatelské inkubátory.....	9
5.	Spin-off.....	9
5.1.	The University Company TUL	10
6.	Studentské podnikání	12
7.	Podnikatelské prostředí na úrovni Evropské unie a OECD	13
8.	Podnikatelské prostředí na úrovni České republiky	15
9.	Podnikatelské prostředí na úrovni kraje	18
9.1.	Fyzické osoby podnikající	18
9.2.	Účast v právnických osobách	21
10.	Podpora podnikavosti na středních školách Libereckého kraje	31
11.	Příklad dobré praxe: Certifikace Podnikavá škola	44
12.	Souhrn a doporučení	45
12.1.	Seznam doporučení	47
13.	Seznam grafů, tabule a obrázků	49
14.	Citovaná literatura	50



1. Úvod

Přeměna absolventů vysokých škol na podnikatele může být účinnou strategií na podporu inovací a hospodářského růstu. Podnikání a rostoucí počet podnikatelů jsou často vnímány jako klíčové nástroje pro ekonomický růst, zvýšení zaměstnanosti a technologický pokrok. Od roku 2000, kdy Evropská rada v Lisabonu stanovila jako cíl zlepšení výkonu Evropy v oblastech zaměstnanosti, ekonomických reforem a sociální soudržnosti, se podpora podnikání stala jednou z priorit Evropské unie.

Vzdělávání k podnikání je nyní považováno za důležitou součást jak školního, tak mimoškolního vzdělávání a představuje jednu z priorit vzdělávací politiky EU. Podnikatelské vzdělávání nejenže snižuje riziko nezaměstnanosti, ale také zvyšuje pravděpodobnost, že si lidé najdou lépe placenou práci.

2. Definice a teoretické přístupy k podnikání

Ohledně podnikavosti a podnikání existuje řada přístupů, které se v řadě oblastí prolínají. Podnikání je definováno Ahmadem a Seymourem v Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection jako dynamický proces identifikace ekonomických příležitostí na jejichž základě dochází k výrobě a prodeji produktů. (1) Může jít o proces zahrnující založení nového podniku nebo o rozvoj stávajícího podniku jednotlivcem, skupinou jednotlivců nebo další firmou. (2) Je to proces, který zahrnuje kreativitu, inovativnost a odvahu riskovat. (3)

OECD definuje podnikatelskou činnost jako jev, kdy je hodnota vytvářena prostřednictvím ekonomické aktivity a identifikací nových produktů nebo trhů. Je zdůrazněn význam změn přidané hodnoty a změn ve zdrojích. Samostatně výdělečně činné osoby definuje OECD jako podnikatele, kteří pracují sami pro sebe, nebo jako podnikavé jedince, kteří prokazují schopnost riskovat a pomocí inovativních nápadů vytvářet nové produkty. (4)

Groenewald a Lose vidí podnikatele jako osoby, které podstupují riziko, pokud jde o nabízení produktů, identifikaci a rozvoj nových podnikatelských nápadů. Definovali podnikatele jako osobu se schopností identifikovat obchodní příležitosti a využít tyto příležitosti k úspěchu a také se schopností tyto obchodní příležitosti řídit tak, aby generovaly příjmy. (5) (6)

Studenti podnikatelé mohou být považováni za samostatnou skupinu podnikatelů, kteří mají odlišný způsob uvažování o získávání a využívání zdrojů ve srovnání s podnikateli, kteří zakládají své firmy nezávisle na univerzitním kontextu. (7) Studenti jsou na začátku své kariéry a obvykle mají širší škálu možností zaměstnání a podnikání je možností pro budoucí absolventy. (8)

Lze rozlišit dvě hlavní definice studentských podnikatelů. Jeden definuje studentské podnikatele jako studenty, kteří se zabývají přípravou podnikatelského plánu pro nový nebo stávající růstově orientovaný podnik. (9) Druhý pohlíží na studentské podnikatele jako na jednotlivce, kteří se aktivně zabývají akademickým vzděláním a zároveň řídí společnost. (10)

Holienka v Drivers of Student Entrepreneurship in Visegrad Four Countries koncept studentských podnikatelů rozšířil a odkazoval na všechny studenty, kteří se aktivně podílejí na provozování jakýchkoli podnikatelských aktivit, tj. jednájí na základě identifikovaných příležitostí a rozvinutých nápadů a přeměňují je na hodnotu pro ostatní. (11)



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

3. Podnikatelské vzdělávání

Podnikatelské vzdělávání je soubor formálních výukových aktivit, které vzdělávají, informují a školí jednotlivce se zájmem o zakládání rozvoj firem. Na širší úrovni lze podnikatelské vzdělávání chápat jako vzdělávání v podnikatelském chování bez potřeby odkazovat na osobu vytvářející nový podnik, ale spíše jako odkaz na každého jednotlivce s inovativním chováním, ať už praktikuje jakoukoli činnost. (13)

Větší důraz národního vzdělávacího kapitálu na podnikání pozitivně přispívá k touze jednotlivců stát se podnikateli a vede k případným vysoce růstovým podnikatelským aktivitám. (15) Podobně země s většími investicemi do terciárního vzdělávání vykazují vyšší míru zakládání firem. (14)

Většina studií prokázala, že podnikatelské chování studentů je zásadně ovlivňováno kvalitou vzdělávání v této oblasti. vysoká úroveň podnikatelského vzdělání a podnikatelská kultura jsou faktory, které podněcují začínající studenty. Vzdělání je nejkritičtější faktorem ovlivňujícím chování studentů, i proto že většinu denních hodin tráví ve vzdělávacích institucích. (14)

Podnikatelské vzdělávání musí být schopno usnadnit studentům rozvoj podnikatelského myšlení tím, že nabídne soubor zdrojů potřebných k zahájení podnikání. (8) Vzdělávací systém by měl vytvořit příznivé prostředí, které umožní mladým lidem rozvíjet jejich myšlení od zaměstnanců k zaměstnavatelům a připravit je znalostně pro vytváření pracovních míst. (13)

Podnikatelské vzdělání by mělo plnit tři hlavní cíle:

- podnítit zájem o podnikání jako volbu povolání;
- vybavit studenty dostatečnými znalostmi a kvalitami;
- podporovat aplikaci podnikatelských znalostí. (14)

Nejvyšší efekt na rozhodování studentů má podnikatelské vzdělání na studenty od 17 let a starší, protože podnikatelské aktivity jsou mezi velmi mladými studenty velmi neobvyklé. Namísto toho jsou starší studenti ve věku 17 let a starší zralí na to, aby pochopili a uplatňovali naučené znalosti k přechodu od záměru ke skutečnému založení podnikání. (16) Studenti v tomto věku jsou schopni okamžitě, nebo v dohledné době zahájit vlastní podnikatelské aktivity dle regulí zákona. (14)

3.1. Podnikatelské vzdělávání na univerzitách

Podpora zakládání nových společností je jedním z cílů univerzit společně s vytváření podnikatelského myšlení, které vytváří inovace i v již existujících firmách. (13) Oblast studentského podnikání se stala stále důležitějším fenoménem v podnikatelském výzkumu, na který univerzity reagují nabídkou podnikatelských kurzů a podpůrných struktur, které jsou vzdálené tradičním metodám výuky. (17)

V současném scénáři nelze potřebu zvýšené úrovně podnikání absolventů podpořit tradičními pedagogickými přístupy aplikovanými na podnikatelské vzdělávání. Naopak by měl být podpořen rozvoj inovativnějších a podnikatelských přístupů, jako je kolaborativní přístup ke společnému učení, založený na zapojení podnikatelů, univerzitních studentů a pedagogů do procesu učení. (18)

Je zásadní rozvíjet na fakultách a u studentů podnikatelské myšlení, tak aby porozuměli novým podnikům prostřednictvím propojení potřeb talentů a požadavků průmyslu se zkušenostmi univerzitních výzkumníků, jejich korelace mezi průmyslem, vývojem a akademickým výzkumem by mohla generovat znalosti a vytvářet nové podniky jako tato výměna informací závisí na určitých kulturních determinantech akademického podnikání. (13)



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Aby univerzity dokázali udržet krok s ostatními sektory a efektivně rozvíjeli podnikavost a inovativnost svou i svých studentů, měli by směřovat k tomu, čemu se říká podnikatelské univerzity. Mezi hlavní výzvy pro rozvoj posílení a rozvoj podnikatelských univerzit patří budování interdisciplinárních trendů, zpřístupnění podnikatelského vzdělávání všem studentům, míchání studentů ekonomických a obchodních studií se studenty z jiných fakult a s různým zázemím a vytváření začínajících skupin. (13)

Podnikatelské univerzity se svými aktivitami vzdalují od formy blízké neziskové organizaci, která je na jedné straně spektra, a směřují ke stavu, který významně generuje zisk a zvyšuje konkurenceschopnost mezi ostatními univerzitami. Vyšší konkurenční prostředím, zaměření na maximalizaci příjmů, zaměření na vysokou kvalitu vzdělávání a kvalitní výzkum, propojení s průmyslovými odvětvími a vyšší zaměření na podporu podnikatelů namísto uchazečů o zaměstnání zásadně mění funkce univerzity jako celku. (13) V modelu otevřených inovací mají univerzity těsnější vazby s výrobním sektorem a kapitalizace znalostí je považována za jejich třetí misi. (19) (20)

Přístup univerzit k podnikání se mění a univerzity zavádějí inovace, jako je využití obchodních simulací, rozvoj kurzů nového podnikání, mimoškolních podpůrných aktivit, seminářů a školení a používání akcelérátorů, inkubátorů, soutěží o podnikatelský záměr a grantů. (22)

Univerzity se snaží o rozvoj podnikatelského ducha, podporovat kreativitu a aspirace studentů na zahájení podnikání, poskytovat přiměřené znalosti pro založení a rozvoj podniku a zavést nové a inovativní podnikatelské osnovy a programy. (22)

Základní mise univerzit

1. mise - Univerzity mají jako svou první misi výuku, která se soustředí na předávání znalostí a dovedností studentům. Cílem je připravit studenty na profesní dráhy, rozvíjet kritické myšlení a praktické dovednosti potřebné pro uplatnění na trhu práce.
2. mise - Druhou misí univerzit je výzkum, který zahrnuje vytváření nových znalostí a inovací. Výzkumné aktivity pokrývají širokou škálu oborů a přispívají k řešení společenských výzev a rozvoji vědy a technologie.
3. mise - Třetí mise se zaměřuje na spolupráci s neakademickými partnery, známá jako kapitalizace znalostí. Cílem je přenos vědeckých poznatků do praxe, podporující ekonomický a společenský rozvoj prostřednictvím inovací, patentů a konzultací. (21)

3.2. Student Business Club (TUL)

Student Business Club (SBC) při Technické univerzitě v Liberci je studentský klub založený v roce 2015, který se zaměřuje na podporu podnikavosti mezi studenty. Jeho hlavní aktivitou je každoroční soutěž START-UP TUL, která umožňuje studentům rozvíjet své podnikatelské nápady od počáteční myšlenky až po prezentaci před investory. Během roku SBC pořádá různé akce, jako jsou workshopy a přednášky, které podporují vzdělávání a rozvoj podnikatelských dovedností. Klub také spolupracuje s úspěšnými absolventy, kteří působí jako mentoři a poskytují cenné rady a zkušenosti novým účastníkům.

Student Business Club (SBC) je klíčovým nástrojem na podporu podnikavosti a podnikání, financovaným primárně z programu MŠMT s názvem „Rozvoj vysokého školství“. V minulosti SBC realizoval více aktivit na podporu podnikavosti, ale postupem času došlo ke zúžení rozsahu činností s cílem zlepšit kvalitu poskytovaných služeb. Dnes se SBC soustředí především na organizaci startupové soutěže, která se stala



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

jeho stěžejní a jedinou aktivitou. Zúžení aktivit bylo rovněž ovlivněno snížením objemu finanční podpory z MŠMT.

Aktuálně SBC spolupracuje s několika významnými firmami, jako jsou Škoda Auto, Jablotron a Preciosa. Každá z těchto společností přispívá do rozpočtu SBC. Celkem 60 % z těchto příspěvků je využíváno na odměny pro vítěze soutěže, zatímco zbývajících 40 % pokrývá provoz klubu. Ačkoliv se zatím nedaří najít podpory odpovídající zaměření projektu, SBC vidí potenciál dalších externích zdrojů ve zlepšení fundraisingových aktivit mezi firmami. Organizaci SBC aktuálně zajišťuje hlavní koordinátor SBC a pět studentů, kteří společně organizují všechny aktivity.

Startupová soutěž SBC si každoročně klade za cíl oslovit 20 až 25 týmů, což se pravidelně daří naplnit. Účastníci mají možnost využívat vzdělávací akce, workshopy a mentoring. SBC disponuje širokou sítí mentorů, včetně úspěšných absolventů, kteří se do aktivit klubu aktivně zapojují.

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele o počtu účastníků v SBC k roku 2024

Ukazatel	Hodnota
Počet účastníků	209
Počet unikátních účastníků	188
Počet finalistů	73
Počet výherců	37
Počet podnikatelů z celku	55
Počet podnikatelů z finalistů	27
Počet podnikatelů z výherců	20

Zdroj: TUL

V minulosti byla soutěž organizována pod Ekonomickou fakultou, avšak s cílem podporovat mezifakultní spolupráci byla převedena pod rektorát univerzity. Největší zastoupení mezi účastníky soutěže má stále Ekonomická fakulta.

Z pohledu účasti je nejnižší zastoupení studentů Fakulty strojní, což lze přičíst několika faktorům. Absolventi Fakulty strojní mají často velmi dobré podmínky v zaměstnání, a podnikání pro ně proto není tolik atraktivní. Navíc náročnost studia na této fakultě vyžaduje od studentů značné úsilí, což snižuje jejich zájem o nepovinné mimoškolní aktivity. Zajímavostí je, že podíl účastníků z jednotlivých fakult se neodráží ve stejném poměru ve výsledcích soutěže. Ekonomická fakulta sice má největší počet účastníků, ale v poměru k jejich počtu má výrazně méně vítězů než například Fakulta architektury. Naopak studenti Fakulty architektury dosahují úspěchu častěji, což je přisuzováno nejen vysoké kreativitě a zaměření na podnikání v jejich oboru, ale také aktivnímu přístupu jejich mentorů.

Textilní fakulta se z pohledu podnikavosti nachází v lepší pozici než Fakulta strojní, mimo jiné díky výuce předmětu zaměřeného na podnikání. Přesto studenti Textilní fakulty narážejí na omezený prostor pro inovativnost u projektů zaměřených na jejich obor, což může být důvodem nižšího počtu vítězů soutěže. Inovativnější projekty z jiných oborů je často předčí při finálním hodnocení.

Důležitou roli v úspěchu soutěže hrají mentoři, jejichž aktivní přístup může výrazně posunout projekty jednotlivých týmů. SBC je proto významným prvkem podpory podnikavosti na univerzitě, i když se stále potýká s výzvami v oblasti financování a širšího zapojení studentů napříč fakultami.



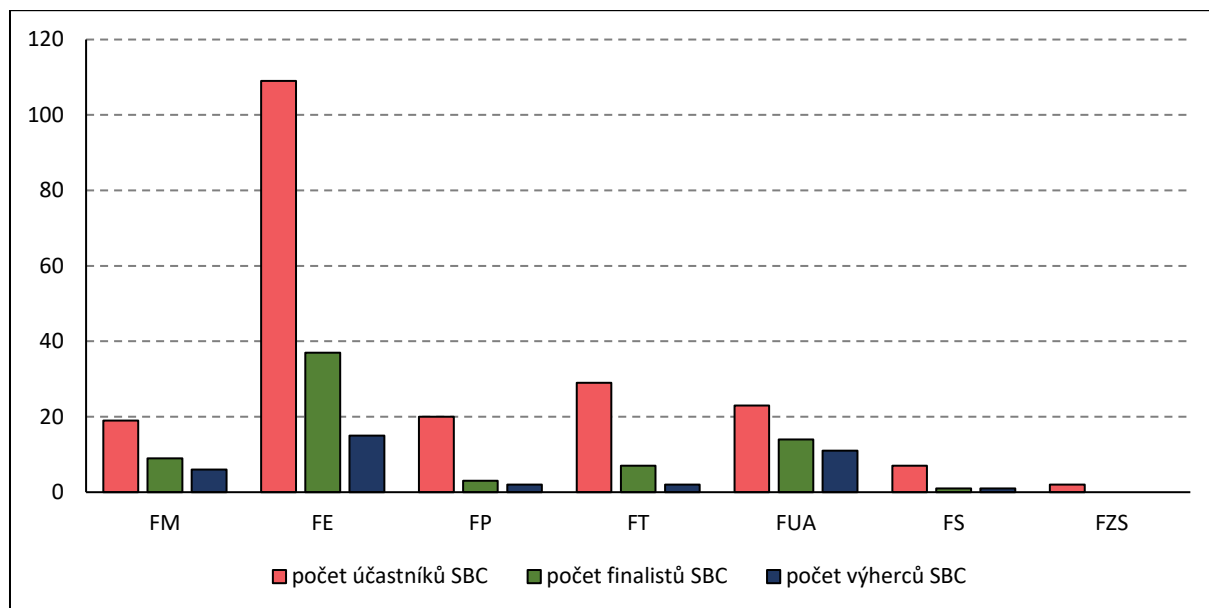
Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

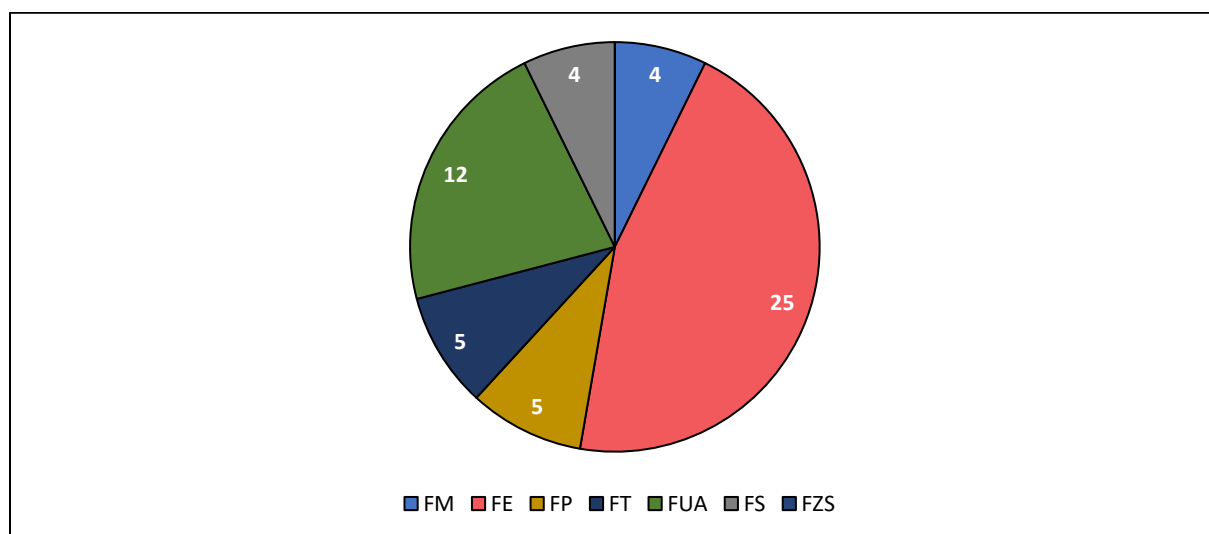
Graf 1: Počty účastníků SBC podle fakult a umístění v soutěži



Zdroj: TUL

Soutěž je koncipována tak, aby byla přístupná jak studentům bakalářského, tak magisterského studia, a SBC sleduje také, kolik firem vzniká jako výsledek této soutěže. Graf 2 ukazuje počet absolventů SBC podle fakult, kteří po účasti v soutěži zahájili podnikání. Nejvíce podnikatelů pochází z Ekonomické fakulty (FE), která eviduje celkem 25 absolventů soutěže, kteří se vydali na podnikatelskou dráhu. Fakulta umění a architektury (FUA) se s 12 podnikateli umístila na druhém místě. Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická (FP) a Fakulta textilní (FT) mají shodně 5 podnikatelů, zatímco Fakulta mechatroniky, informatiky a mezioborových studií (FM) a Fakulta strojní (FS) mají po 4 absolventech, kteří se stali podnikateli. Naopak Fakulta zdravotnických studií (FZS) v této oblasti zatím nemá žádného podnikatele. Na počet účastníků má největší podíl podnikatelů Fakulta strojní a Fakulta umění a architektury.

Graf 2: Počty účastníků SBC, kteří začali podnikat, rozdělené podle fakult



Zdroj: TUL



Spolufinancováno
Evropskou unií

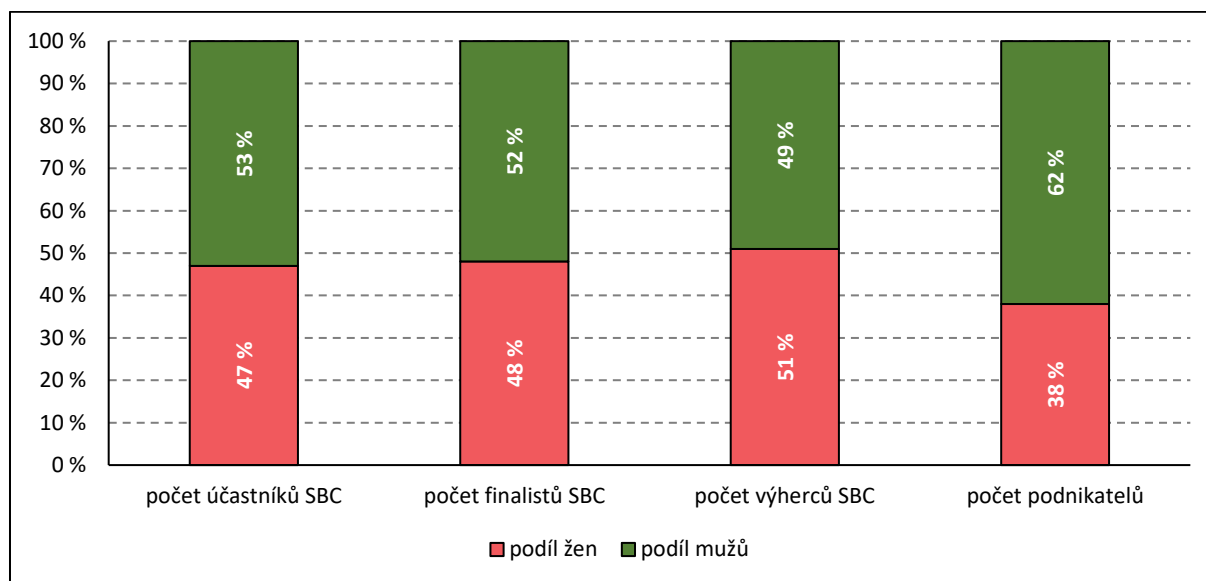


ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Zajímavostí je, že SBC cíleně neřeší otázku zastoupení žen a mužů, protože v soutěži panuje poměrně vyrovnané zastoupení obou pohlaví. Mezi účastníky, finalisty i mezi výherci je počet žen dlouhodobě vyrovnaný. Zajímavé je, že mnohem méně žen po absolvování soutěže zakládá vlastní podnikání.

Graf 3: Podíl žen a mužů mezi účastníky SBC



Zdroj: TUL

3.3. Podnikatelské vzdělávání na středních školách

Kompetence k podnikavosti na středních školách jsou ukotveny v několika zásadních dokumentech, které určují směr a obsah vzdělávání v České republice. Jedním z klíčových dokumentů jsou Rámcové vzdělávací programy (RVP), které stanovují cíle a výsledky vzdělávání pro různé obory na středních školách. Kompetence k podnikavosti, tedy dovednosti spojené s kreativním myšlením, řešením problémů, plánováním a rozvíjením podnikatelských nápadů, jsou v RVP formulovány jako „kompetence k podnikavosti a iniciativě“. Tyto kompetence zahrnují schopnost vnímat a využívat příležitosti, plánovat a řídit různé aktivity, a to včetně ekonomického a finančního uvažování.

V praxi se rozvoj těchto kompetencí uskutečňuje prostřednictvím různorodých aktivit – například formou školních projektů, simulací podnikatelských aktivit, jako jsou minipodniky nebo studentské firmy, dále také v rámci výuky předmětů zaměřených na podnikání nebo prostřednictvím soutěží podporujících podnikavost. Studenti si díky tomu osvojují nejen znalosti, ale také praktické dovednosti, jako je týmová spolupráce, komunikace či schopnost přizpůsobit se měnícím podmínkám.

Dalším důležitým dokumentem je Strategie vzdělávací politiky ČR do roku 2030+, která definuje dlouhodobé priority českého vzdělávacího systému. V rámci této strategie je kladen důraz na měkké dovednosti, k nimž patří také kompetence k podnikavosti. Strategie podporuje propojování teoretických znalostí s praktickými zkušenostmi, a to například prostřednictvím podnikatelských projektů, stáží či workshopů. Tím se posiluje nejen samotné podnikatelské myšlení, ale také schopnost inovovat, kriticky myslet a řešit problémy.

Posledním dokumentem, který ovlivňuje rozvoj kompetencí k podnikavosti, je aktuální kurikulární reforma a inovace RVP. Tato reforma klade větší důraz na rozvoj podnikatelských kompetencí, které zahrnují i digitální gramotnost a dovednosti potřebné pro budoucí pracovní trh. Kompetence k



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

podnikavosti se v tomto kontextu integrují do mezipředmětových vztahů a průřezových témat, což umožňuje jejich rozvoj napříč různými předměty.

V reálné praxi na středních školách se kompetence k podnikavosti rozvíjejí pomocí projektové výuky, kde studenti pracují na reálných úkolech a projektech, které musí plánovat, řídit a za jejichž výsledky nést odpovědnost. Dále prostřednictvím simulací podnikání, kdy žáci zakládají vlastní „firmy“ a učí se základům podnikání od nápadu po realizaci. Podpora podnikavosti probíhá také prostřednictvím různých soutěží a workshopů, které motivují studenty k tomu, aby si osvojili praktické dovednosti a získali inspiraci pro podnikatelské aktivity.

Cílem všech těchto aktivit a dokumentů je nejen připravit studenty na možné budoucí podnikání, ale také rozvíjet jejich aktivní přístup k životu, schopnost rozhodovat se v nejistých situacích, tvořit nové nápady a efektivně spolupracovat s ostatními. Kompetence k podnikavosti tak přispívají k celkovému rozvoji žáků jako osobností, které jsou schopny reagovat na výzvy současného světa

4. Podnikatelské inkubátory

Inkubátor lze označit jako fyzické místo, které poskytuje konkrétní soubor služeb jednotlivcům, podnikatelům nebo malým firmám. Jsou to subjekty, které pomáhají udržet míru inovací začínajících podniků a posilovat podnikatelské aktivity. (13) Většina z podnikatelských inkubátorů je řízena jako součást veřejného úsilí o zvýšení ekonomického rozvoje podniků a vytváření pracovních míst. (23)

Od vzniku konceptu podnikatelských inkubátorů bylo vytvořeno několik definic. Původně byly podnikatelské inkubátory definovány jako zařízení, která napomáhají počátečnímu růstu nových start-upů prostřednictvím různých služeb. Později byla přidána nová definice, která uváděla, že účelem podnikatelských inkubátorů je propojit technologie, kapitál a znalosti s talenty, aby se urychlil růst nových společností a urychlil přenos technologií. (23)

Další definice nahlíží na podnikatelské inkubátory jako na dynamický proces rozvoje podnikání a proces podpory podnikání, který urychluje úspěšný rozvoj začínajících společností tím, že poskytuje podnikatelům specifické zdroje, tyto zdroje obvykle vyvíjí podnikatelský inkubátor. (13)

Nedávným aspektem vývoje podnikatelských inkubátorů jsou univerzitní podnikatelské inkubátory, kde jsou výsledky výzkumu spojeny s průmyslem a vývojem. (13) Většina podnikatelsky proaktivních univerzit se tedy účastní programů podnikatelských inkubátorů nebo má některá inkubační partnerství jako prostředek výuky pro studenty a jako nástroj komercializace jejich vnitřně generovaných znalostí. (25)

Propojení podnikatelských inkubátorů s univerzitami jsou přínosná pro podnikatele, studenty, univerzity i samotné inkubátory. Podnikatelé mohou těžit z dobře připravených laboratoří s počítačovými systémy, které poskytují univerzity, vedle dobře vyškolených lidských zdrojů a odborníků v konkrétních oborech. Studenti na druhou stranu mají možnost implementovat získané informace do reálných obchodních případů a podporovat mezi nimi podnikání. Posílení vazeb mezi univerzitami a podnikatelskými komunitami prostřednictvím přenosu technologického pokroku a výsledků výzkumu na trh prostřednictvím komercializačních kanálů je pro univerzitu velkým přínosem. (25)

5. Spin-off

Akademické spin-off společnosti jsou společnosti, které pocházejí z univerzit, zkoumají vynálezy, patentované i nepatentované, a také znalosti nashromážděné výzkumnými pracovníky při



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

akademických činnostech. Jsou to ziskové subjekty založené alespoň jedním členem univerzity (fakulta, student nebo zaměstnanec). (26) Spin-off se vyvíjejí z akademických znalostí, ale nemusí být nutně vytvářeny stejnými lidmi, kteří vytvořili tyto znalosti. (27)

Generování společností z výzkumných institucí je považováno za jednu z nejúčinnějších forem komercializace nových znalostí a technologií a liší se od licenčních modelů. (21) Univerzity jsou hlavními hráči v podnikatelském ekosystému, kteří jsou schopni generovat znalosti a komercializovat je prostřednictvím nástrojů, jako jsou akademické spin-offy a studentské start-upy. (9)

V současném scénáři se vývoj nových technologií výrazně zvýšil, což stimuluje také technologické podnikání na univerzitách prostřednictvím zakládání start-upů, partnerství mezi univerzitami a průmyslem, udělování licencí a patentování. To vede k podnikání na univerzitách prostřednictvím zakládání nových podniků, partnerství mezi univerzitami a průmyslem, udělování licencí a patentování. (28)

Univerzity mohou vlastnit podíl ve společnosti, kterou vytvořila (pravý spin-off), nebo může nově založené firmě udělit licenci k využívání svého duševního vlastnictví (nepravý spin-off). K vytvoření spin-off společnosti je často nutné získat investora, který podpoří rozjezd firmy.

5.1. The University Company TUL

The University Company TUL (TUC TUL) je dceřinou společností Technické univerzity v Liberci, zaměřenou na transfer znalostí a technologií z akademického prostředí do praxe. Jejím cílem je komercializace vědeckých objevů a inovací prostřednictvím zakládání spin-off společností, uzavírání licenčních smluv a poskytování poradenství v oblasti ochrany duševního vlastnictví. TUC TUL spolupracuje s průmyslovými partnery a podporuje studenty i akademické pracovníky v realizaci jejich podnikatelských záměrů, čímž přispívá k rozvoji inovací a technologického pokroku ve společnosti.

Cílem TUC TUL je generovat v průměru jeden spin-off ročně, což je však velmi ambiciózní záměr. První spin-off pod TUC TUL byl založen až v roce 2024, což svědčí o náročnosti tohoto procesu. Cesta k založení spin-off firmy byla dlouhá – dva roky trvalo vytvoření potřebných procesů na univerzitě a další dva roky založení samotné firmy. Tato administrativa je jedním z klíčových faktorů, které brzdí rychlejší rozvoj.

Technická univerzita v Liberci zvolila cestu podpory spin-off firem prostřednictvím vlastní společnosti, což přináší určité výhody, ale i nevýhody. Proces je administrativně náročný a vyžaduje další zdroje, legislativní jasnost a dlouhodobou strategii, aby mohl přinášet očekávané výsledky.

Jedním z hlavních problémů je nalezení kvalitních znalostí a technologií s potenciálem pro komercializaci. Komercializace výsledků výzkumu se stává běžnou praxí, avšak její realizace je stále složitá. Jádrem výzkumu na univerzitě tvoří převážně technologie z oblasti deep tech, jejichž transfer je náročný jak technicky, tak tržně. Validace nápadů a jejich uplatnění na trhu představuje další výzvu. Univerzitní výzkumníci, kteří by mohli být klíčovými aktéry tohoto procesu, mají omezenou kapacitu. Kromě výuky, vedení závěrečných prací a publikace vědeckých článků, které jsou zásadní pro jejich akademické hodnocení, jim nezůstává dostatek času na aktivity spojené s transferem technologií. Navíc spolupráce s firemním sektorem většinou řeší specifické problémy průmyslu, aniž by vznikaly technologie vhodné pro spin-off.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Problematický je i vztah TUC TUL k subjektům realizujícím transfer technologií. TUC TUL má fungovat jako podpora pro transfer, ale současně působí jako protistrana v licenčních smlouvách a vlastní podíly ve vzniklých spin-off firmách. Tato dvojrole může být složitá a z právního hlediska nejsou některé aspekty plně legislativně ujasněny. Výsledkem je, že se Klíčem k úspěchu spin-off firem je jejich dlouhodobá podpora, která však vyžaduje značné zdroje a trpělivost.

Řada konceptů SE nepodaří dotáhnout do fáze založení spin-off firmy. U projektů je v první fázi je nutné investovat do ověřování potenciálu projektu a dostupnost rizikového kapitálu nehraje důležitou roli. Zájem o investice do rizikového kapitálu ze strany investorů je, ale TUC TUL momentálně nemá dostatečné portfolio projektů, které by mohla nabídnout.

Prvním úspěšně založeným spin-offem Technické univerzity prostřednictvím TUC TUL je firma Glassiteca, která se zaměřuje na inovace v tradičním sklářství s důrazem na udržitelnost a využití lokálních zdrojů. Hlavním produktem firmy je Glassticine, porézní skleněná plastelína vyrobená z recyklovaného odpadního skla nebo kvalitního sklářského písku. Tento lehký, netoxický a tvarovatelný materiál s velikostí pórů od 30 do 180 μm nabízí široké možnosti využití, například jako substrát pro hydroponické systémy či v módním průmyslu pro dlouhodobé uvolňování vůní. Glassiteca tak přetváří odpadní sklo pro budoucnost a přispívá k řešení environmentálních výzev.

Data ukazují, že v České republice se spin-offy podílejí na univerzitním transferu technologií pouze omezeně, a jejich rozvoj je soustředěn na několik klíčových vysokých škol. Největší počet spin-off firem s univerzitním podílem má Karlova univerzita, která jich spravuje celkem 7. To je výrazně více než u dalších univerzit, například Masarykova univerzita má 3 spin-offy, zatímco Česká zemědělská univerzita (ČZU), České vysoké učení technické (ČVUT) a Mendelova univerzita v Brně (MENDELU) mají po dvou spin-offech. Další univerzity, jako TUL, VŠB-TUO, Jihočeská univerzita (JU) a Ostravská univerzita (OU), mají pouze po jednom spin-offu. Většina vysokých škol v České republice zatím nemá žádné aktivní spin-off firmy.

Karlova univerzita, jako největší vysoká škola v zemi, věnovala na rozvoj spin-offů značné prostředky a vytvořila samostatné centrum s významným rozpočtem. To jí umožnilo sbírat zkušenosti ze zahraničí a posílit svou kapacitu pro transfer technologií. Významným posunem pro Karlovu univerzitu byla pandemie Covid-19, která v souvislosti s jejími lékařskými fakultami vedla k vývoji několika řešení s komerčním potenciálem. Tyto specifické podmínky však nelze jednoduše přenést na jiné univerzity.

Celkově je situace univerzitních spin-offů v České republice složitá a nerovnoměrná. Z celkového počtu 81 aktivních spin-off firem má pouze 21 podíl univerzit, což ukazuje na omezený rozsah této formy transferu technologií. Menší univerzity, jako TUL, čelí značným výzvám spojeným s omezenými zdroji, administrativní náročností a nedostatkem kapacity pro rozvoj spin-offů. Naproti tomu větší univerzity, které disponují většími rozpočty a odborným zázemím, mají v této oblasti podstatně větší úspěch.



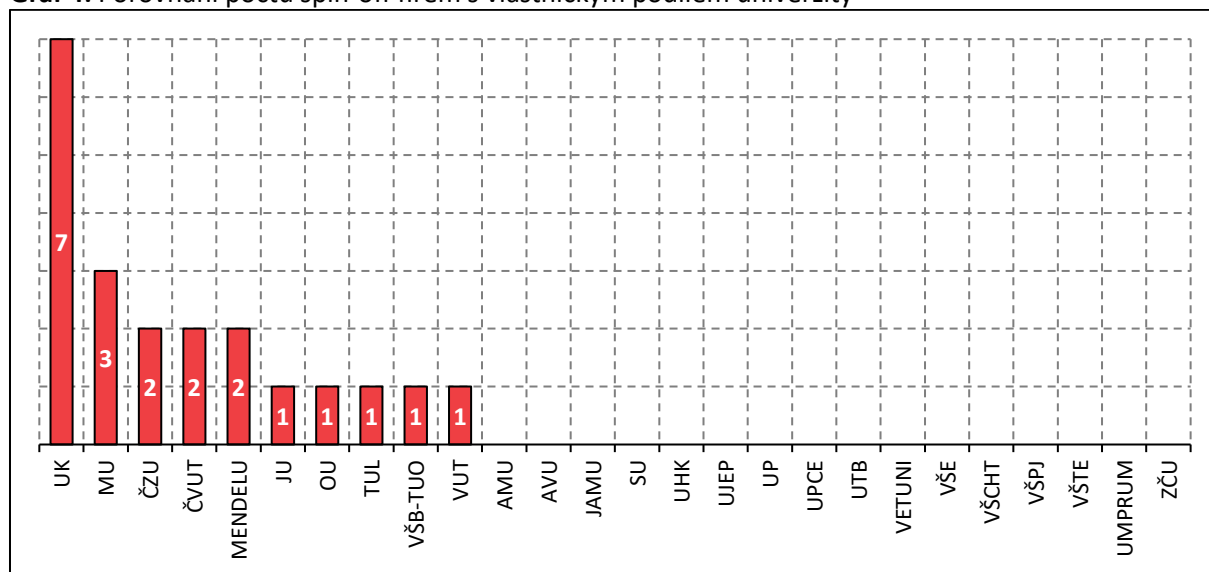
Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Graf 4: Porovnání počtu spin-off firem s vlastnickým podílem univerzity



Zdroj: Cribis

6. Studentské podnikání

Studentské podnikání je popisováno jako pokus nebo eventuální start iniciovaný jedním nebo několika studenty během jejich akademické kariéry (14). Podobně jako jiné specializované formy podnikání, jako je neformální podnikání (29) a sociální podnikání (30), poskytuje studentské podnikání odlišný a jedinečný kontext pro výzkum. (31) Společnosti jako Facebook, Google a Snapchat jsou často uváděny jako příkladné studentské start-upy. (14)

Mládež již dlouhou dobu udává vysoký zájem o zahájení podnikání, ale tato podnikatelská ambice se ne vždy promítá do zakládání podniků nebo do práce jako osoby samostatně výdělečně činné. Navzdory zvýšené podpoře a investicím do podnikání mládeže se mladí lidé nadále potýkají s překážkami v podnikání. Existují různé proměnné, které ovlivňují záměr studentů na univerzitách začít podnikat jako individuální dovednosti spojené s bezpečností, samostatností a orientací na technologie na jedné straně a podnikatelským vzděláním na straně druhé. (13)

Mnoho studií poukazuje na hnací síly studentského podnikání a osvětluje hlavní rysy, které podporují podnikatelské záměry studentů. Mezi hlavní faktory, které působí na studentské podnikání patří:

- pohlaví
- věk
- mít podnikavé rodiče
- vlastní účinnost
- tolerance rizika
- environmentální charakteristiky. (22)

Studenti jsou výrazně ovlivněni kulturními faktory, konkrétně tím, jak společnost kolektivně vnímá, uznává a oceňuje podnikání. (32) Podpůrná podnikatelská kultura vykazuje sociální legitimizaci podnikání jako volby povolání. V souladu s tím by mělo být rozhodnutí jednotlivce stát se samostatně výdělečně činným založením nového podniku silně oceněno a společensky uznáváno. (14)

Budoucí cestu k zaměstnání ovlivňuje také vysokoškolské a rodinné prostředí, včetně sociálního a kulturního. Bylo pozorováno, že povědomí, záměr a postoj k podnikání se obecně formují během akademických let (16). Také se ukázalo, že podnikající rodiče představují významnou hnací sílu pro stimulaci záměru zahájit podnikatelskou činnost. (22)



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Jednou z nejčastěji identifikovaných výzev pro začínající podnikatele je zajištění dostatečného počátečního financování. Nedávný průzkum mezi podnikateli uvádí, že 40 % respondentů identifikuje nedostatek kapitálu a zdrojů jako překážku podnikání a samostatné výdělečné činnosti. (33) Více podnikatelských aktivit studentů bylo pozorováno v zemích, kde je zahájení podnikání jednodušší, a v zemích zaměřených na faktory a investice, spíše než v zemích zaměřených na inovace. (14)

Dalším důležitým atributem pro začátek podnikání je akceptace rizika. Riziko je součástí našeho života a také součástí podnikání. Studenti by měli chápat, že podnikatelské prostředí ve vývoji společnosti je vystaveno mnoha vnějším vlivům, jako jsou přírodní katastrofy, průmyslové havárie, teroristické útoky, kriminální činy, epidemie nebo pandemie. (34) Tolerance rizika umožňuje studentům pokračovat ve svých podnikatelských projektech navzdory situacím nejistoty. (22)

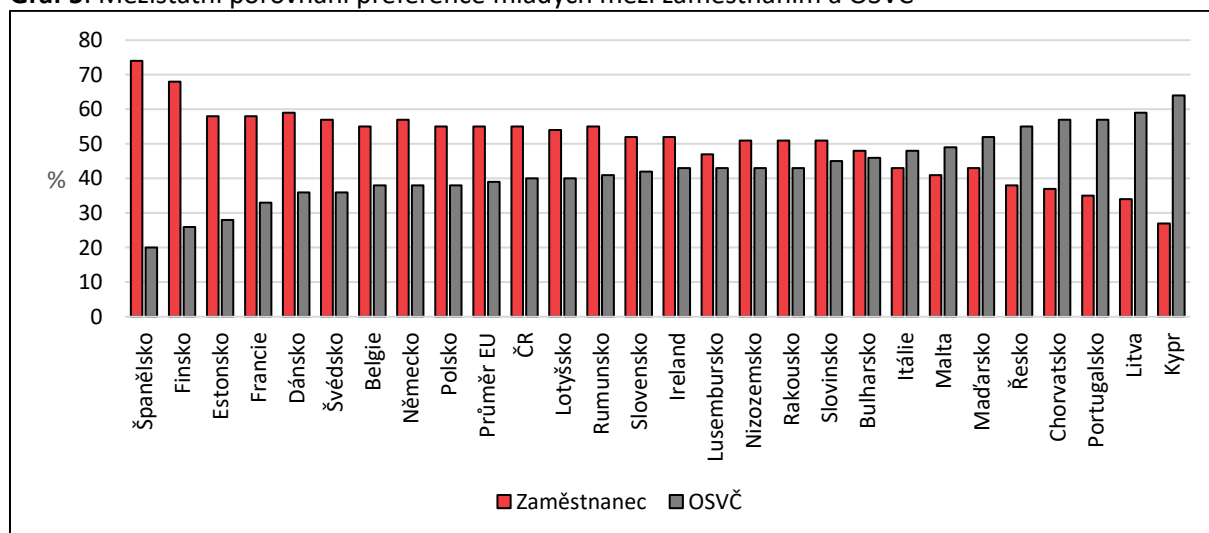
7. Podnikatelské prostředí na úrovni Evropské unie a OECD

Tato kapitola představuje přehled o podnikání mládeže a samostatné výdělečné činnosti v členských státech Evropské unie (EU) a zemích OECD s využitím údajů z průzkumů pracovních sil a globálního monitoru podnikání. Zdrojem dat a informací je zpráva The Missing Entrepreneurs 2023 od OECD, která srovnává údaje o podnikatelských aktivitách a překážkách, kterým jednotlivé skupiny čelí v zemích OECD a Evropské unie.

Průzkumy ukazují velmi vysoký zájem mladých lidí o podnikání. Nedávné odhady naznačují, že 39 % mladých lidí (15–30 let) v EU by upřednostnilo samostatnou výdělečnou činnost před zaměstnaneckým poměrem. Tato forma činnosti je přitahuje díky její flexibilitě, možnosti být svým vlastním šéfem a organizovat si pracovní dobu a místo. Většina mladých lidí by byla motivována představou realizace svých vlastních zájmů.

Preference mladých mezi zaměstnaneckým stavem a osobou samostatně výdělečně činnou.

Graf 5: Mezistátní porovnání preference mladých mezi zaměstnáním a OSVČ



Zdroj: The Missing Entrepreneurs 2023

Přesto jen málo mladých lidí v EU a zemích OECD začíná podnikat. Přibližně 5 % mladých lidí (18–30 let) v EU uvedlo, že v období 2018–22 pracovali na založení nového podniku, a dalších 4 % provozovala nový podnik (mladší 42 měsíců). Mladí lidé v zemích OECD byli v tomto období při zakládání podniků o něco



Spolufinancováno
Evropskou unií



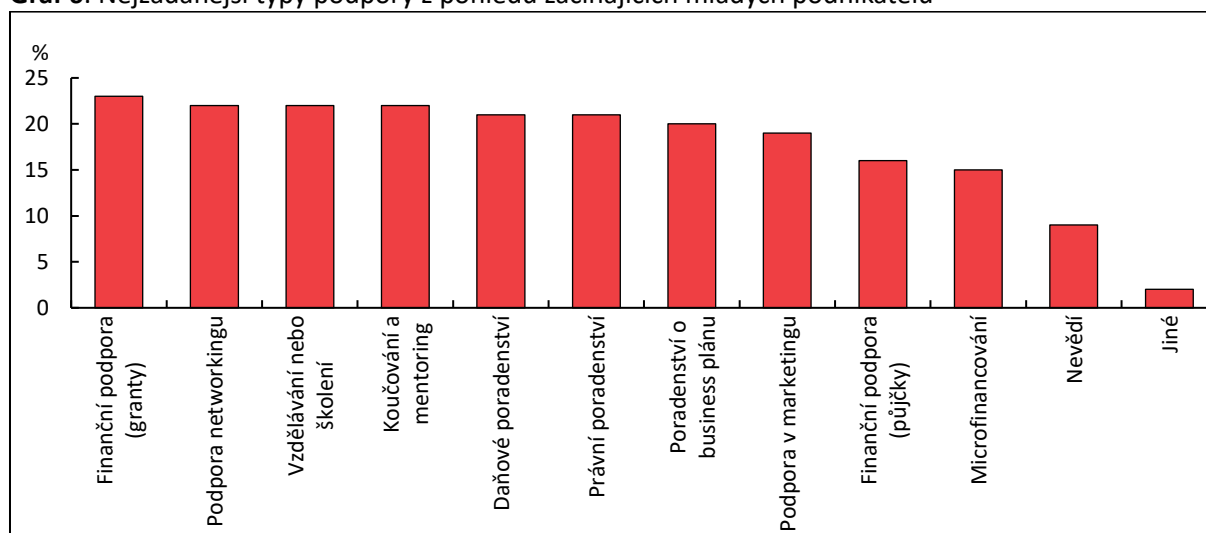
ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

aktivnější; 9 % pracovalo na start-upu a dalších 5 % řídilo nové podniky. Všechny tyto podíly byly mírně nad průměrnými hodnotami pro všechny dospělé.

To naznačuje, že mezi mladými lidmi stále existuje nevyužitý podnikatelský potenciál. Pokud by mladí (18–30 let) byli při zakládání a řízení nových podniků stejně aktivní jako muži „středního věku“ (tj. 30–49 let), bylo by v EU dalších 812 000 „chybějících“ mladých podnikatelů a 3,6 milionu v zemích OECD. Tito „chybějící“ mladí podnikatelé jsou výsledkem selhání trhu a institucí, což zahrnuje potíže s přístupem k financím, dovednostem a sítím. Například mladí podnikatelé silně spoléhají na vlastní financování svých podniků kvůli nedostatku zajištění a finanční historie potřebné pro přístup k externím financím.

Graf 6: Nejžádanější typy podpory z pohledu začínajících mladých podnikatelů



Zdroj: The Missing Entrepreneurs 2023

Mladé ženy představují významný nevyužitý potenciál. V roce 2022 měli mladí muži (20–29 let) v EU přibližně 1,6krát vyšší pravděpodobnost, že budou samostatně výdělečně činní, než mladé ženy. Tento rozdíl je jen o něco menší než celkový rozdíl mezi pohlavími, kdy muži byli téměř 1,8krát častěji samostatně výdělečně činní než ženy.

Pokud by se mladí lidé (18–29 let) zapojovali do podnikání v rané fázi stejnou mírou jako muži „základního věku“ (tj. 30–49 let), přibýlo by v Evropské unii (EU) 812 000 mladých podnikatelů a v zemích OECD 3,6 milionu. To představuje přibližně 11 % z celkového počtu „chybějících“ podnikatelů v EU a OECD.

Mladé lidi přitahuje k samostatné výdělečné činnosti flexibilita, kterou tato forma práce nabízí. Téměř polovina mladých lidí v EU uvedla, že jedním z hlavních důvodů, proč chtějí podnikat, je svoboda při volbě, kdy a kde pracovat. Přibližně stejný podíl mladých lidí uvedl, že preferují samostatnou výdělečnou činnost kvůli nezávislosti, kterou přináší možnost být vlastním šéfem. Třetina mladých lidí v EU také uvedla, že samostatná výdělečná činnost jim poskytuje osobní naplnění, protože mohou realizovat svůj záměr.

V roce 2022 téměř 46 % mladých lidí v EU uvedlo, že je podnikání zajímavé jako prostředek k realizaci svých zájmů. Další běžně uváděné motivace zahrnují snahu vytvořit si vlastní pracovní příležitost (28 %) a zbohatnout (26 %). Méně často zmiňované cíle zahrnovaly zavádění inovací do praxe (24 %), vytváření



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

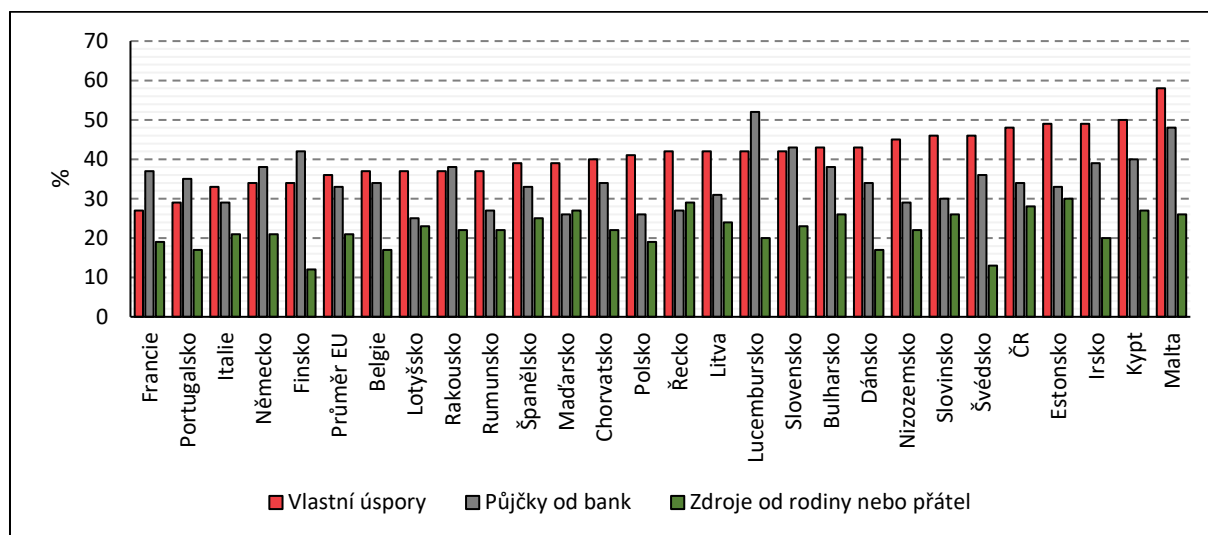
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

pracovních míst pro ostatní (17 %), sledování sociálních a/nebo environmentálních cílů (16 %) a podporu svého regionu a/nebo země (12 %).

Mladí lidé jsou o něco aktivnější v zakládání nových podniků než celková populace. V EU více než 5 % mladých lidí (18–30 let) v letech 2018 až 2022 aktivně pracovalo na novém start-upu. Podobně v zemích OECD mají mladí lidé také o něco vyšší pravděpodobnost, že se zapojí do práce na start-upu, než starší dospělí.

Všichni podnikatelé se potýkají s problémy při zajišťování financí pro své podnikání, ale mladší podnikatelé obvykle čelí větším výzvám. Jejich omezený přístup k financím nejen snižuje jejich šance na úspěšné založení podniku, ale také brzdí růst již zavedených firem. Podle nedávného průzkumu v EU jsou pro mladé lidi (15–30 let) nejčastějším zdrojem počátečního financování vlastní úspory. Přibližně 36 % potenciálních mladých podnikatelů v EU uvedlo, že mezi třemi nejčastěji používanými zdroji financování budou jejich vlastní úspory, následované bankami (33 %) a podporou od rodiny a přátel (21 %).

Graf 7: Mezistátní srovnání hlavních zdrojů financování pro začátek podnikání mladých



Zdroj: *The Missing Entrepreneurs 2023*

8. Podnikatelské prostředí na úrovni České republiky

Vyspělá podnikatelská kultura vytváří příznivé prostředí, které podporuje osobní charakteristiky a psychologické postoje potřebné pro úspěch podnikatelů. Díky tomu se podnikatelská identita šíří mezi další jedince, což vede k rozvoji nových podniků a celkově podněcuje podnikání ve společnosti. (14)

Mezi členskými státy EU byl v roce 2022 více než jeden z deseti mladých lidí samostatně výdělečně činných v šesti zemích. Podíl pracujících mladých lidí, kteří byli samostatně výdělečně činní, byl nejvyšší v Polsku, České republice (po 11 %), Řecku a Itálii. (po 12 %) a Slovenská republika (13 %) (obrázek 4.15). Naopak velmi málo mladých lidí bylo samostatně výdělečně činných v Německu, Švédsku a Irsku (méně než 3 % každý). Největší rozdíl mezi mladými lidmi a dospělými byl v Irsku a Rakousku, kde byla u mladých lidí méně než třetinová pravděpodobnost, že budou samostatně výdělečně činní než dospělí. Naopak nejmenší rozdíl byl v Litvě a na Slovensku, kde u mladých lidí byla téměř 90% pravděpodobnost, že budou samostatně výdělečně činní. Jak již bylo uvedeno dříve v této kapitole, tyto rozdíly v míře



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

samostatné výdělečné činnosti mezi mladými lidmi jsou utvářeny řadou faktorů, včetně příležitostí v zaměstnání a vzdělávání a také společenských postojů k riziku a podnikání.

Mladí

Preference mladých k podnikání jsou na úrovni průměru Evropské unie, 40 % mladých preferuje vlastní podnikání před zaměstnaneckým poměrem. Celkem 53 % mladých uvedlo, že je pro ně motivací být svým vlastním šéfem. Pro 51 % mladých je v podnikání důležitá svoboda volby času a místa výkonu práce. Pro 18 % mladých Čechů je motivační osobní naplnění po uvedení nápadu do praxe. Ve srovnání s průměrem EU je v České republice pro mladé osobní naplnění mnohem méně motivační a soustředí se více na svobody v řízení, time managementu a místa práce. Pro financování svých podnikatelských záměrů mladí v České republice mnohem více spoléhají na vlastní úspory.

Česká republika patří mezi státy Evropské unie s největším podílem mladých a samostatně výdělečně činných osob. V Polsku a České republice je to 11 %, v Řecku a Itálii 12 % a na Slovensku 13 %.

Mezi členskými státy EU byl v roce 2022 více než jeden z deseti mladých lidí samostatně výdělečně činných v šesti zemích. Podíl pracujících mladých lidí, kteří byli samostatně výdělečně činní, byl nejvyšší v Polsku, České republice (po 11 %), Řecku a Itálii. (po 12 %) a Slovenská republika (13 %)

Ve státech Evropské unie se podíl mladých a samostatně výdělečně činných osob, kteří mají své zaměstnance, značně liší. Česká republika je z tohoto hlediska státem s nejnižším podílem samostatně výdělečně činných mladých lidí, kteří zaměstnávají jiné.

Studenti

Následující kapitola se zaměřuje na analýzu podnikatelských zkušeností studentů, jejich motivace a plány do budoucna, s důrazem na specifika České republiky v porovnání s globálními trendy. Data a informace vychází z GUESSS National reports 2021 –Student Entrepreneurship in the Czech Republic.

Podle výsledků reportu "GUESSS 2023 - Česká republika" mají studenti po absolvování studií tendenci nejprve hledat zaměstnání, přičemž většina z nich plánuje pracovat v menší firmě. Až s delším časovým odstupem, přibližně po pěti letech, se více než třetina studentů začíná orientovat směrem k podnikání a plánuje si založit vlastní podnik. Tento trend je dlouhodobě stabilní, což ukazuje na obecný přístup „nejprve být zaměstnancem, poté podnikatelem“. V České republice plánuje podnikat ihned po absolvování studia pouze 11,3 % studentů, ale během následujících pěti let už podnikání zvažuje 30,1 % z nich.

V oblasti podnikatelských kompetencí a úmyslů studenti projevují poměrně nízký zájem o podnikání přímo po skončení studia, ačkoli v budoucnu by se k podnikání přiklonilo více než 25 % z nich. Podpora podnikavosti na vysokých školách v Česku se zvyšuje, a to díky různým programům a aktivitám zaměřeným na rozvoj podnikatelského myšlení. Přesto až 70 % respondentů v České republice ještě neabsolvovalo žádný kurz zaměřený na podnikání, což ukazuje na potenciální prostor pro zlepšení podnikatelského vzdělávání.

Rodinné zázemí hraje důležitou roli v zájmu studentů o podnikání. Studenti, jejichž rodiče jsou podnikateli nebo vlastní firmu, mají tendenci sami podnikat ve vyšší míře. Tento vliv je spojen s tím, že studenti, kteří vyrůstají v prostředí podnikání, mají lepší povědomí o podnikatelských aktivitách a často jsou inspirováni k vlastní podnikatelské cestě. Z výzkumu vyplynulo, že pouze malá část studentů, konkrétně 7,9 %, už během studia podniká.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Co se týče motivace studentů k podnikání, klíčovými faktory jsou nové technologie, jako například umělá inteligence, a obecně další významné společenské trendy a vývoj. Nejvíce studentů se v budoucnosti chce věnovat službám (terciární sektor), což odpovídá jejich dovednostem a zájmům, zejména v oblastech jako je marketing, bankovníctví, zdravotnictví či právo. Pouze malé procento studentů se zaměřuje na výrobu nebo využití přírodních zdrojů.

Subjektivní pohoda studentů je dalším faktorem, který ovlivňuje jejich přístup k podnikání. Průměrná úroveň pohody v České republice je mírně pod globálním průměrem, což naznačuje, že existuje prostor pro zlepšení v oblasti podpory duševní pohody studentů. Vysoké školy v Česku tak mohou hrát významnou roli nejen v rozvoji podnikatelských kompetencí, ale také v podpoře celkového zdraví a spokojenosti studentů.

Většina studentů hodnotí své univerzity v tomto směru poměrně kriticky. Na škále od 1 (nejméně) do 7 (nejvíce) studenti převážně udělují hodnocení 1 až 3. Přibližně 45 % studentů uvádí nízkou míru podpory podnikání ze strany univerzity, dalších 20 % volí střední hodnotu (4), a jen přibližně 35 % hodnotí podporu jako vysokou (5 až 7). To naznačuje, že univerzity v Česku mají stále prostor pro zlepšení v podpoře podnikatelských aktivit, vytváření inspirativního prostředí a nabízení více kurzů či mentorství v oblasti podnikání.

Dalším důležitým zjištěním je subjektivní umístění studentů na politické škále a jejich zájem o sociální, ekonomická a environmentální témata (ESG). Studenti se v otázce politických názorů často identifikují spíše se středem nebo pravicí. Přibližně 28 % respondentů se umístilo na pravicovém konci škály, zatímco 13 % se přiklání k levicovému spektru. Nicméně značná část (okolo 30 %) se rozhodla na tuto otázku vůbec neodpovědět. Z hlediska zájmu o ESG témata, většina studentů (přibližně 52 %) uvádí, že se k těmto otázkám příliš nevyjadřují nebo o nich nediskutují. Jen menší část studentů (asi 19 %) se těmto tématům věnuje častěji.

Co se týče budoucích podnikatelských plánů, pouze malá část studentů plánuje založit firmu ještě během studia. Přibližně 79 studentů uvedlo, že mají v úmyslu založit podnik během studia, dalších 34 v horizontu do dvou let po ukončení studia a 27 studentů je zatím nerozhodnutých. Oblasti podnikání, na které se studenti chtějí zaměřit, jsou v souladu s moderními trendy, jako jsou nové technologie a služby v terciárním sektoru. Oproti tomu sektory jako zemědělství, lesnictví či výroba nejsou pro studenty hlavní prioritou.

Pro aktivní podnikatele, kteří již během studia vlastní své podnikání, report odhaluje zajímavé poznatky. Největší část studentů-podnikatelů zahájila svůj podnik v posledních čtyřech letech a více než polovina z nich plánuje, že toto podnikání bude jejich hlavním zdrojem obživy po ukončení studia. Většina těchto podniků se soustředí na poskytování služeb a zhruba polovina z nich sídlí ve stejném městě, kde studenti studují. Tento trend ukazuje na rostoucí zájem mladých lidí o podnikání v moderních oborech, které jsou pružné, inovativní a často propojené s novými technologiemi.

Na závěr report nabízí doporučení pro studenty, univerzity i veřejné instituce. Pro studenty je doporučeno zvážit podnikání jako jednu z možných cest kariérního rozvoje, a to buď hned po studiu, nebo po získání zkušeností v zaměstnání. Univerzitám se doporučuje rozšířit nabídku podnikatelských kurzů a podpořit prostředí, které inspiruje k rozvoji podnikatelských kompetencí. Dále je doporučeno organizovat soutěže, workshopy a granty, které by motivovaly studenty k zapojení do podnikatelských aktivit. Podnikání je pro studenty vnímáno nejen jako kariérní možnost, ale i jako způsob osobního růstu a zlepšení celkového pocitu spokojenosti (well-being).



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

9. Podnikatelské prostředí na úrovni kraje

9.1. Fyzické osoby podnikající

Fyzické osoby hrají významnou roli v podnikatelském prostředí, zejména ve formě samostatně výdělečných osob, které přispívají k diverzifikaci a dynamice ekonomiky. V českém kontextu je podíl fyzických osob podnikajících vysoký, přičemž tyto osoby tvoří podstatnou část podnikatelského ekosystému. Statistické údaje naznačují, že největší aktivitu v podnikání vykazuje věková skupina 41 až 50 let, avšak významný podíl podnikatelů přetrvává i ve starších věkových kategoriích.

Pro věkovou skupinu 18 až 30 let je celkový počet fyzických osob podnikajících v ČR 186 668. Nejvyšší počet mladých podnikatelů je v Hlavním městě Praha, kde podniká 28 683 fyzických osob z této věkové skupiny. Středočeský kraj vykazuje 24 582 mladých podnikatelů, což může být ovlivněno blízkostí k Praze a dobrými dopravními vazbami. Jihomoravský kraj je třetí s 20 892 fyzickými osobami podnikajícími v této věkové kategorii, což opět odráží význam Brna jako centra vzdělání a inovací.

Pokud jde o Liberecký kraj (LBK), počet fyzických osob podnikajících ve věkové skupině 18 až 30 let dosahuje 7 448, což je ve srovnání s kraji jako Praha či Středočeský kraj relativně nízké číslo. To může odrážet menší ekonomickou základnu regionu a nižší populační hustotu. Liberecký kraj však vykazuje vyvážené zastoupení fyzických osob podnikajících ve všech věkových kategoriích, přičemž největší koncentrace podnikatelů je ve skupině 41 až 50 let, kde podniká 21 749 osob. Tento trend naznačuje, že zatímco mladší generace nejsou v podnikání v regionu tak aktivní, starší generace zde již mají vybudované stabilní podniky. Celkový počet fyzických osob podnikajících v Libereckém kraji je 79 337.

Z tabulky rovněž vyplývá, že fyzické osoby podnikající z nejmladší věkové skupiny tvoří menší podíl na celkovém počtu podnikatelů napříč všemi kraji, přičemž s rostoucím věkem se tento počet zvyšuje. To ukazuje na skutečnost, že lidé se postupně více zapojují do podnikatelské činnosti s přibývajícími zkušenostmi a zajištěním kapitálu.

Tabulka 2: Počet FOP podle krajů a věkových skupin

Kraj	18 až 30	31 až 40	41 až 50	51 až 60	61 +	n/a	celkem
LBK	7 448	15 227	21 749	18 811	14 755	1 347	79 337
PHA	28 683	70 412	91 968	73 077	68 891	7 149	340 180
KVK	4 088	8 488	12 214	12 142	10 247	735	47 914
OLK	9 481	19 909	27 066	23 054	18 194	1 958	99 662
STC	24 582	52 881	78 036	62 594	44 182	4 131	266 406
JHC	11 439	22 895	30 761	26 059	20 733	2 698	114 585
HKK	9 583	19 426	26 025	22 963	18 564	2 049	98 610
PAK	9 306	17 878	23 448	19 615	14 928	1 866	87 041
ULK	12 846	23 657	32 922	29 617	21 310	2 170	122 522
JHM	20 892	44 831	58 986	47 574	36 891	4 481	213 655
MSK	19 161	35 944	46 804	41 573	30 248	3 597	177 327
PLK	9 174	19 131	27 172	23 839	19 212	2 473	101 001
ZLK	10 109	19 705	26 437	23 161	17 641	2 322	99 375
VYS	9 876	17 513	21 907	18 196	13 139	2 077	82 708
Celkem ČR	186 668	387 897	525 495	442 275	348 935	39 053	1 930 323



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Tabulka 3 poskytuje přehled o věkových skupinách fyzických osob podnikajících (FOP) v jednotlivých krajích, přičemž ukazuje jejich podíly z celkového počtu FOP v rámci daného kraje. Na rozdíl od předchozí tabulky zde nehraje roli velikost regionu, což umožňuje srovnání struktur podnikatelských věkových skupin.

Ve vztahu k nejmladší věkové skupině (18 až 30 let) je podíl mladých podnikatelů v krajích relativně vyrovnaný, pohybuje se mezi 8 % (Praha) a 12 % (Vysočina). Vysočina má tedy nejvyšší podíl mladých podnikatelů, zatímco v Praze je podíl nejmladší skupiny mírně nižší, což může odrážet silnější zastoupení starších a etablovanějších podnikatelů v hlavním městě.

Podíl nejstarší věkové skupiny (61 a více let) je v krajích podobně vyrovnaný, pohybuje se mezi 16 % (Vysočina) a 21 % (Karlovarský kraj). Karlovarský kraj vykazuje nejvyšší podíl starších podnikatelů a naopak nejnižší podíl starších podnikatelů je v kraji Vysočina.

Co se týče Libereckého kraje, podíl fyzických osob podnikajících ve věkové skupině 18 až 30 let činí 9 %, což je mírně pod průměrem ČR (10 %), zatímco podíl nejstarších podnikatelů (61 a více let) je 19 %, což odpovídá průměru. Liberecký kraj má tedy v rámci své podnikatelské struktury vyvážené zastoupení mladších i starších podnikatelů, s největší koncentrací podnikatelů ve věkové skupině 41 až 50 let, což je podobné jako ve většině dalších regionů.

Tabulka 3: Podíl FOP podle krajů a věkových skupin z celkového počtu FOP v daném kraji

Kraj	18 až 30	31 až 40	41 až 50	51 až 60	61 +	n/a	celkem
LBK	9 %	19 %	27 %	24 %	19 %	2 %	100 %
PHA	8 %	21 %	27 %	21 %	20 %	2 %	100 %
KVK	9 %	18 %	25 %	25 %	21 %	2 %	100 %
OLK	10 %	20 %	27 %	23 %	18 %	2 %	100 %
STC	9 %	20 %	29 %	23 %	17 %	2 %	100 %
JHC	10 %	20 %	27 %	23 %	18 %	2 %	100 %
HKK	10 %	20 %	26 %	23 %	19 %	2 %	100 %
PAK	11 %	21 %	27 %	23 %	17 %	2 %	100 %
ULK	10 %	19 %	27 %	24 %	17 %	2 %	100 %
JHM	10 %	21 %	28 %	22 %	17 %	2 %	100 %
MSK	11 %	20 %	26 %	23 %	17 %	2 %	100 %
PLK	9 %	19 %	27 %	24 %	19 %	2 %	100 %
ZLK	10 %	20 %	27 %	23 %	18 %	2 %	100 %
VYS	12 %	21 %	26 %	22 %	16 %	3 %	100 %
Celkem	10 %	20 %	27 %	23 %	18 %	2 %	100 %

Zdroj: Cribis

Podíl fyzických osob podnikajících (FOP) v Libereckém kraji k celkovému počtu FOP v České republice podle věkových skupin ukazuje na relativně stabilní zastoupení napříč kategoriemi. Nejvyšší podíl je zaznamenán ve věkové skupině 51 až 60 let (4,25 %), následovaný skupinami 61 a více let (4,23 %) a 41 až 50 let (4,14 %). Mladší podnikatelé ve věkové kategorii 18 až 30 let tvoří 3,99 % celkového počtu FOP v této skupině v ČR, což je o něco nižší podíl ve srovnání se staršími kategoriemi. Celkově Liberecký kraj představuje 4,11 % všech fyzických osob podnikajících v České republice



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Tabulka 4: Podíl FOP v Libereckém kraji podle věkových skupin k celkovému FOP v ČR

Kraj	18 až 30	31 až 40	41 až 50	51 až 60	61 +	n/a	celkem
Liberecký kraj	3,99 %	3,93 %	4,14 %	4,25 %	4,23 %	3,45 %	4,11 %

Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

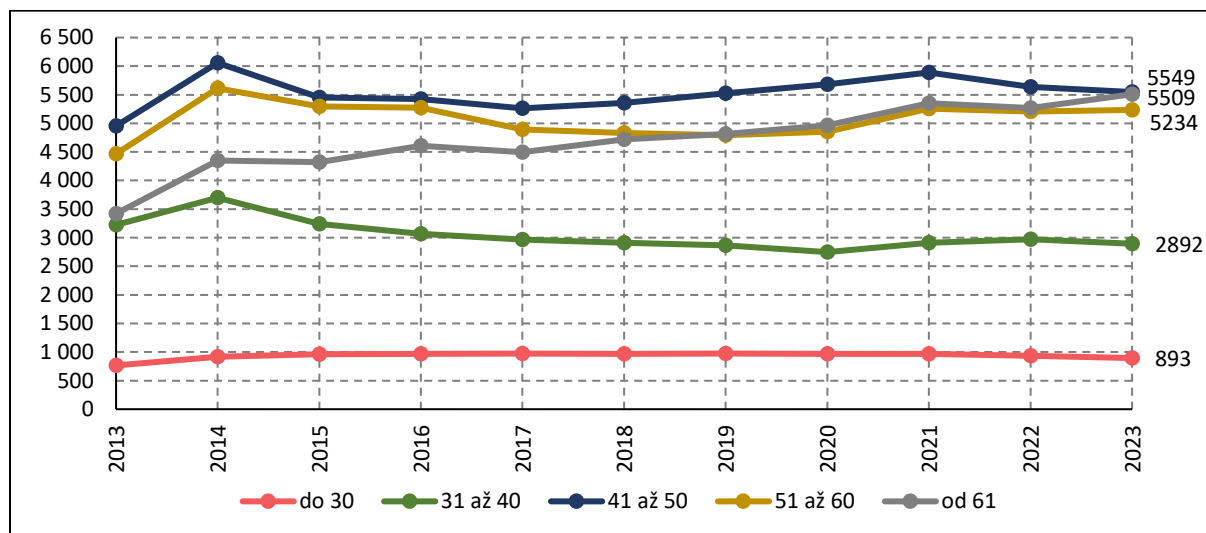
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

9.2. Účast v právnických osobách

V kapitole se sledují vlastnické podíly u právnických osob (PO) v Libereckém kraji za období 2013 až 2023, přičemž zahrnují pouze fyzické osoby jako vlastníky. Data jsou rozdělena podle věkových skupin vlastníků, což umožňuje analýzu změn v rozložení vlastnických podílů mezi jednotlivými věkovými kategoriemi v průběhu sledovaného období. Tento přístup poskytuje pohled na vývoj podnikatelské aktivity fyzických osob v roli vlastníků právnických osob v Libereckém kraji.

Z grafu 8 sledujícího vývoj počtu fyzických osob s vlastnickým podílem v právnických osobách (PO) v Libereckém kraji v letech 2013 až 2023 je patrné, že celkový počet vlastníků v průběhu sledovaného období mírně kolísá, s nárůstem v letech 2014 a 2021, kdy dosáhl vrcholu 20 373 vlastníků, a následným poklesem do roku 2023. Věková skupina do 30 let vykazuje mírný pokles od roku 2015, což naznačuje nižší zapojení mladších podnikatelů do vlastnictví PO. Naproti tomu věkové skupiny 41 až 50 let a 51 až 60 let dlouhodobě dominují, přičemž nejvyšší počty vlastníků jsou právě v těchto kategoriích. Skupina 61 a více let vykazuje stabilní růst, což ukazuje na rostoucí podíl starších vlastníků v právnických osobách. Výraznější výkyvy jsou pozorovatelné u středních věkových kategorií, přičemž celkový počet vlastníků v posledních letech zůstává relativně stabilní.

Graf 8: Vývoj počtu osob s vlastnickým podílem v PO podle věkových skupin



Zdroj: Cribis

Struktura osob s vlastnickým podílem v právnických osobách (PO) podle věkových skupin v letech 2013 až 2023 ukazuje několik zajímavých trendů. Nejvýrazněji je zastoupena věková skupina 41 až 50 let, která po celé sledované období tvořila největší podíl vlastníků, přičemž tento podíl kolísá mezi 27,64 % a 29,56 %. Druhou nejsilnější skupinou je věková kategorie 51 až 60 let, jejíž podíl se pohyboval kolem 25 % až 27 %. Naopak věková skupina 31 až 40 let vykazuje dlouhodobý pokles, z 19,16 % v roce 2013 na 14,40 % v roce 2023, což naznačuje nižší zastoupení vlastníků v tomto věku. Zajímavý je rovněž růst podílu nejstarší věkové kategorie (61 až 70 let), která postupně posilovala svůj podíl z 20,32 % v roce 2013 na 27,44 % v roce 2023. Na druhé straně nejmladší skupina do 30 let zůstává stabilní, s podílem kolem 4,45 % až 5,22 %, což naznačuje, že mladší podnikatelé tvoří menší část vlastníků PO. Celkově lze pozorovat postupné stárnutí vlastníků s rostoucím podílem starších věkových kategorií.

Tabulka 5: Struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle věkových skupin



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

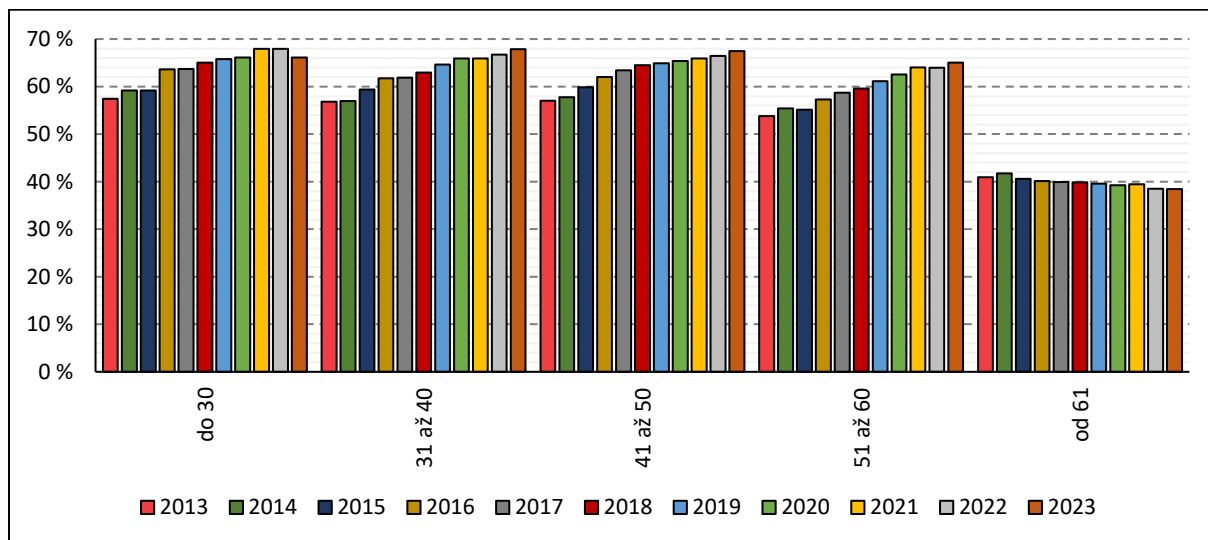
Rok	do 30	31 až 40	41 až 50	51 až 60	61 až 70
2013	4,55 %	19,16 %	29,43 %	26,54 %	20,32 %
2014	4,46 %	17,92 %	29,35 %	27,19 %	21,08 %
2015	4,99 %	16,82 %	28,29 %	27,48 %	22,42 %
2016	5,00 %	15,86 %	28,04 %	27,27 %	23,83 %
2017	5,22 %	15,96 %	28,31 %	26,32 %	24,19 %
2018	5,16 %	15,50 %	28,51 %	25,71 %	25,12 %
2019	5,13 %	15,11 %	29,12 %	25,27 %	25,37 %
2020	5,05 %	14,30 %	29,56 %	25,26 %	25,84 %
2021	4,76 %	14,28 %	28,90 %	25,79 %	26,27 %
2022	4,66 %	14,84 %	28,16 %	26,01 %	26,32 %
2023	4,45 %	14,40 %	27,64 %	26,07 %	27,44 %

Zdroj: Cribis

Graf 9 sleduje vývoj průměrné velikosti vlastnických podílů osob podle věkových skupin v letech 2013 až 2023. Průměrné hodnoty ukazují, že velikost vlastnických podílů se v průběhu let v téměř všech věkových kategoriích zvyšuje. Nejvýraznější nárůst je pozorovatelný ve skupinách mezi 31 až 60 lety, kde velikost podílů roste konstantně, což odráží větší vliv a vlastnictví v právnických osobách u střední generace.

Speciální pozornost si zaslouží věková skupina do 30 let, u které je také patrný nárůst vlastnických podílů. V roce 2013 měla tato skupina průměrný podíl 57,40 %, který postupně vzrostl na vrchol 67,96 % v roce 2021, poté se mírně snížil na 66,09 % v roce 2023. Tento vývoj naznačuje, že mladí podnikatelé, i když tvoří menší procento vlastníků, získávají postupně větší podíly ve firmách. To může naznačovat buď posilující pozici mladých podnikatelů, nebo zapojení do menšího počtu společností, ale s významnějšími vlastnickými podíly.

Graf 9: Vývoj průměrné velikosti vlastnických podílů osob podle věkových skupin



Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií



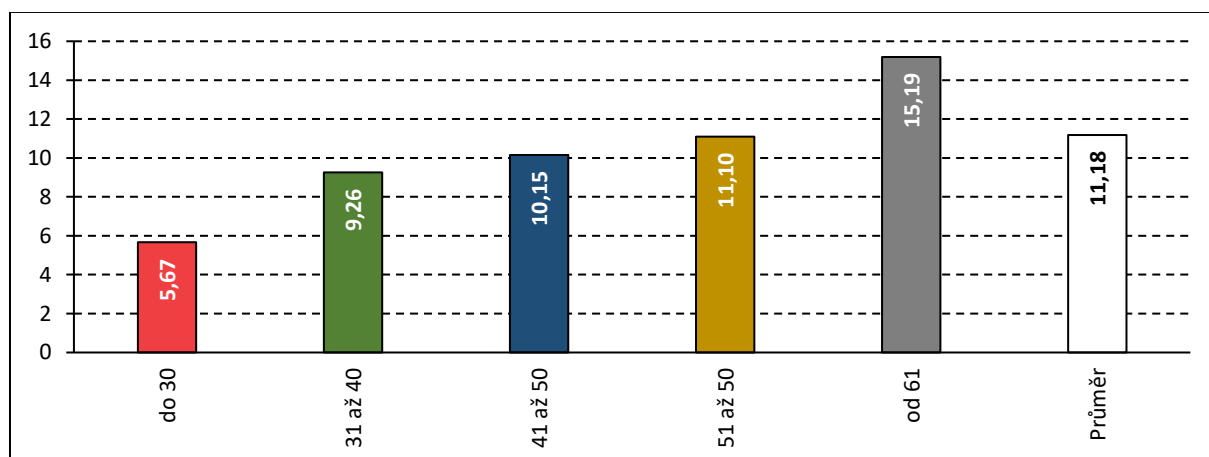
ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Graf 10 poskytuje přehled o průměrném počtu zaměstnanců firem rozdělených podle věkových skupin vlastníků podílů. Údaje vycházejí ze střední hodnoty kategorie počtu zaměstnanců, což znamená, že se jedná o hrubý odhad. Z tabulky lze vyčíst, že s rostoucím věkem vlastníků se průměrná velikost firem, měřená počtem zaměstnanců, zvyšuje. Nejmenší průměrná velikost firem je ve skupině vlastníků do 30 let, kde činí 5,67 zaměstnanců. Tato skupina má také nejnižší počet vlastníků (362). Naopak největší průměrná velikost firem je u vlastníků starších 61 let, kde firmy mají průměrně 15,19 zaměstnanců. Střední věkové skupiny, zejména 41 až 50 let, vykazují stabilní růst s průměrnou velikostí kolem 10 až 11 zaměstnanců. Tento trend naznačuje, že starší vlastníci mají tendenci řídit větší firmy, což může být důsledkem jejich delší zkušenosti a širších podnikatelských aktivit.

Průměrná velikost firem podle počtu zaměstnanců napříč všemi věkovými skupinami vlastníků činí 11,18 zaměstnanců. V porovnání s jednotlivými skupinami je tedy patrné, že mladší vlastníci do 30 let mají firmy podstatně menší, zatímco starší věkové skupiny, především nad 61 let, se výrazně podílejí na větších firmách, čímž zvyšují celkový průměr.

Graf 10: Průměrný počet zaměstnanců firem podle věkových skupin vlastníků podílů (podle střední hodnoty kategorie počtu zaměstnanců)



Zdroj: Cribis

Graf 11 poskytuje přehled o velikosti firem podle obrátu, který je vypočítán na základě střední hodnoty kategorie obrátu a rozdělen podle věkových skupin vlastníků. Z těchto údajů lze vyčíst, že s rostoucím věkem vlastníků se průměrná velikost firem měřená obrátem výrazně zvyšuje. Věková skupina do 30 let vykazuje nejmenší průměrný obrát na firmu, který činí 9,58 milionu Kč, což odráží menší finanční objem podnikání mladších vlastníků. Naopak nejvyšší průměrný obrát dosahují firmy vlastněné osobami ve věkové skupině nad 61 let, kde průměrný obrát činí téměř 60 milionů Kč, což naznačuje, že starší podnikatelé řídí významně větší a ekonomicky silnější podniky.

Střední věkové skupiny (31 až 60 let) vykazují postupný růst v průměrné velikosti firem podle obrátu, přičemž věková skupina 51 až 60 let má průměrný obrát 21,75 milionu Kč. Celkový průměr pro všechny věkové skupiny je 20,41 milionu Kč.



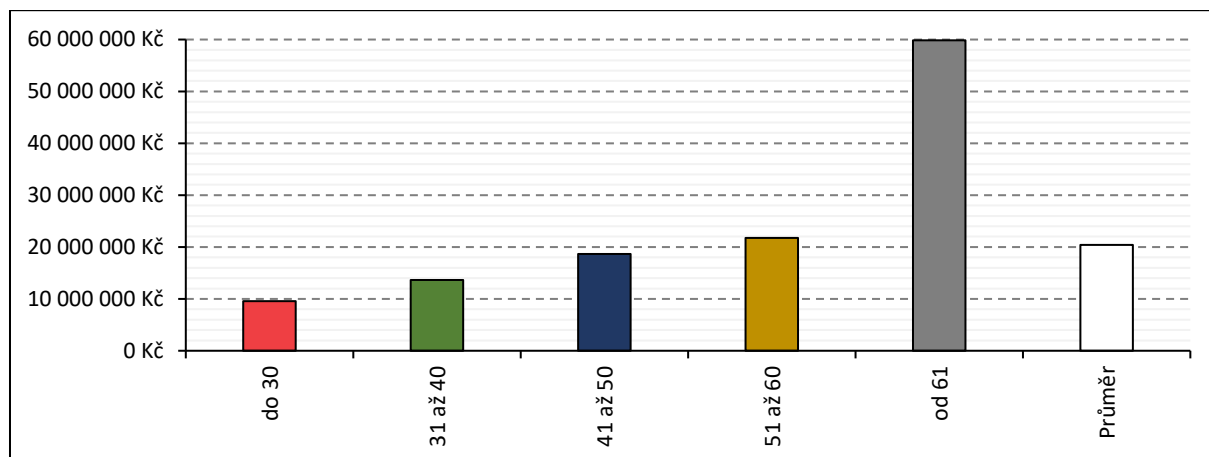
Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Graf 11: Průměrný obrát firem podle věkových skupin vlastníků podílů



Zdroj: Cribis

Graf 12 popisuje věkovou strukturu osob s vlastnickým podílem v právnických osobách (PO) podle kategorie počtu zaměstnanců. Z této tabulky lze vyčíst několik důležitých trendů v závislosti na věkové skupině vlastníků.

Nejmladší věková skupina do 30 let má největší podíl v kategorii firem s 1–5 zaměstnanci (78 %), což naznačuje, že mladí vlastníci obvykle řídí menší podniky. U větších firem, například v kategoriích s 6–9 nebo 10–19 zaměstnanci, je jejich zastoupení výrazně menší, a téměř žádní mladí vlastníci nevlastní podniky s více než 50 zaměstnanci. To ukazuje, že mladí podnikatelé se zaměřují na menší, začínající firmy, což je pochopitelné vzhledem k jejich menšímu podnikatelskému zázemí a nižší zkušenosti.

Věková skupina 31 až 40 let vykazuje podobný trend, s největším zastoupením v kategorii 1–5 zaměstnanců (70 %). Nicméně v této věkové skupině je již vidět posun k větším firmám, s větším zastoupením v kategoriích 6–9 zaměstnanců (10 %) a 10–19 zaměstnanců (11 %). Tento posun naznačuje, že podnikatelé ve věku 31–40 let začínají budovat větší firmy, ačkoli většina z nich stále řídí menší podniky.

Věkové skupiny 41 až 50 let a 51 až 60 let vykazují podobný profil, s většinou podnikatelů stále v kategorii 1–5 zaměstnanců (66 %), ale zároveň se zvyšuje zastoupení ve větších firmách. Ve věkové skupině 41 až 50 let je 12 % vlastníků v kategorii firem s 6–9 zaměstnanci a dalších 11 % v kategorii 10–19 zaměstnanců. V této skupině se objevuje i malé procento vlastníků větších firem, například s 50–99 zaměstnanci (3 %). Podobně i v kategorii 51 až 60 let je vidět větší rozložení mezi firmami s 6–9 a 10–19 zaměstnanci, což ukazuje na diverzifikovanější portfolio vlastnictví firem.

Věková skupina 61 až 70 let vykazuje nejvyšší podíl vlastníků větších firem. Ačkoli i zde je nejvíce vlastníků v kategorii 1–5 zaměstnanců (59 %), výrazně se zvyšuje zastoupení v kategoriích s větším počtem zaměstnanců. V této skupině je například 7 % vlastníků v kategorii 25–49 zaměstnanců, 3 % v kategorii 50–99 zaměstnanců a 1 % dokonce vlastní firmu s 250–499 zaměstnanci. Tento trend odráží dlouhodobější podnikatelskou zkušenost a akumulaci zdrojů, která starším vlastníkům umožňuje řídit větší firmy.



Spolufinancováno
Evropskou unií

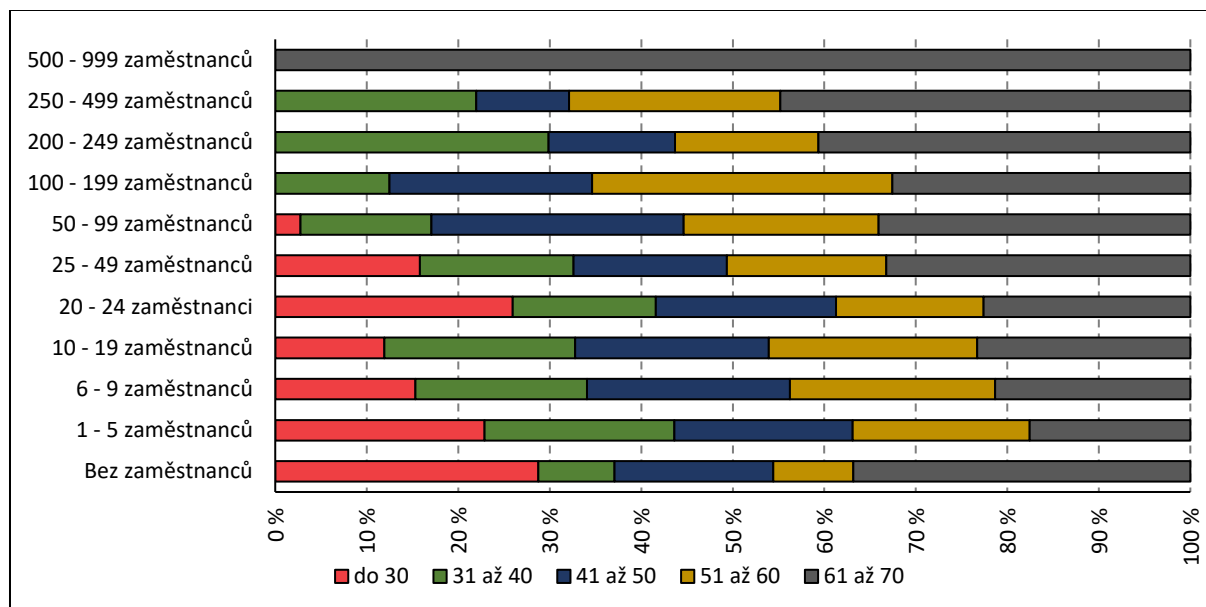


ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Celkově lze z grafu vyčíst, že mladší podnikatelé jsou silně zastoupeni v menších firmách, zatímco s věkem dochází k postupnému přesunu do větších firem s více zaměstnanci. Věkové skupiny nad 60 let pak zahrnují největší podíl vlastníků významně větších podniků, což odráží jejich delší podnikatelskou kariéru a dosažené úspěchy.

Graf 12: Věková struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle kategorie počtu zaměstnanců



Zdroj: Cribis

Graf věkové struktury osob s vlastnickým podílem v právnických osobách (PO) podle kategorie obrátu ukazuje, jak se podíly vlastníků v jednotlivých věkových skupinách rozdělují podle ročního obrátu jejich firem. Z této tabulky lze vyčíst několik důležitých trendů.

U vlastníků mladších 30 let je nejvíce zastoupena kategorie firem s obrátem 1 až 2,99 milionu Kč, kde se nachází 20,33 % vlastníků. Mladí vlastníci mají také vyšší podíl ve firmách s nižším obrátem, například 14,42 % z nich vlastní firmy s obrátem do 199 999 Kč, což je nejvyšší podíl ze všech věkových skupin v této kategorii. To naznačuje, že mladší podnikatelé častěji vlastní menší firmy s nižším obrátem, což odráží jejich kratší dobu podnikání a menší kapitálové zdroje. Jen velmi malé procento z nich vlastní firmy s obrátem přesahujícím 30 milionů Kč, což potvrzuje jejich zaměření na menší podniky.

Věková skupina 31 až 40 let má podobné rozložení jako mladší skupina, s největším zastoupením firem v kategorii 1 až 2,99 milionu Kč (21,28 %). Nicméně, oproti mladší skupině je zde patrný mírný nárůst v kategoriích s vyšším obrátem, například 5,78 % podnikatelů vlastní firmy s obrátem 30 až 59,99 milionů Kč, což je dvojnásobné zastoupení oproti mladší skupině. I zde je však zastoupení v nejvyšších kategoriích obrátu minimální.

U věkové skupiny 41 až 50 let lze vidět největší rozptýl, přičemž tato skupina má významné zastoupení jak v menších firmách, tak i v těch s vyšším obrátem. Největší podíl vlastníků (17,96 %) se nachází opět v kategorii 1 až 2,99 milionu Kč, ale je zde již větší procento firem s obrátem 10 až 29,99 milionů Kč (16,55 %) a také ve vyšších kategoriích, například 2,91 % firem v této skupině má obrát 60 až 99,99 milionů Kč.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

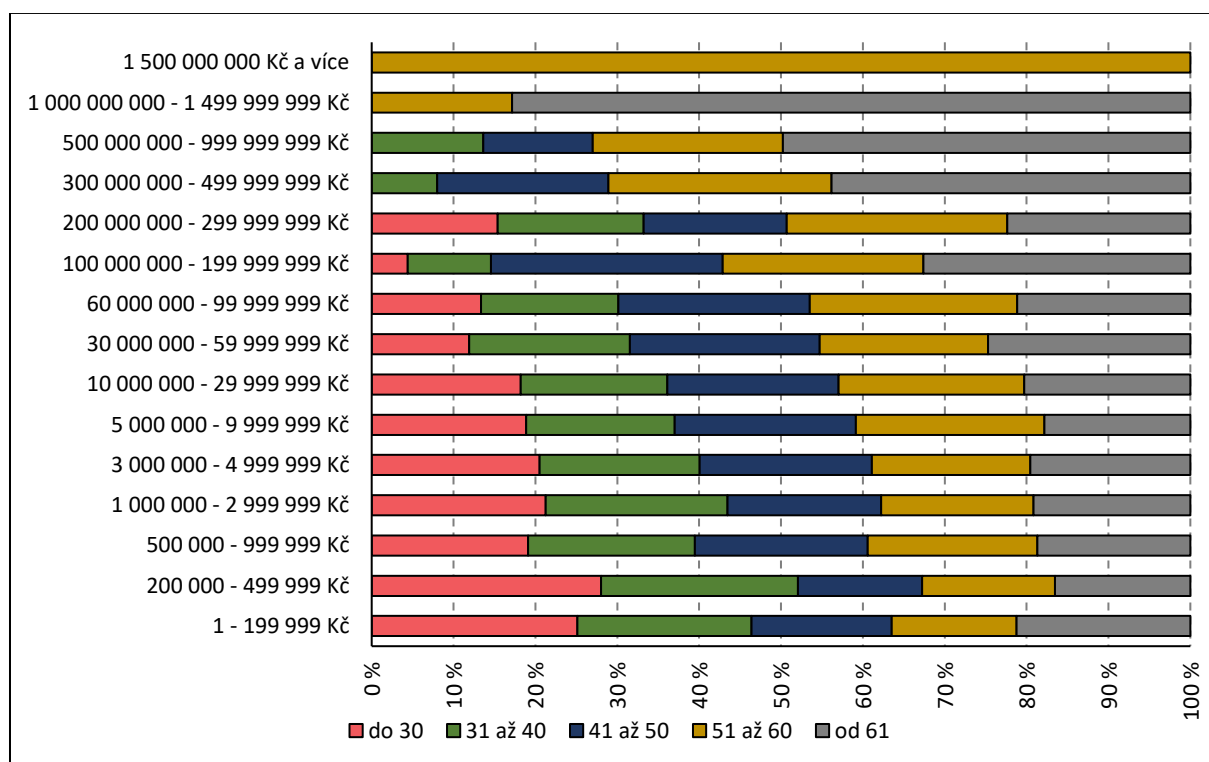
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Věková skupina 51 až 60 let vykazuje podobné trendy jako předchozí skupina, s tím, že v této skupině je výraznější zastoupení ve vyšších kategoriích obrátu. V této skupině se 17,94 % podnikatelů nachází ve firmách s obrátem 10 až 29,99 milionu Kč, a více než 3 % vlastní firmy s obrátem 60 až 99,99 milionu Kč. Tato skupina rovněž zahrnuje nejvyšší podíl firem v kategorii 100 až 199,99 milionu Kč (2,06 %), což ukazuje na jejich větší ekonomickou sílu.

U vlastníků starších 61 let je jasné viditelný trend, kdy roste podíl firem s vyšším obrátem. V této skupině má 16,06 % firem obrát 10 až 29,99 milionu Kč, což je srovnatelné s předchozími skupinami, ale největší nárůst lze pozorovat ve firmách s obrátem nad 100 milionů Kč. Například 2,74 % firem v této skupině má obrát mezi 100 a 199,99 milionu Kč a 0,88 % vlastníků řídí firmy s obrátem 300 až 499,99 milionu Kč. Tato skupina rovněž zahrnuje jediného vlastníka s podílem ve firmě s obrátem nad 1,5 miliardy Kč.

Celkově lze z tabulky vyčíst, že mladší podnikatelé (do 40 let) mají tendenci vlastnit menší firmy s nižším obrátem, zatímco s rostoucím věkem vlastníci stále častěji řídí firmy s vyšším obrátem. Starší věkové skupiny (nad 50 let) pak mají největší zastoupení ve firmách s obrátem nad 30 milionů Kč, což odráží jejich delší zkušenost a schopnost vybudovat ekonomicky silnější podniky.

Graf 13: Věková struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle kategorie obrátu



Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Porovnání oborové struktury firem v Libereckém kraji, kde vlastníci pocházejí z věkové skupiny do 30 let, s celkovou oborovou strukturou firem podle klasifikace CZ-NACE ukazuje zajímavé podobnosti i rozdíly. Obor informační a komunikační činnosti (J 62–63), který zahrnuje například programování, poradenství a informační služby, vykazuje téměř totožný podíl firem vlastněných mladými lidmi i staršími vlastníky. Tato skutečnost naznačuje, že IT a digitální technologie oslovují podnikatele napříč generacemi, a to díky nižším vstupním nákladům a příležitostem pro rychlý růst. Podobnou situaci lze pozorovat i v oblasti velkoobchodu a maloobchodu, včetně oprav a údržby motorových vozidel (G 45–47). Tento sektor zahrnuje činnosti jako velkoobchod, maloobchod a opravy motorových vozidel, kde je podíl mladých vlastníků velmi blízký celkovým hodnotám.

Na druhé straně se objevují výrazné rozdíly v určitých oblastech. Profesní, vědecké a technické činnosti (M 69–75), jako například právní a účetní činnosti, architektonické a inženýrské činnosti nebo výzkum a vývoj, vykazují vyšší podíl firem vlastněných mladými lidmi. Naproti tomu v tradičních výrobních odvětvích, jako je zpracovatelský průmysl (C 10–33), je podíl mladých vlastníků nižší. Tento sektor zahrnuje například výrobu potravinářských výrobků nebo strojírenství, které jsou spojeny s vysokými investičními náklady a nutností technické odbornosti, což může být pro mladší generaci překážkou.

Významné rozdíly jsou také patrné ve stavebnictví (F 41–43), které zahrnuje výstavbu budov, inženýrské stavitelství a specializované stavební činnosti. Mladí vlastníci jsou v tomto sektoru zastoupeni méně. Podobná situace je v sektoru dopravy a skladování (H 49–53), zahrnujícím například silniční nákladní dopravu nebo skladování a podpůrné činnosti v dopravě.

Při detailnějším pohledu na jednotlivé dvouciferné kódy CZ-NACE lze vypořádat zajímavé trendy. Například ve výstavbě budov (F 41) je podíl mladých vlastníků minimální. Naopak v reklamě a průzkumu trhu (M 73) mladí podnikatelé dominují díky nižším bariérám vstupu a dynamickému vývoji tohoto odvětví. Výroba potravinářských výrobků (C 10) je oblastí, kde podíl mladých vlastníků zůstává minimální.

Mladí vlastníci v Libereckém kraji se více zaměřují na moderní, dynamická a inovativní odvětví, jako jsou informační technologie, vědecké a technické činnosti a služby. Naopak tradiční odvětví, jako je zpracovatelský průmysl, stavebnictví nebo doprava, jsou pro ně méně atraktivní. Tento trend naznačuje generační posun v preferencích a rostoucí zájem o technologicky orientované sektory.



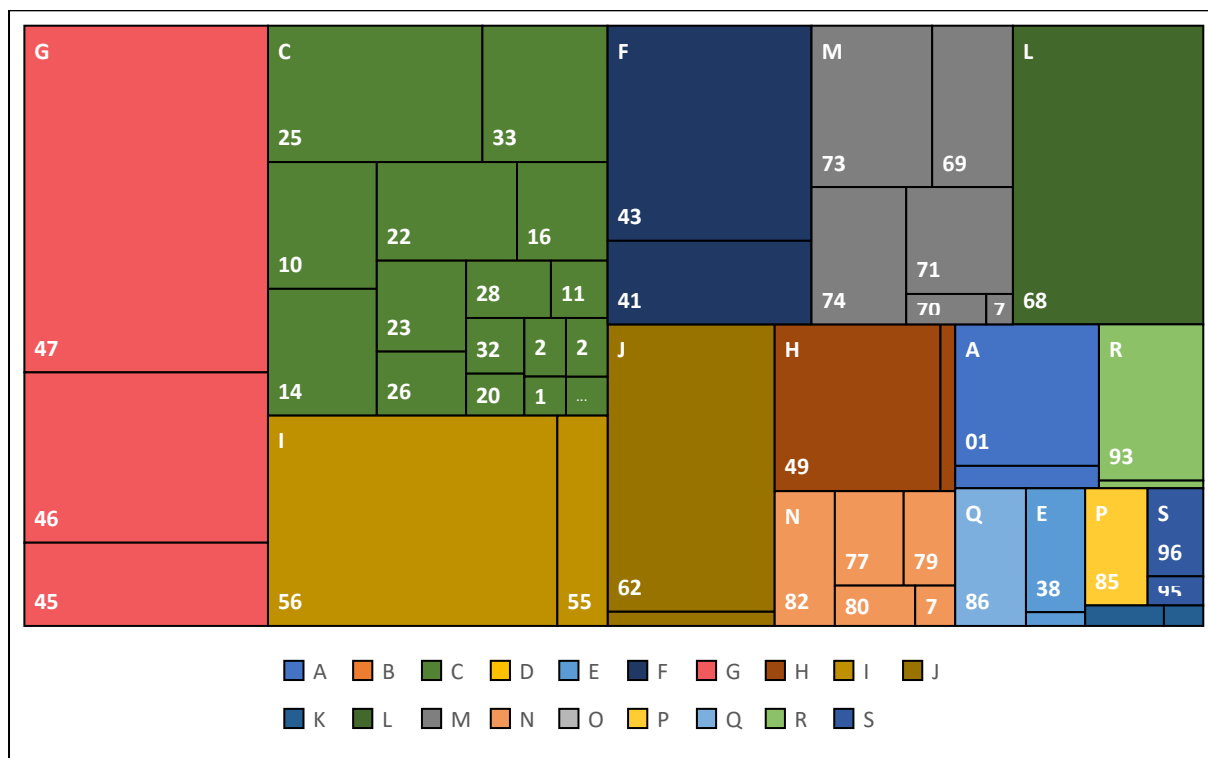
Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

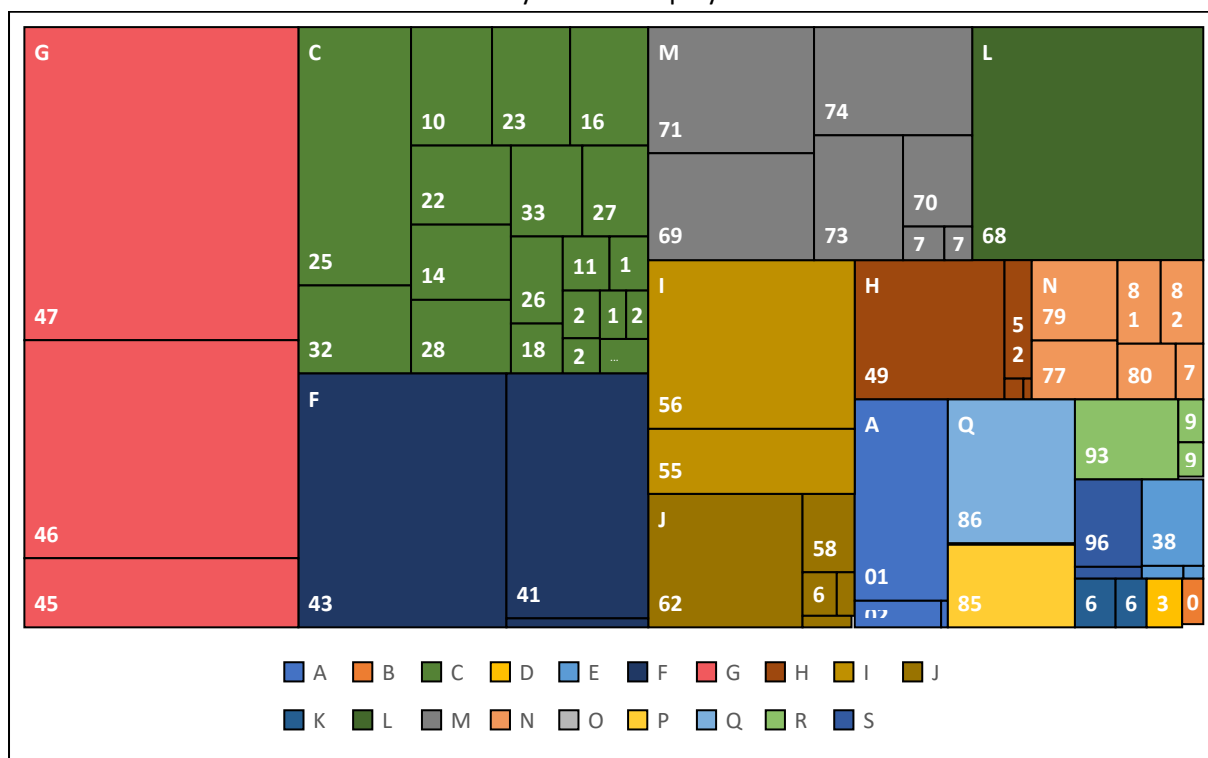
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Graf 14: Oborová struktura firem s vlastnickým podílem osob z věkové skupiny do 30 let



Zdroj: Cribis

Graf 15: Oborová struktura firem za všechny věkové skupiny



Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií



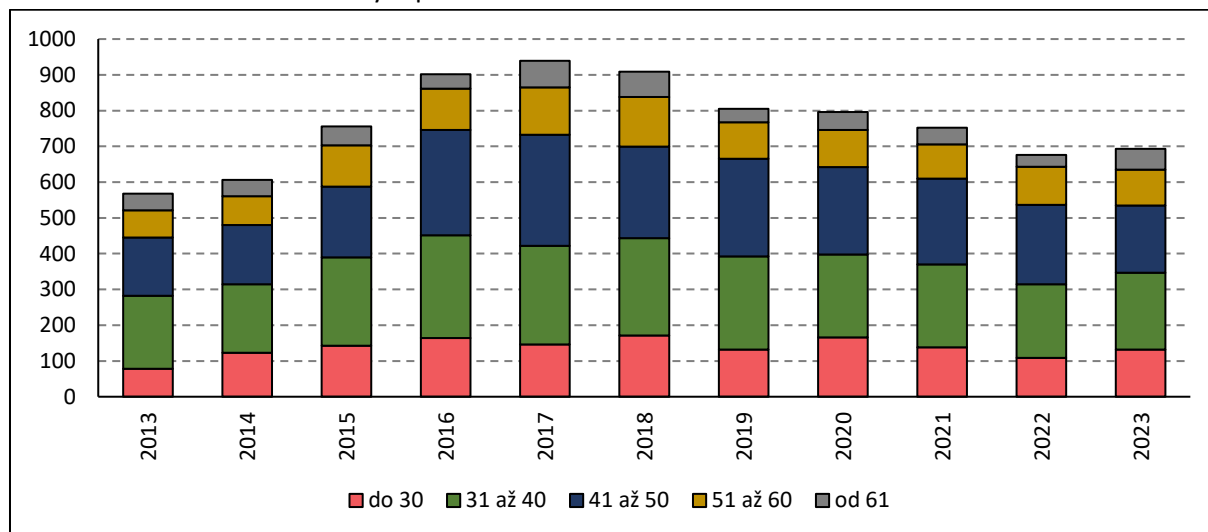
ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Z dat vyplývá, že věková skupina 31 až 40 let dominuje mezi zakladateli nových firem v každém sledovaném roce. Tato skupina představuje největší podíl na celkovém počtu zakladatelů a její hodnoty se pohybují mezi 204 a 287 osobami ročně. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou jsou lidé ve věku 41 až 50 let, jejichž počet se pohybuje mezi 163 a 310 osobami ročně. Tyto dvě věkové skupiny společně tvoří více než polovinu všech zakladatelů firem ve většině sledovaných let. Naopak věkové skupiny 51 až 60 let a od 61 let mají nejmenší zastoupení mezi zakladateli firem, což naznačuje, že starší generace se do zakládání nových podniků zapojuje méně.

Pokud se zaměříme na věkovou skupinu do 30 let, lze pozorovat poměrně zajímavý vývoj jejich počtu i podílu na celkovém počtu zakladatelů. V roce 2013 bylo do této skupiny zařazeno 78 osob, což představovalo přibližně 13,7 % všech zakladatelů. Následně počet mladých zakladatelů výrazně rostl a vrcholu dosáhl v roce 2016, kdy bylo založeno 164 firem touto skupinou, což odpovídalo přibližně 18,2 % celkového počtu. Po roce 2016 však dochází k poklesu, a to jak v absolutních číslech, tak v podílu. Nejnižší hodnoty byly zaznamenány v roce 2022, kdy tato skupina zahrnovala pouze 109 osob, což bylo 16,1 % všech zakladatelů. V roce 2023 došlo k mírnému nárůstu na 132 osob, což však stále představuje podíl pouze 19 %.

Z vývoje tedy vyplývá, že mladí lidé ve věkové skupině do 30 let se aktivně podílejí na zakládání nových firem, ale jejich počet i podíl se v posledních letech snižuje. To může souviset s různými faktory, jako je demografický vývoj, ekonomická situace nebo měnící se preference mladých lidí při volbě podnikání.

Graf 16: Počet osob s vlastnickým podílem v PO založené v daném roce



Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií

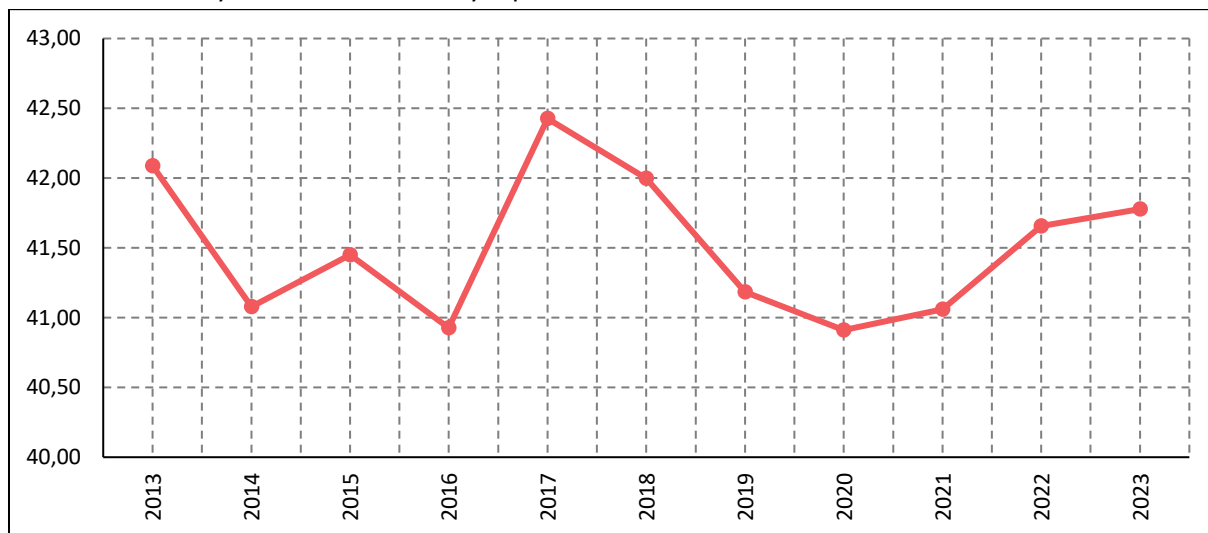


ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Graf 17 popisující průměrný věk osob s vlastnickým podílem v právnických osobách (PO) v Libereckém kraji ukazuje, že v období mezi lety 2013 a 2023 nedošlo k výrazným výkyvům, ale průměrný věk se mírně měnil. Nejvyšší průměrný věk vlastníků byl zaznamenán v roce 2017, kdy dosáhl 42,43 let, zatímco nejnižší průměrný věk byl v roce 2016, a to 40,93 let. Celkově lze říci, že průměrný věk vlastníků se během sledovaného období pohyboval okolo 41 až 42 let.

Graf 17: Průměrný věk osob s vlastnickým podílem v PO



Zdroj: Cribis



Spolufinancováno
Evropskou unií



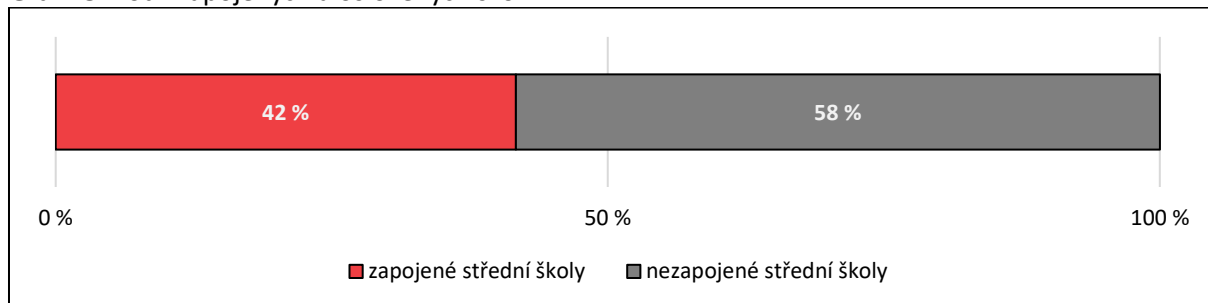
ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

10. Podpora podnikavosti na středních školách Libereckého kraje

V rámci šetření jsme oslovili vedení středních škol v Libereckém kraji s cílem zjistit jejich přístup k rozvoji podnikavosti studentů, realizované aktivity v této oblasti a případné potřeby pro další podporu podnikavosti. Celkem bylo osloveno 36 středních škol, přičemž do dotazníkového šetření se zapojilo 15 z nich, což představuje účast 41,67 %. Zbývajících 21 škol (58,33 %) se šetření nezúčastnilo.

Graf 18: Podíl zapojených a oslovených škol



Zapojené střední školy nabízejí širokou škálu studijních oborů a celková kapacita studentů těchto škol činí 8 063. Největší podíl na celkové kapacitě studentů mají gymnázia, která představují 36 % všech studentů zapojených škol. Významnou část tvoří také obory zaměřené na obchod, ekonomiku a podnikání – například Obchodní akademie (10 %), Mezinárodní obchodní styk (4 %) nebo Ekonomika a podnikání (3 %). Podobně silné zastoupení mají technické a průmyslové obory, včetně Strojírenství (3 %), Elektrotechniky (2 %) a Informačních technologií (3 %). Struktura studijních oborů u škol zapojených do dotazníkového šetření je vizuálně znázorněna prostřednictvím Word Cloud vizualizace níže.

Obrázek 1: Word Cloud struktury oborů zapojených škol



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

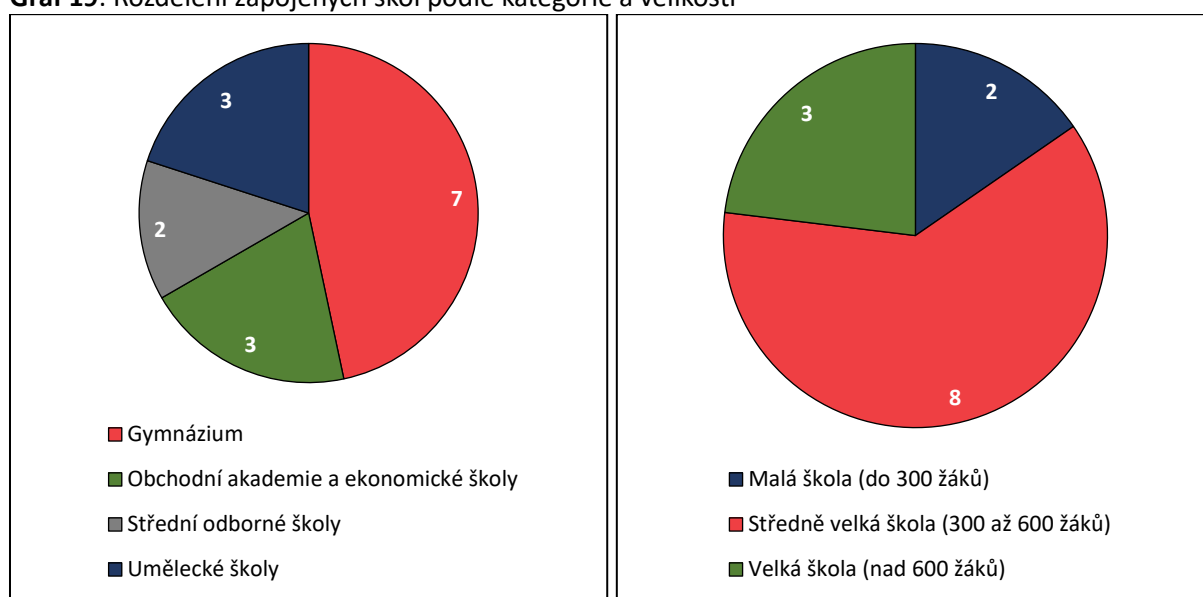
U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Zapojené střední školy lze rozdělit podle jejich velikosti a zaměření. Co se týče velikosti, většinu tvoří středně velké školy s počtem studentů mezi 300 a 600 (8 škol). Velké školy s více než 600 studenty představují menší skupinu (3 školy), zatímco malé školy s kapacitou do 300 žáků jsou zastoupeny pouze dvěma institucemi.

Z hlediska kategorie vzdělání je největší skupinou gymnázií, která tvoří téměř polovinu (7 škol). Gymnázia poskytují všeobecné vzdělání a často slouží jako příprava na vysokoškolské studium. Další významnou skupinu představují obchodní akademie a ekonomicky zaměřené školy (3 školy), které se specializují na vzdělávání v oblasti podnikání, ekonomiky a administrativy.

Střední odborné školy, zaměřené především na technické, průmyslové a řemeslné obory, jsou zastoupeny dvěma institucemi. Tři školy spadají do kategorie uměleckých škol, které se orientují na kreativní a designové obory, například grafický design, výtvarné zpracování materiálů nebo restaurování.

Graf 19: Rozdělení zapojených škol podle kategorie a velikosti

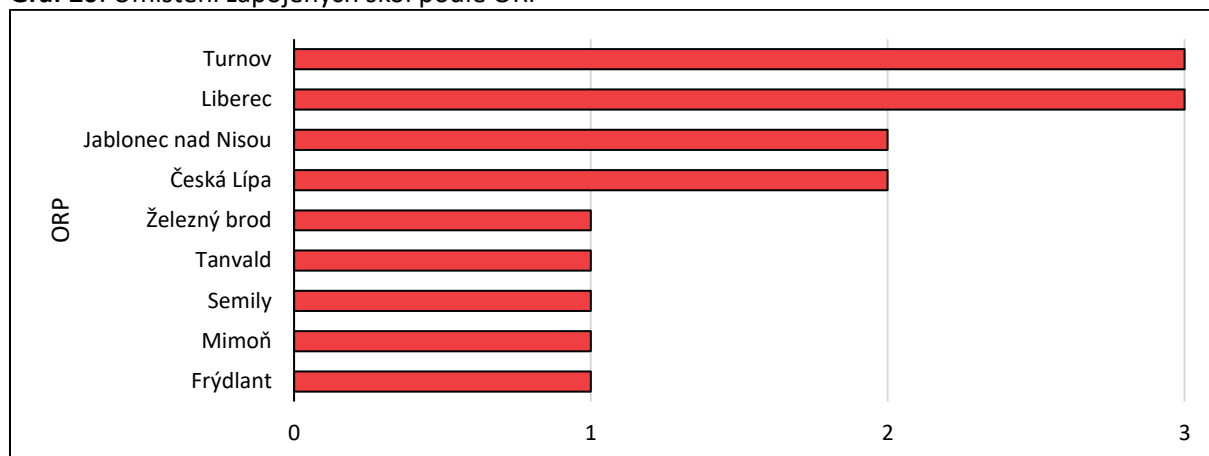


Zapojené školy se nacházejí v devíti různých obcích s rozšířenou působností (ORP) v Libereckém kraji. Největší zastoupení mají školy v ORP Liberec a Turnov, kde se do šetření zapojily shodně tři školy. To odpovídá jejich roli jako vzdělávacích center regionu, kde se nachází více středních škol a širší nabídka studijních oborů.

Dvě školy se zapojily z ORP Česká Lípa a Jablonec nad Nisou, což jsou další významná města kraje s rozvinutou sítí vzdělávacích institucí.

Po jedné škole se zapojilo z menších ORP Frýdlant, Mimoň, Semily, Tanvald a Železný Brod. V těchto oblastech je nižší celkový počet středních škol, což může vysvětlovat menší zastoupení v dotazníkovém šetření. Zapojené školy pocházejí z různých částí kraje a nejsou soustředěny pouze do jedné části regionu. To umožňuje získat širší pohled na přístup k podnikavosti napříč ORP s odlišnými podmínkami.

Graf 20: Umístění zapojených škol podle ORP



V rámci dotazníkového šetření bylo provedeno hodnocení významu, který jednotlivé typy škol přikládají rozvoji podnikavosti u svých žáků. Pro vyhodnocení byl použit ukazatel Net Promoter Score (NPS), který umožňuje srovnat míru podpory podnikavosti mezi různými kategoriemi škol.

Umělecké školy (NPS: 8,67) – Nejvyšší hodnocení přikládají rozvoji podnikavosti umělecké školy. Tento výsledek naznačuje, že kreativní a umělecké obory vnímají podnikavost jako důležitou součást profesní dráhy svých absolventů, kteří často pracují jako samostatní podnikatelé či freelanceři.

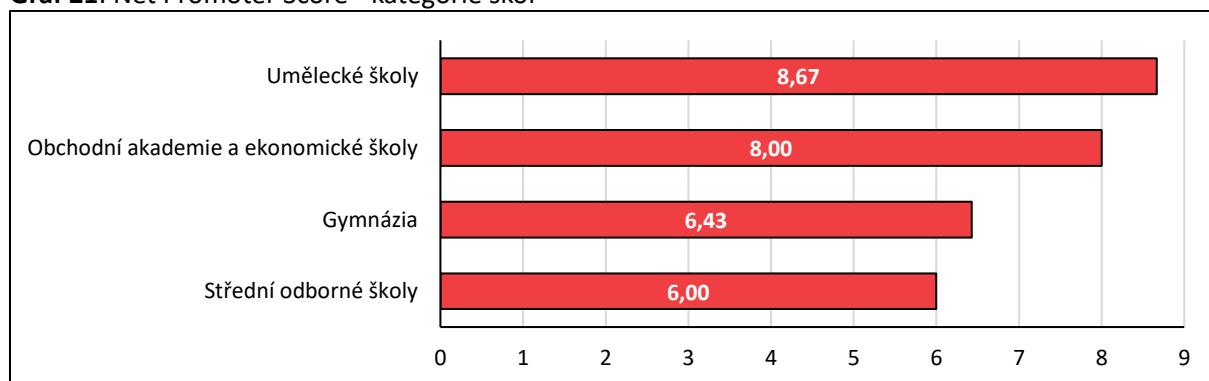
Obchodní akademie a ekonomické školy (NPS: 8,00) – Druhou nejvyšší hodnotu NPS vykazují ekonomicky zaměřené školy, což je vzhledem k jejich zaměření logické. Podnikavost je zde považována za klíčovou dovednost, která je studentům předávána v rámci výuky.

Gymnázia (NPS: 6,43) – Gymnázia vnímají podnikavost jako důležitou, ale s nižší prioritou než odborné školy. Jejich hlavním zaměřením je příprava studentů na vysokoškolské studium, což může vysvětlovat mírně nižší skóre oproti školám orientovaným na praxi.

Střední odborné školy (NPS: 6,00) – Nejnižší hodnocení přikládají rozvoji podnikavosti střední odborné školy. To může souviset s tím, že mnozí absolventi těchto škol míří přímo do zaměstnání v oboru, kde podnikání nemusí být hlavním cílem.

Výsledky ukazují, že podnikavost je vnímána jako klíčová zejména v uměleckých a ekonomických školách, kde je přirozenou součástí profesní dráhy absolventů. Naopak gymnázia a střední odborné školy přikládají rozvoji podnikavosti nižší význam, což může souviset s jejich celkovým zaměřením a kariérními perspektivami studentů.

Graf 21: Net Promoter Score - kategorie škol

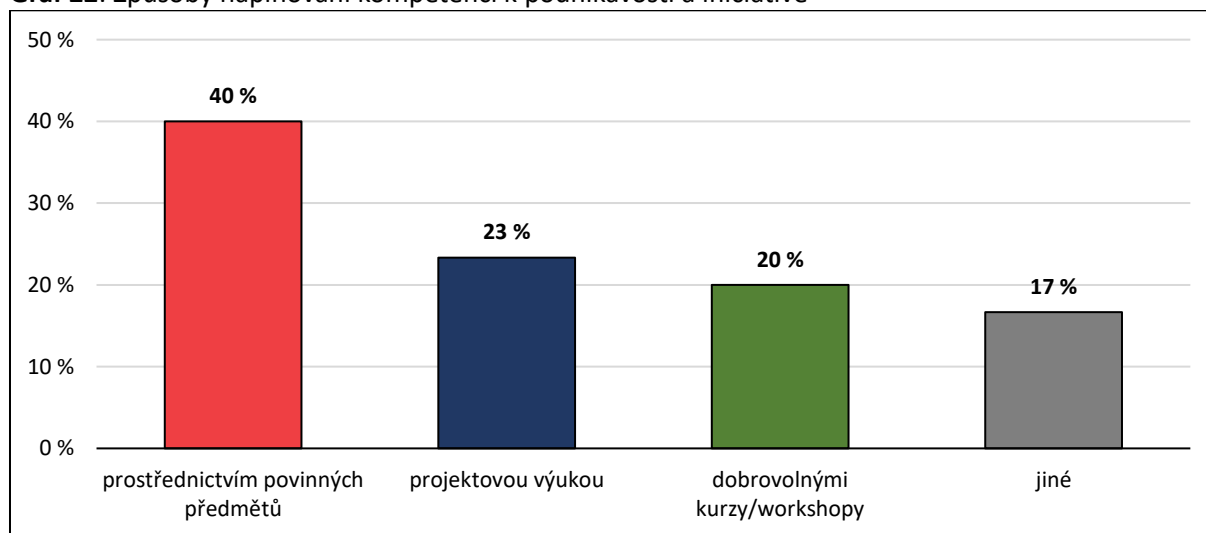


Ke kompetenci k podnikavosti a iniciativě přistupují školy různými způsoby, přičemž nejčastěji je podnikavost integrována do povinných předmětů, ale také prostřednictvím projektové výuky, kurzů nebo specifických školních aktivit. Nejvíce škol, konkrétně 40 %, uvedlo, že podnikavost rozvíjejí prostřednictvím povinných předmětů, kde studenti získávají teoretické i praktické znalosti související s podnikáním, ekonomikou nebo managementem. Další častou metodou je projektová výuka, kterou uvedlo 23 % škol. Ta umožňuje studentům řešit reálné problémy, rozvíjet vlastní iniciativu a učit se spolupráci. Dobrovolné kurzy a workshopy, které školy nabízejí jako rozšiřující vzdělávací aktivity často ve spolupráci s firmami nebo odborníky, se podílejí na rozvoji podnikavosti v 20 % případů.

Kromě těchto nejčastějších metod školy uváděly i další specifické způsoby podpory podnikavosti, které spadají do kategorie „jiné“. Mezi ně patří především spolupráce s firmami, odborné praxe, workshopy, soutěže, festivaly a kontakt s podnikateli v rámci partnerské spolupráce, což studentům umožňuje získávat reálné zkušenosti z podnikatelského prostředí. Některé školy využívají k rozvoji podnikavosti volitelné předměty, například Fiktivní firma a Aplikovaná ekonomie, které simulují reálné podnikatelské prostředí a pomáhají studentům osvojit si klíčové dovednosti pro budoucí kariéru. Dalším způsobem jsou technické konference s podnikateli, které propojují studenty s odborníky na nové technologie a podnikání v daném oboru. Zajímavým přístupem je také management prodeje školního časopisu a jeho propagace či pořádání školních akcí samotnými studenty, což jim umožňuje získat praktické zkušenosti s marketingem, prodejem a organizací.

Výsledky ukazují, že školy využívají různé metody rozvoje podnikavosti, přičemž nejčastěji ji začleňují do povinných předmětů. Významnou roli hraje i projektová výuka a workshopy, které umožňují studentům praktickou aplikaci znalostí. Kromě toho některé školy rozvíjejí podnikavost prostřednictvím spolupráce s firmami, volitelných předmětů, odborných konferencí nebo studentských projektů, což studentům poskytuje cenné zkušenosti do budoucího profesního života.

Graf 22: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě



Podnikavost je nejčastěji rozvíjena prostřednictvím povinných předmětů, přičemž tento přístup dominuje zejména u středních odborných škol (66,67 %) a uměleckých škol (50 %). Obchodní akademie (42,86 %) a gymnázia (30,77 %) tento přístup rovněž často využívají, ale častěji jej doplňují i dalšími metodami.



Spolufinancováno
Evropskou unií

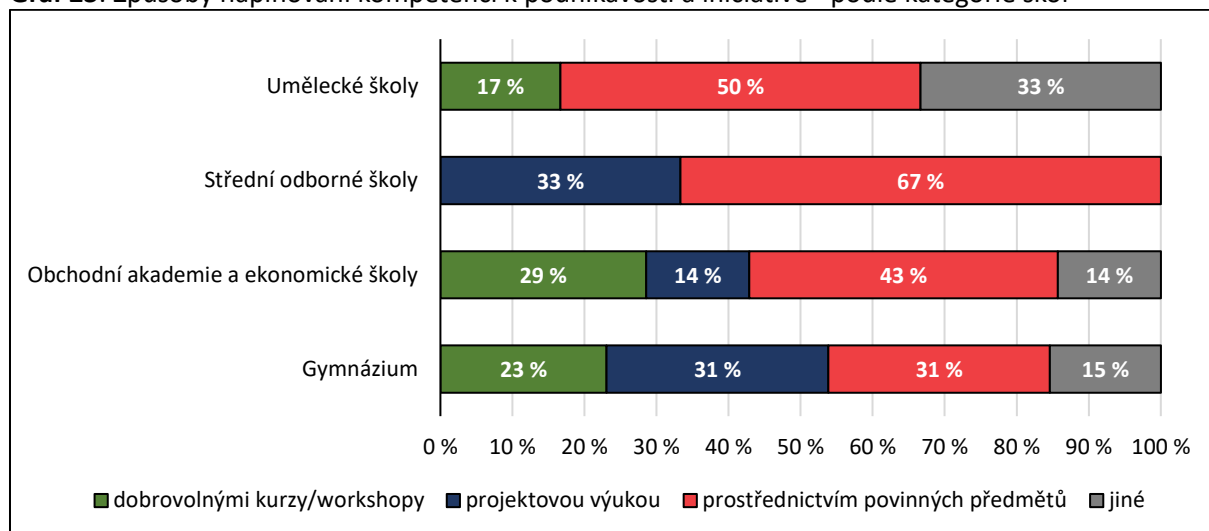


ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

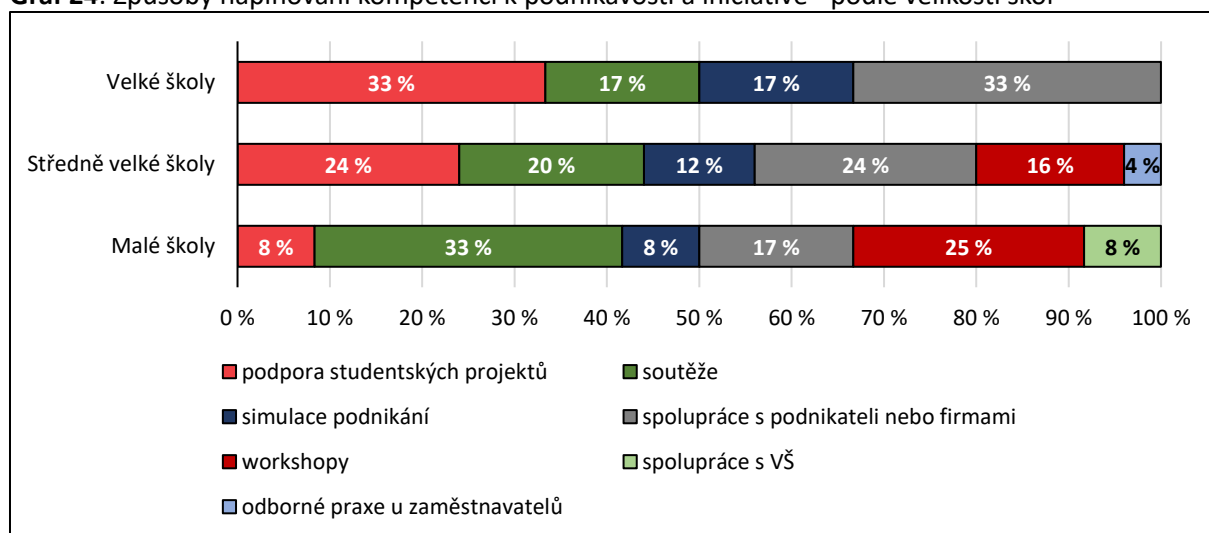
Projektová výuka je nejvíce rozšířena na gymnáziích (30,77 %) a středních odborných školách (33,33 %), zatímco obchodní akademie (14,29 %) a umělecké školy ji využívají minimálně. Dobrovolné kurzy a workshopy hrají významnou roli zejména u obchodních akademií (28,57 %) a gymnázií (23,08 %), zatímco střední odborné školy je vůbec nevyužívají. Alternativní metody rozvoje podnikavosti jsou nejvíce zastoupeny u uměleckých škol (33,33 %), které často pracují s projekty a spoluprací s odborníky.

Graf 23: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě - podle kategorie škol



Analýza dat podle velikosti škol ukazuje rozdílné přístupy k rozvoji podnikavosti. Velké školy nejčastěji integrují podnikavost do povinných předmětů (50 %) a výrazně se věnují i projektové výuce (50 %), zatímco dobrovolné kurzy či jiné metody zde nejsou zastoupeny. Středně velké školy rovněž preferují začlenění podnikavosti do povinných předmětů (44,44 %), ale ve větší míře než velké školy využívají také dobrovolné kurzy (22,22 %) a jiné metody (16,67 %). Malé školy jsou v přístupu nejvyrovnanější – povinné předměty dominují (37,5 %), ale značný podíl tvoří i projektová výuka (25 %) a dobrovolné kurzy (25 %). Přítomnost "jiných" forem rozvoje podnikavosti je nejvýraznější právě u malých a středně velkých škol, kde školy často zapojují individuální přístupy, například odborné praxe nebo spolupráci s firmami.

Graf 24: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě - podle velikosti škol



Výsledky dotazníkového šetření ukazují, že pouze jedna ze zapojených škol má zpracovaný koncepční dokument zaměřený na podporu podnikavosti. Tento fakt naznačuje, že většina škol přistupuje k rozvoji podnikavosti spíše neformálně a bez jasně definovaného strategického rámce.

Škola, která takový dokument má, stanovila jako hlavní cíle a priority podporu lepší komunikace mezi studenty, rozvoj týmové spolupráce a schopnosti organizovat práci i podnikatelsky zaměřené akce. Důležitým aspektem je také naučit studenty efektivně se rozhodovat, řešit problémy a převzít odpovědnost za svou práci. Tyto dovednosti jsou klíčové nejen pro budoucí podnikatele, ale i pro úspěšné uplatnění absolventů na trhu práce.

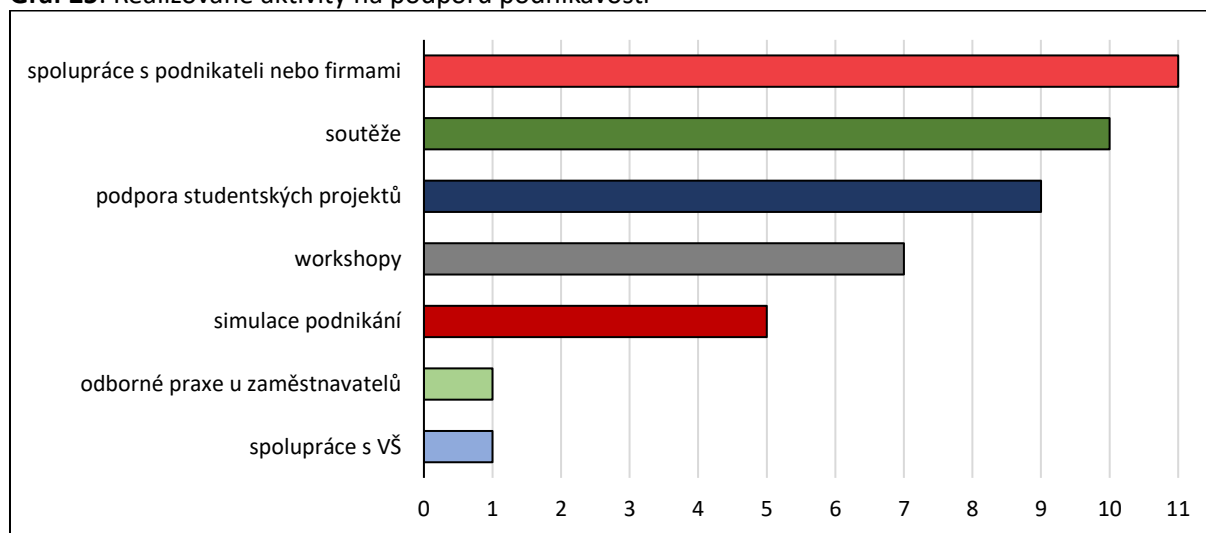
Konkrétním výstupem této strategie je aktivita, při níž studenti vymýšlejí vlastní podnikatelský projekt a zakládají fiktivní firmu, která funguje po dobu jednoho školního roku. Tímto způsobem si prakticky osvojují podnikatelské procesy, od plánování přes realizaci až po vyhodnocení výsledků. Tento přístup nejen podporuje kreativitu a iniciativu studentů, ale zároveň jim umožňuje zažít reálné podnikatelské situace v bezpečném školním prostředí.

Nízký počet škol s formální strategií na podporu podnikavosti ukazuje na prostor pro další rozvoj v této oblasti. Systematický přístup by mohl pomoci efektivněji integrovat podnikavost do výuky a lépe propojit školy s reálným podnikatelským prostředím.

Školy poskytují studentům různé příležitosti k rozvoji podnikavosti, přičemž nejčastější aktivitou je spolupráce s podnikateli a firmami, kterou nabízí 11 škol. Těsně za ní následují soutěže (10 škol) a podpora studentských projektů (9 škol), což naznačuje důraz na praktické zkušenosti a samostatnou tvorbu studentů.

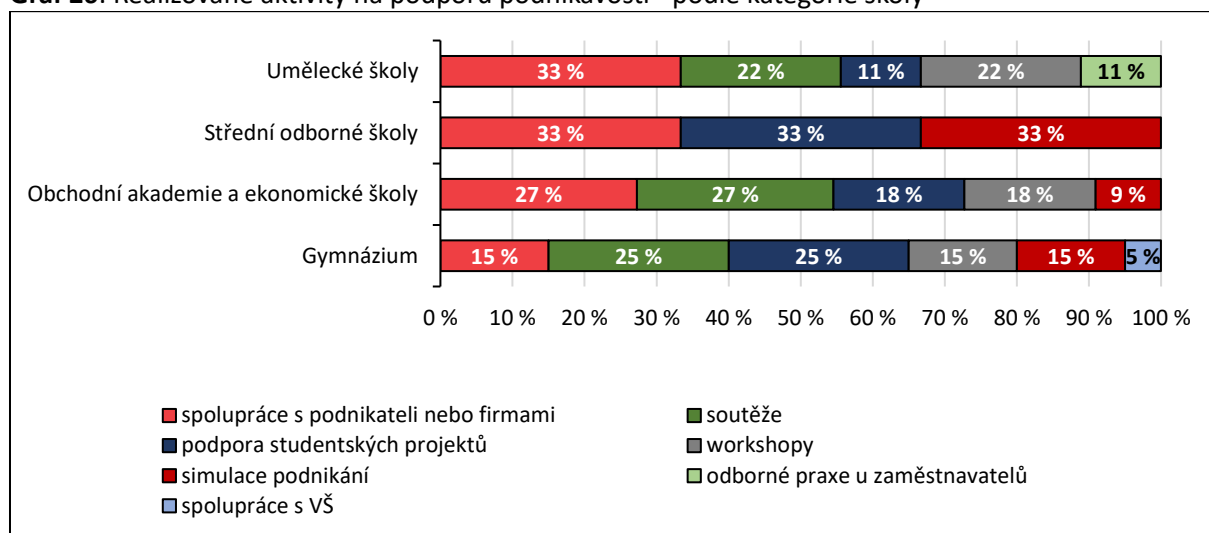
Workshopy (7 škol) a simulace podnikání (5 škol) jsou další běžně využívané formy rozvoje podnikavosti, které studentům umožňují získat praktické dovednosti v bezpečném prostředí. Oproti tomu odborné praxe u zaměstnavatelů a spolupráce s vysokými školami se v nabídce škol objevují jen minimálně, což ukazuje na prostor pro hlubší propojení škol s reálným podnikatelským a akademickým prostředím.

Graf 25: Realizované aktivity na podporu podnikavosti



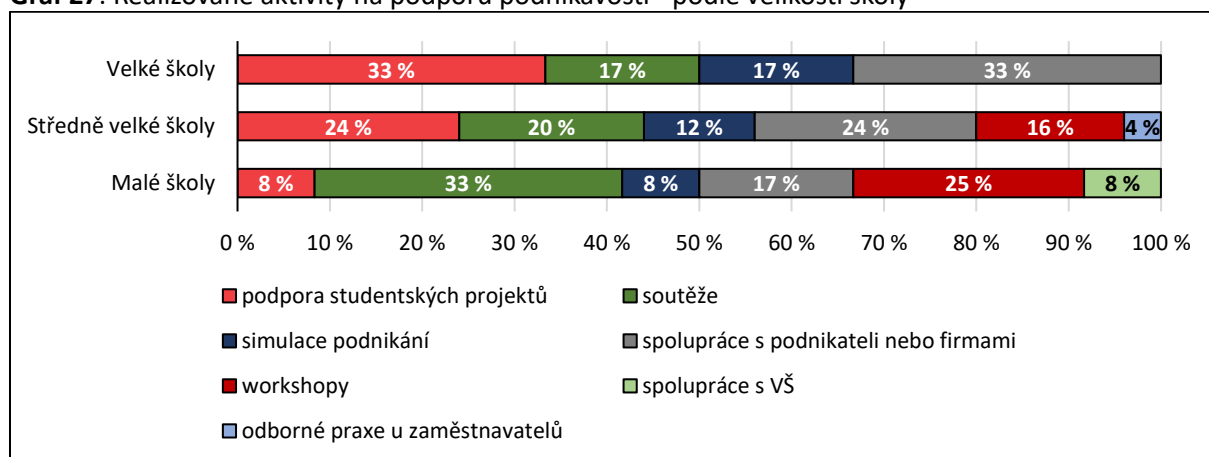
Střední odborné školy nejvíce rozvíjejí podnikavost skrze spolupráci s firmami, studentské projekty a simulace podnikání (shodně 33,33 %), zatímco soutěže a workshopy zde chybí. Obchodní akademie se zaměřují hlavně na spolupráci s podnikateli (27,27 %) a soutěže (27,27 %), ale nabízejí i studentské projekty a workshopy. Gymnázia podporují především studentské projekty (25 %) a soutěže (25 %), přičemž zapojení do spolupráce s firmami je nižší. Umělecké školy kombinují spolupráci s podnikateli (33,33 %), soutěže a workshopy (22,22 %) a jako jediné nabízejí odborné praxe (11,11 %). Spolupráce s vysokými školami zůstává minimální.

Graf 26: Realizované aktivity na podporu podnikavosti - podle kategorie školy



Velké školy se nejvíce zaměřují na spolupráci s podnikateli (33,33 %), podporu studentských projektů (33,33 %) a simulaci podnikání (16,67 %), ale nenabízejí workshopy. Středně velké školy kladou důraz na studentské projekty (24 %) a spolupráci s firmami (24 %), přičemž soutěže (20 %) a workshopy (12 %) mají menší zastoupení. Malé školy nejčastěji nabízejí soutěže (33 %) a workshopy (25 %), zatímco podpora studentských projektů a simulace podnikání jsou zde méně časté. Spolupráce s VŠ je minimální a odborné praxe jsou zastoupeny pouze u středně velkých škol (4 %).

Graf 27: Realizované aktivity na podporu podnikavosti - podle velikosti školy



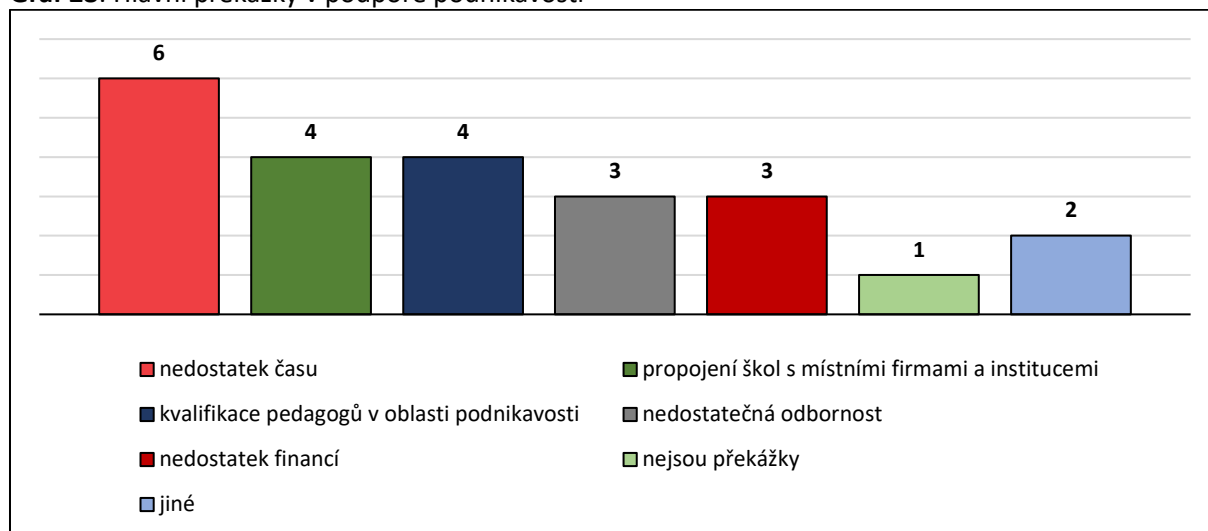
Mezi nejčastěji uváděné překážky patří nedostatek času (6 škol), což naznačuje, že podnikavost je často vnímána jako doplňkové téma, na které ve výuce nezbyvá dostatek prostoru. Další významnou bariérou je nízká kvalifikace pedagogů v oblasti podnikavosti (4 školy), stejně jako slabé propojení škol s místními firmami a institucemi (4 školy), což komplikuje praktickou výuku a zapojení studentů do reálného podnikatelského prostředí.

Některé školy rovněž zmínily nedostatečnou odbornost (3 školy) v oblasti podnikavosti a nedostatek financí (3 školy), což může ovlivňovat možnosti zavádění nových programů nebo spolupráce s odborníky.

Dvě školy uvedly specifické překážky v kategorii "jiné". Jedna z nich vysvětlila, že připravuje studenty primárně pro státní zdravotnictví, kde se neočekává, že by většina absolventů vstoupila do soukromého sektoru. Druhá škola, gymnázium, podnikavost sice podporuje, ale nevnímá ji jako svou hlavní prioritu, což odráží zaměření těchto škol především na přípravu na vysoké školy.

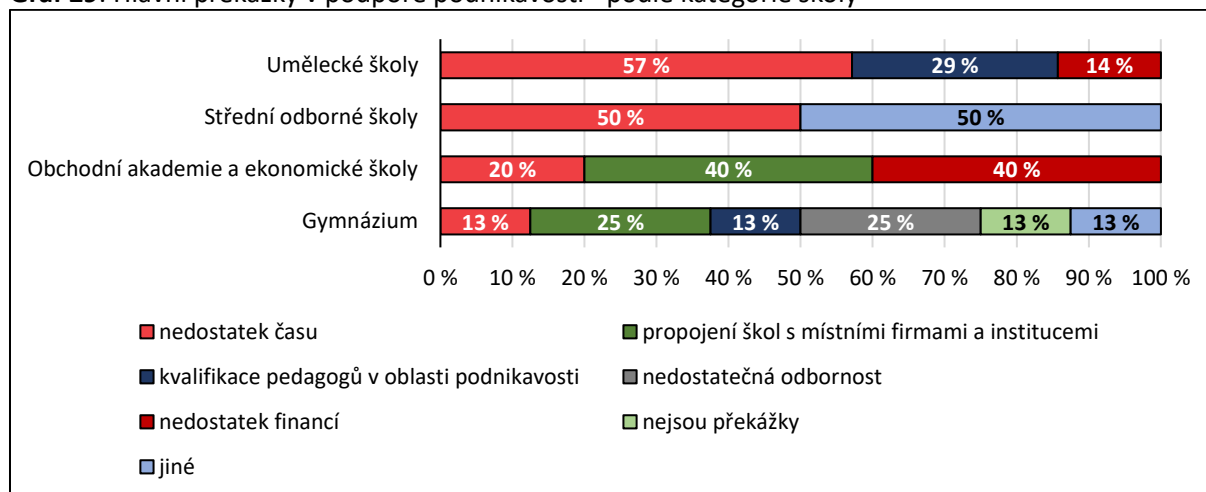
Pouze jedna škola uvedla, že nevidí žádné překážky, což ukazuje, že většina škol vnímá podporu podnikavosti jako výzvu, která vyžaduje zlepšení v různých oblastech, zejména v časových možnostech, kvalifikaci pedagogů a spolupráci s firmami.

Graf 28: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti



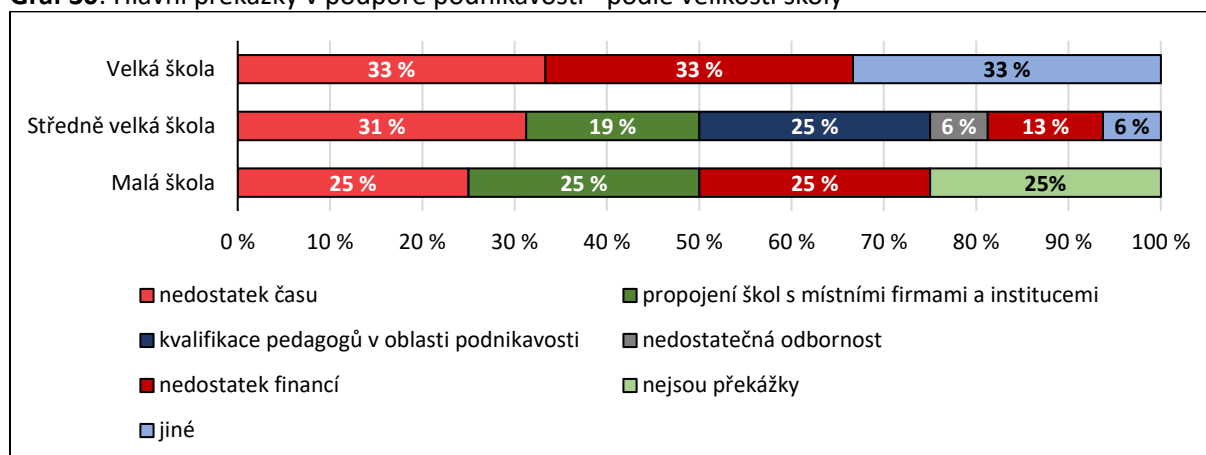
Umělecké školy nejčastěji bojují s nedostatkem času (57 %) a nízkou kvalifikací pedagogů (29 %), což naznačuje, že podnikavost zde není prioritní oblastí. Střední odborné školy vnímají jako hlavní problém nedostatek času (50 %) a individuální překážky (50 %), přičemž propojení s firmami a financování zde nehraje roli. Obchodní akademie nejčastěji uvádějí nedostatek financí (40 %) a slabé propojení s místními firmami (40 %), což je překvapivé vzhledem k jejich zaměření. Gymnázia mají rozptýlené bariéry, přičemž 25 % škol vidí problém v nedostatečné odbornosti a propojení s firmami, zatímco 13 % škol nevidí žádné překážky.

Graf 29: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti - podle kategorie školy



Velké školy nejčastěji uvádějí nedostatek času (33 %) a financí (33 %), zatímco propojení s firmami či kvalifikace pedagogů zde problém nepředstavují. Středně velké školy vnímají jako hlavní bariéry nedostatek času (31 %), nízkou kvalifikaci pedagogů (25 %) a propojení s firmami (19 %), přičemž se zde objevují i individuální překážky (6 %). Malé školy častěji uvádějí nedostatek financí (25 %) a slabé propojení s firmami (25 %), ale zároveň 25 % z nich nevidí žádné překážky, což naznačuje větší flexibilitu v přístupu k podnikavosti.

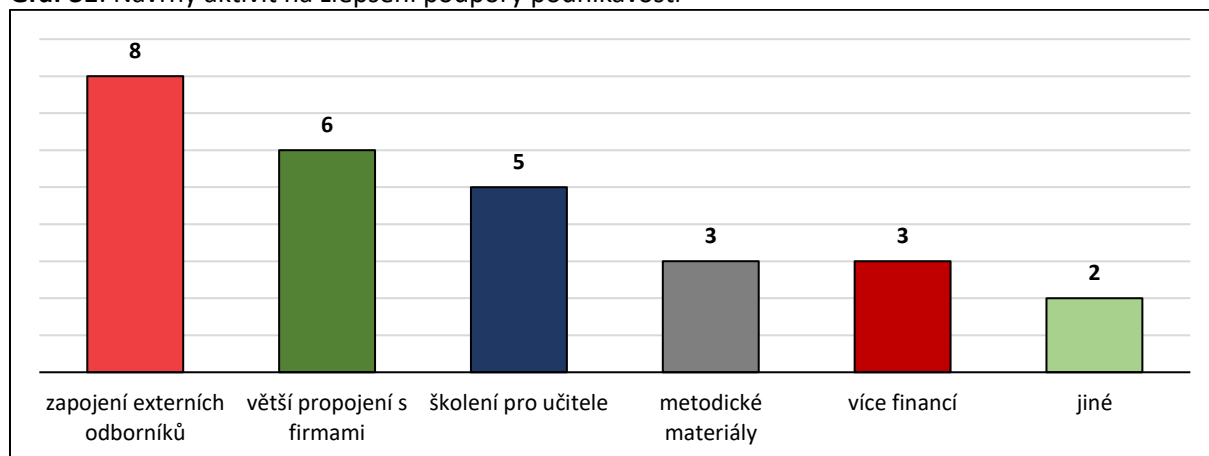
Graf 30: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti - podle velikosti školy



Školy nejčastěji vidí jako klíčovou podporu zapojení externích odborníků (8 škol), což naznačuje potřebu větší propojenosti výuky s reálným podnikatelským prostředím. Dále by pomohlo větší propojení s firmami (6 škol) a školení pro učitele (5 škol), což odráží potřebu zvýšení odbornosti pedagogů v této oblasti. Některé školy by uvítaly metodické materiály (3 školy) a více financí (3 školy), které by umožnily rozšíření aktivit zaměřených na podnikavost.

V rámci kategorie "jiné" jedna škola uvedla, že by pomohly dobré příklady z praxe a krátká videa s rozhovory spokojených podnikatelů, které by studentům přiblížily reálné zkušenosti. Další škola uvedla, že podnikavost není pro jejich studenty prioritou, protože většina míří na vysoké školy, což naznačuje, že podpora podnikavosti se liší podle vzdělávacího zaměření škol.

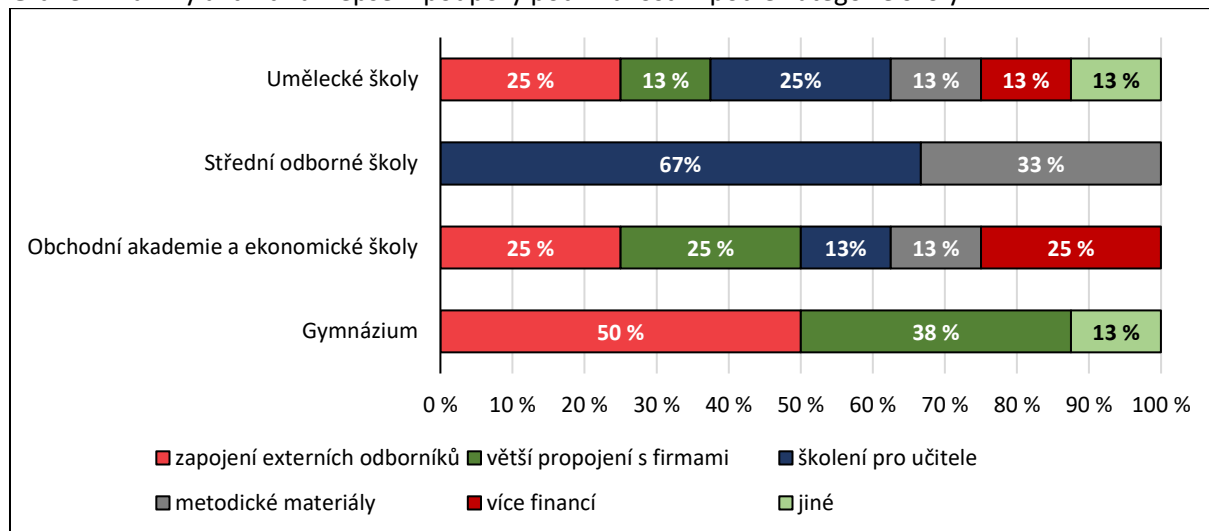
Graf 31: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti



Gymnázia nejčastěji požadují zapojení externích odborníků (50 %) a větší propojení s firmami (38 %), což naznačuje snahu přiblížit studentům praktické zkušenosti. Obchodní akademie mají vyváženější přístup, přičemž kladou důraz na externí odborníky (25 %), financování (25 %) a propojení s firmami (25 %). Střední odborné školy se nejvíce soustředí na školení učitelů (67 %) a metodické materiály (33 %), přičemž zapojení odborníků ani spolupráci s firmami neuvádějí. Umělecké školy vidí řešení v externích odbornících (25 %), školení učitelů (25 %) a různých menších opatřeních včetně financování (13 %).

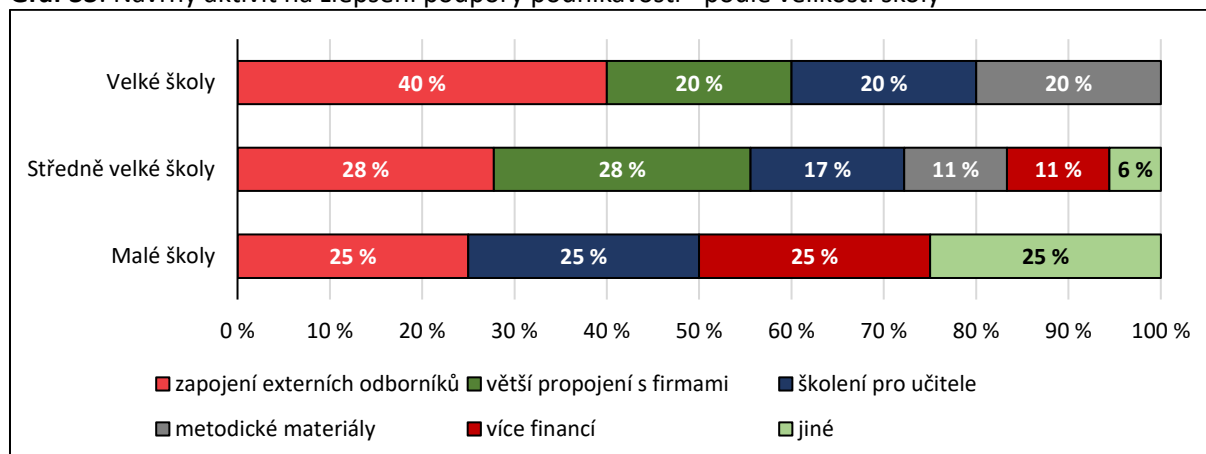
Výsledky ukazují, že gymnázia a obchodní akademie chtějí více propojit výuku s praxí, zatímco střední odborné školy potřebují hlavně podporu učitelů a metodické materiály. Umělecké školy kombinují různé přístupy, ale nepovažují žádný za dominantní.

Graf 32: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti – podle kategorie školy



Velké školy preferují zapojení externích odborníků (40 %) a propojení s firmami (20 %), přičemž školení učitelů a metodické materiály jsou pro ně méně důležité. Středně velké školy mají vyváženější potřeby, přičemž nejčastěji požadují spolupráci s odborníky (28 %) a firmami (28 %), ale také školení učitelů (17 %). Malé školy mají rozmanitější požadavky – kromě externích odborníků (25 %) a školení učitelů (25 %) zmiňují také více financí (25 %) a individuální potřeby (25 %).

Graf 33: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti - podle velikosti školy

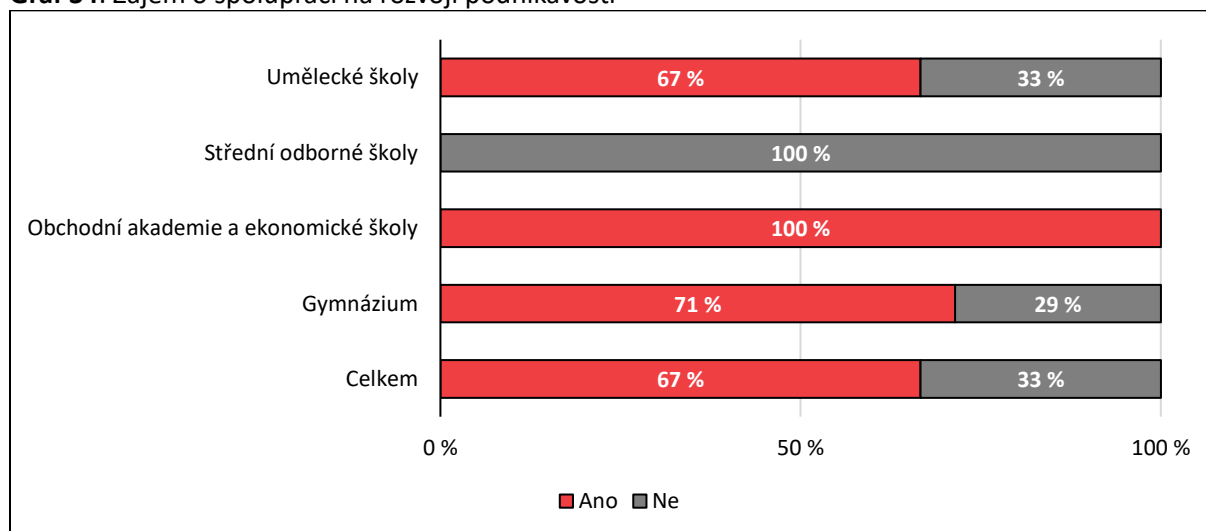


Na otázku, zda má škola zájem o spolupráci s regionálními organizacemi nebo univerzitou na rozvoji podnikavosti, odpovědělo kladně 67 % škol, přičemž zájem byl největší u obchodních akademií a ekonomických škol (100 %) a gymnázií (71 %). Naopak střední odborné školy neprojevyly zájem o spolupráci. Umělecké školy byly srovnatelné s celkovým průměrem.

Respondenti, kteří spolupráci vítají, popsali konkrétní příklady ideálního zapojení. Mezi návrhy patří například prodejní automat na zdravé svačiny, který založili a provozují studenti školy, nebo projekty, které vedly k vytvoření a rozvoji firem zaměřených na zdravou výživu. Další zmíněný příklad zahrnuje realizaci podnikatelského záměru vypracovaného v rámci výuky.

Umělecké školy uváděly, že většina absolventů z výtvarné větve se díky podpoře během studia stává podnikateli nebo umělci (OSVČ). Studenti zde pracují na řemeslném vybavení a specializují se na obory jako rytí a reliéfní sklo, design technickodekorativního skla a skleněných figurek nebo malba a dekor.

Graf 34: Zájem o spolupráci na rozvoji podnikavosti

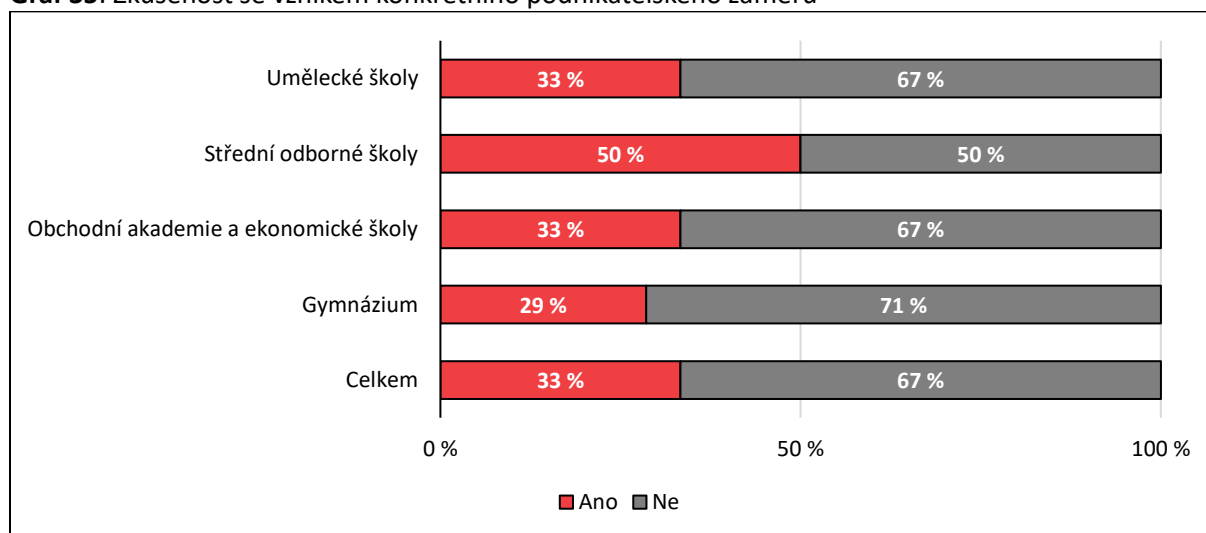


Na otázku, zda se na škole setkali s konkrétním příkladem studenta, který díky školní podpoře rozvinul podnikatelský záměr, odpovědělo kladně 33 % respondentů. Největší podíl kladných odpovědí byl u středních odborných škol (50 %), zatímco gymnázia (29 %) a umělecké školy (33 %) hlásí nižší zastoupení takových případů.

Kladné odpovědi byly doplněny konkrétními příklady. Umělecké školy uvedly, že většina absolventů z výtvarné větve díky podpoře během studia pracovala na řemeslném vybavení, například v oblastech rytí a reliéfního skla, designu technickodekorativního skla nebo malby, a stali se podnikateli či umělci (OSVČ). Obchodní akademie zmínily založení prodejního automatu na svačtinové saláty a soukromé mateřské školy. Další příklady zahrnují projekt, který vedl k založení firmy v oblasti potravinářství a zdravé výživy, a realizaci podnikatelského záměru vypracovaného v rámci výuky.

Tyto příklady ukazují, že podnikavost studentů je podporována zejména prostřednictvím praktických projektů a zaměřením na reálné výstupy, což studentům poskytuje pevné základy pro podnikání v různých oborech.

Graf 35: Zkušenost se vznikem konkrétního podnikatelského záměru



Školy vyjadřují potřebu různorodých zdrojů a nástrojů pro lepší podporu podnikavosti studentů, přičemž požadavky se liší podle zaměření jednotlivých škol. Mnohé školy by uvítaly větší spolupráci s vysokými školami nebo workshopy a praxe za rozumnou cenu, aby mohly studentům nabídnout více příležitostí pro praktické zapojení. Některé školy zmiňují potřebu peněžních prostředků na ohodnocení odborníků z praxe, financování účasti na soutěžích, veletržích a aktivitách studentských firem, případně motivační příklady z dobré praxe a možnost finanční podpory žákům, například formou nevratných půjček na vybavení pro podnikání.

Na gymnáziích je zájem o podnikání mezi studenty spíše nízký, protože většina z nich plánuje pokračovat ve studiu na vysoké škole. Umělecké školy zase vnímají omezený prostor a zájem o podnikavost vzhledem ke specifickým svému zaměření, i když by ocenily větší nabídku praxí a workshopů.

V některých případech školy upozorňují na nutnost získání financí, ochotných lidí a konkrétních témat, která by motivovala studenty k zapojení do podnikavých aktivit. Školy také poukazují na omezené možnosti spojené s financováním účasti na projektech, jako je například JA Junior Achievement, kde některé z nich již dosahují úspěchů.

Respondenti v rámci doplňujících odpovědí sdíleli různé názory a návrhy na zlepšení podpory podnikavosti. Uměleckořemeslné školy navrhuji znovuzaložení cechů, které by garantovaly kvalitu a etiku svých členů, a zároveň zdůrazňují potřebu motivace a finančního ohodnocení práce mladých umělců, aby jejich činnost byla životaschopná v současném ekonomickém prostředí.

Některé školy zdůrazňují, že podnikavost sice podporují, ale vzhledem k zaměření školy mají jiné priority. To se týká zejména technických škol, kde studenti často pokračují na vysoké školy nebo do technických profesí, a gymnázií, která nejsou primárně zaměřena na rozvoj podnikavosti.

Zazněla také potřeba většího zapojení podnikatelů do školních projektů, což by mohlo zvýšit propojení teorie s praxí a inspirovat studenty k vlastním podnikatelským aktivitám.

Celkově postřehy odrážejí rozdílné potřeby a zaměření jednotlivých škol, přičemž některé vidí v podpoře podnikavosti velký potenciál, zatímco jiné ji považují za méně prioritní vzhledem ke specifickým svého oboru.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

11. Příklad dobré praxe: Certifikace Podnikavá škola

Certifikace Podnikavá škola, vytvořená metodicky pod vedením organizace Lipka a s podporou Jihomoravského kraje, je inovativní nástroj, jehož cílem je integrovat podnikavost do každodenního života škol. Tento program byl poprvé pilotně spuštěn v roce 2024, přičemž již 15 škol získalo certifikaci a stalo se inspirativními centry podnikavosti. Principy certifikace a její metodika nabízí školám systematický přístup k rozvoji podnikavosti na všech úrovních, od výuky až po zapojení do místní komunity.

Principy certifikace Podnikavá škola: Certifikace Podnikavá škola stojí na několika klíčových pilířích, které zajišťují komplexní rozvoj podnikavosti ve školním prostředí:

Podnikavost jako součást výuky: Certifikace podporuje zapojení podnikavosti do výukových aktivit napříč předměty. Školy si kladou za cíl rozvíjet u studentů praktické dovednosti, jako je kritické myšlení, týmová práce, řešení problémů a schopnost převzít odpovědnost. Tyto dovednosti jsou integrovány do běžné výuky pomocí projektového vyučování, simulací podnikání a dalších aktivních metod.

Podpora pedagogického sboru: Program zahrnuje podporu učitelů prostřednictvím školení, workshopů a sdílení dobré praxe. Pedagogové se učí, jak efektivně zapojovat principy podnikavosti do svých hodin, a získávají metodické nástroje, které jim usnadňují práci. Důraz je kladen také na motivaci pedagogů a jejich zapojení do rozvoje podnikavosti na školní i komunitní úrovni.

Role vedení školy: Certifikace se zaměřuje i na vedení školy, které hraje klíčovou roli při integraci podnikavosti do školního prostředí. Ředitelé a management jsou podporováni v budování strategie, která propojuje podnikavost s dlouhodobými cíli školy.

Propojení s komunitou: Jedním z hlavních principů je propojení škol s místními firmami, podnikateli a organizacemi. Školy tak vytvářejí příležitosti pro reálné zapojení studentů do praxe, například prostřednictvím odborných stáží, projektů nebo spolupráce na lokálních iniciativách. To podporuje nejen studenty, ale i komunitu, která získává nové impulzy pro rozvoj.

Podpora udržitelnosti podnikání: Certifikace klade důraz na dlouhodobé udržitelné projekty. Jedním z příkladů je poskytování mini-kapitálu studentům na realizaci jejich podnikatelských záměrů s důrazem na společenskou a ekonomickou udržitelnost.

Díky certifikaci Podnikavá škola se zvýšilo povědomí o podnikavosti mezi českou populací o 15 % meziročně, což je důkazem úspěšné osvětové činnosti. Program si klade za cíl tuto certifikaci dále rozšířit do škol po celé České republice, aby se podnikavost stala přirozenou součástí vzdělávacího systému. Přestože povědomí roste, pouze 14 % Čechů vnímá podnikavost jako klíčovou kompetenci pro celoživotní vzdělávání, což ukazuje na potřebu další práce a podpory.

Certifikace Podnikavá škola ukazuje, jak může být podnikavost úspěšně začleněna do každodenního života školy. Školy, které získaly certifikaci, fungují jako příklady dobré praxe, kde je podnikavost chápána nejen jako samostatná aktivita, ale jako nástroj pro rozvoj celé komunity. Tento model může sloužit jako inspirace pro další školy, které chtějí efektivně rozvíjet podnikavost svých studentů.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

12. Souhrn a doporučení

Podnikavost mladých lidí a studentů v Libereckém kraji je tématem, které má klíčový význam pro rozvoj regionu. Cílem analýzy bylo zhodnotit podnikatelské vzdělávání, inkubační mechanismy a podmínky pro vznik a rozvoj podnikatelských aktivit mladých lidí. Na základě shromážděných dat a zjištění lze formulovat několik klíčových poznatků a doporučení.

Technická univerzita v Liberci (TUL) nabízí podnikatelsky orientované vzdělávání, avšak ve srovnání s jinými univerzitami v České republice je jeho rozsah poměrně omezený. Hlavní platformou pro rozvoj podnikatelských dovedností studentů je Student Business Club (SBC), který se zaměřuje na podporu začínajících podnikatelů prostřednictvím startupové soutěže a mentoringových programů. Tyto aktivity nabízejí cennou příležitost pro studenty, kteří si chtějí vyzkoušet podnikání v praxi, získat zpětnou vazbu od odborníků a rozvíjet své projekty.

Navzdory těmto iniciativám je však počet úspěšně rozběhnutých podnikatelských projektů díky SBC relativně nízký. Důvodem jsou především omezené finanční a personální zdroje klubu, které neumožňují širší škálu podpory. Chybí systematická integrace podnikatelských dovedností do širšího vzdělávacího procesu na univerzitě. Dalším problémem je nedostatečná spolupráce mezi SBC a soukromým sektorem, což by mohlo významně přispět k rozšíření možností pro studenty.

Podnikatelské inkubátory hrají důležitou roli v podpoře inovativního podnikání, zejména mezi studenty a akademickými pracovníky. V rámci TUL byla vytvořena společnost The University Company TUL, jejímž hlavním cílem je podpora transferu technologií a zakládání spin-off firem. Tato iniciativa má velký potenciál pro rozvoj technologických inovací v regionu a může fungovat jako klíčový most mezi akademickou sférou a trhem.

Efektivita The University Company TUL je však v současné době omezena několika faktory. Jedním z hlavních problémů je administrativní náročnost procesu zakládání spin-off společností, která odrazuje potenciální podnikatele od vstupu do této struktury. Dále je zde omezený počet inovativních projektů, které by byly vhodné ke komercializaci. Mnoho výzkumných aktivit na univerzitě není primárně zaměřeno na tržní využití, což snižuje počet potenciálních spin-offů.

Další výzvou je zajištění financování a mentoringu pro nově vznikající podniky. Bez dostatečné finanční a odborné podpory mají začínající firmy obtížnou pozici při vstupu na trh. Zlepšení těchto podmínek by mohlo významně zvýšit počet úspěšných komercializací univerzitního výzkumu a přispět k celkovému rozvoji podnikatelského prostředí v regionu.

Podnikatelské prostředí Libereckého kraje vykazuje specifické charakteristiky, které ovlivňují rozvoj podnikání mezi mladými lidmi a studenty. Ve srovnání s jinými kraji se vyznačuje nižší podnikatelskou aktivitou mládeže, což je ovlivněno několika faktory.

V Libereckém kraji podniká méně mladých lidí než v jiných regionech České republiky. Počet fyzických osob podnikajících ve věkové kategorii 18-30 let je v kraji relativně nízký. To může být způsobeno kombinací omezených možností financování, nedostatečné infrastruktury na podporu startupů a relativně malého trhu pro inovativní podnikatelské aktivity.

Statistiky ukazují, že většina podnikatelů v regionu pochází ze starších věkových kategorií, zejména mezi 40-50 lety. Mladší podnikatelé se často potýkají s vyššími překážkami při zakládání podniků, ať už se jedná o legislativní komplikace, přístup k mentorství nebo chybějící obchodní kontakty.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Podnikání v Libereckém kraji se soustředí převážně na tradiční odvětví, jako je zpracovatelský průmysl, strojírenství a textilní výroba. Inovativní a technologické startupy se zde rozvíjejí pomaleji než v jiných regionech s vyšším podílem IT a vývojových firem. Přesto existuje rostoucí trend v oblasti kreativních průmyslů, e-commerce a specializovaných služeb.

Univerzitní prostředí v kraji hraje důležitou roli v rozvoji podnikání, přičemž Technická univerzita v Liberci nabízí programy a podporu zaměřenou na podnikavost studentů. Propojení akademického sektoru s průmyslovými podniky však stále není dostatečně efektivní, což zpomaluje aplikaci inovací do praxe.

Podpora podnikavosti na středních školách v Libereckém kraji se odvíjí od několika zásadních faktorů. Klíčovou roli hraje vzdělávací systém, který sice formálně zahrnuje podnikatelské vzdělávání do rámcových vzdělávacích programů (RVP), avšak jeho implementace se mezi jednotlivými školami výrazně liší. Výuka podnikavosti je často omezená na teoretické základy bez dostatečného propojení s praxí a reálným podnikatelským prostředím. Přestože existují některé iniciativy zaměřené na rozvoj podnikatelských kompetencí, jejich dopad je stále relativně omezený.

Jedním z pozitivních příkladů podpory podnikavosti na středních školách v kraji je projekt Certifikace Podnikavá škola. Tento projekt umožňuje školám systematicky integrovat podnikavost do výuky a vytvářet prostor pro rozvoj praktických dovedností studentů. Nicméně jeho rozšíření je stále poměrně nízké a účastní se ho pouze menší část škol v regionu. Další formou podpory podnikavosti jsou různé soutěže a workshopy, které však nejsou vždy dostupné všem studentům a nenabízejí dlouhodobou systematickou podporu.

Významným problémem je nedostatek kvalifikovaných pedagogů se zkušenostmi v oblasti podnikání. Mnoho učitelů nemá dostatečné znalosti o podnikatelském prostředí, což vede k tomu, že výuka podnikavosti se omezuje na teoretické rámce bez praktických ukázek či simulací reálných podnikatelských situací. Školy často postrádají odborné partnery z praxe, kteří by mohli přispět k vyšší kvalitě výuky formou mentoringu, exkurzí nebo odborných přednášek.

Dalším klíčovým aspektem je spolupráce mezi školami a regionálními podniky. Přestože některé školy již navázaly spolupráci se soukromým sektorem, většina středních škol stále postrádá pevné vazby s místními firmami. Tento nedostatek propojení znamená, že studenti nemají dostatečné příležitosti k odborným praxím, stážím a reálným podnikatelským zkušenostem. Lepší provázanost škol s podnikatelským prostředím by mohla zvýšit motivaci studentů k podnikání a nabídnout jim jasnější představu o tom, jak vypadá reálný podnikatelský život.

K dalším překážkám patří omezený přístup studentů k financím a podpoře pro začínající podnikatele. Většina mladých lidí nemá možnost získat počáteční kapitál pro své podnikatelské projekty, což je často hlavním důvodem, proč se rozhodnou podnikání vůbec nezkusit. Regionální podpůrné programy a granty pro mladé podnikatele jsou v současnosti nedostatečné a jejich administrativní náročnost často odrazuje potenciální zájemce.

Podpora podnikavosti na středních školách Libereckého kraje vykazuje potenciál ke zlepšení. Pro efektivnější rozvoj podnikavosti by bylo vhodné posílit spolupráci mezi školami a podnikatelskými subjekty, rozšířit praktickou složku výuky a zajistit lepší přístup k financím pro začínající podnikatele.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

12.1. Seznam doporučení

- **Podpořit regionální podnikatelské ekosystémy** – Rozšíření spolupráce mezi univerzitou, firmami a regionální samosprávou.
- **Zavedení systematické podpory podnikavosti na středních školách** – Posílení podnikatelských kompetencí formou praktických projektů a mentoringu.
- **Zvýšení veřejných investic do podnikatelského vzdělávání a kultury** - financování školních programů, granty pro začínající podnikatele a podporu inovativních vzdělávacích metod zaměřených na podnikavost.
- **Podpora třetí mise univerzit** - Systematický přenos znalostí a inovací do průmyslové praxe. Tento model, osvědčený ve vyspělých ekonomikách, umožňuje efektivnější komercializaci výzkumu a podporuje růst podnikatelského ekosystému napojeného na akademickou sféru.
- **Prohloubení spolupráce mezi univerzitami, podnikatelskými inkubátory a průmyslem** - Partnerství mezi univerzitami, podnikatelskými inkubátory a firmami vytváří vzájemně prospěšné vztahy, které vedou k rozvoji nových podnikatelských konceptů.
- **Podpora rozvoje podnikatelské univerzity** - Výsledky výzkumů ukazují, že univerzity by měly cíleně směřovat k modelu podnikatelské univerzity, kde je podpora inovací, startupů a podnikavosti strategickou prioritou.
- **Vytvoření strategie pro rozvoj podnikavosti na TUL** - Technická univerzita v Liberci by měla definovat strategii pro podporu podnikání a podnikavosti mezi svými studenty.
- **Využití moderních podnikatelských her a simulací** - Interaktivní podnikatelské hry a simulace mohou studentům pomoci lépe pochopit firemní procesy a strategické řízení podniků. Platformy jako *Company Game* nabízejí možnosti gamifikace podnikatelského vzdělávání, což by mohlo zvýšit atraktivitu výuky podnikavosti.
- **Podpora pedagogického sboru v oblasti podnikavosti** - Učitelé potřebují školení, metodické materiály a sdílení dobré praxe, aby mohli efektivně integrovat podnikavost do svých hodin.
- **Posílení role vedení školy v podpoře podnikavosti** - Ředitelé a školní management by měli být podporováni v budování strategie, která propojí podnikavost s dlouhodobými cíli školy.
- **Propojení škol s místními firmami a podnikatelským prostředím** - Školy by měly navazovat spolupráci s podniky, inkubátory a podnikatelskými organizacemi.
- **Podpora udržitelnosti podnikatelských aktivit studentů** - Zavedení mini-kapitálu pro studenty na realizaci jejich podnikatelských projektů by mohlo podpořit dlouhodobou udržitelnost podnikání.
- **Rozšíření certifikace „Podnikavá škola“ na další vzdělávací instituce** - Certifikace Podnikavá škola se osvědčila jako účinný nástroj podpory podnikavosti. Její rozšiřování do škol po České republice usnadní, aby se podnikavost stala běžnou součástí vzdělávacího systému.
- **Větší zapojení podnikatelů do školních projektů** - Školy by měly více spolupracovat s podnikateli, kteří mohou studentům předávat své zkušenosti a motivovat je k rozvoji vlastních podnikatelských aktivit.
- **Přizpůsobení podnikatelského vzdělávání specifikům škol** - technické školy a gymnázia vnímají podnikavost jinak než obchodní akademie či umělecké školy. Proto je důležité přizpůsobit vzdělávací programy podnikavosti konkrétním zaměřením škol a jejich studentům.
- **Systémová podpora financování podnikavosti ve školách** - Některé školy vnímají omezené finanční prostředky jako hlavní překážku pro rozvoj podnikavosti.



- **Zlepšit přístup mladých podnikatelů k financování** – Rozvoj programů mikropůjček a startup fondů.
- **Rozšířit podnikatelské vzdělávání na TUL** – Zavedení nových podnikatelských kurzů, mentoringu a propojení se soukromým sektorem.
- **Zjednodušení zakládání spin-off firem** - Snížení administrativní náročnosti pro spin-off firmy a zvýšení transparentnosti procesů.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

13. Seznam grafů, tabule a obrázků

Grafy

Graf 1: Počty účastníků SBC podle fakult a umístění v soutěži	7
Graf 2: Počty účastníků SBC, kteří začali podnikat, rozdělené podle fakult.....	7
Graf 3: Podíl žen a mužů mezi účastníky SBC	8
Graf 4: Porovnání počtu spin-off firem s vlastnickým podílem univerzity.....	12
Graf 5: Mezistátní porovnání preference mladých mezi zaměstnáním a OSVČ	13
Graf 6: Nejžádanější typy podpory z pohledu začínajících mladých podnikatelů.....	14
Graf 7: Mezistátní srovnání hlavních zdrojů financování pro začátek podnikání mladých	15
Graf 8: Vývoj počtu osob s vlastnickým podílem v PO podle věkových skupin	21
Graf 9: Vývoj průměrné velikosti vlastnických podílů osob podle věkových skupin.....	22
Graf 10: Průměrný počet zaměstnanců firem podle věkových skupin vlastníků podílů (podle střední hodnoty kategorie počtu zaměstnanců).....	23
Graf 11: Průměrný obrát firem podle věkových skupin vlastníků podílů	24
Graf 12: Věková struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle kategorie počtu zaměstnanců.....	25
Graf 13: Věková struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle kategorie obrátu.....	26
Graf 14: Oborová struktura firem s vlastnickým podílem osob z věkové skupiny do 30 let.....	28
Graf 15: Oborová struktura firem za všechny věkové skupiny.....	28
Graf 16: Počet osob s vlastnickým podílem v PO založené v daném roce.....	29
Graf 17: Průměrný věk osob s vlastnickým podílem v PO	30
Graf 18: Podíl zapojených a oslovených škol	31
Graf 19: Rozdělení zapojených škol podle kategorie a velikosti	32
Graf 20: Umístění zapojených škol podle ORP.....	33
Graf 21: Net Promoter Score - kategorie škol.....	33
Graf 22: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě.....	34
Graf 23: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě - podle kategorie škol	35
Graf 24: Způsoby naplňování kompetencí k podnikavosti a iniciativě - podle velikosti škol	35
Graf 25: Realizované aktivity na podporu podnikavosti	36
Graf 26: Realizované aktivity na podporu podnikavosti - podle kategorie školy.....	37
Graf 27: Realizované aktivity na podporu podnikavosti - podle velikosti školy.....	37
Graf 28: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti	38
Graf 29: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti - podle kategorie školy.....	39
Graf 30: Hlavní překážky v podpoře podnikavosti - podle velikosti školy.....	39
Graf 31: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti.....	40
Graf 32: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti – podle kategorie školy.....	40
Graf 33: Návrhy aktivit na zlepšení podpory podnikavosti - podle velikosti školy.....	41
Graf 34: Zájem o spolupráci na rozvoji podnikavosti.....	41
Graf 35: Zkušenost se vznikem konkrétního podnikatelského záměru	42

Tabulky

Tabulka 1: Souhrnné ukazatele o počtu účastníků v SBC k roku 2024.....	6
Tabulka 2: Počet FOP podle krajů a věkových skupin	18



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

Tabulka 3: Podíl FOP podle krajů a věkových skupin z celkového počtu FOP v daném kraji	19
Tabulka 4: Podíl FOP v Libereckém kraji podle věkových skupin k celkovému FOP v ČR.....	20
Tabulka 5: Struktura osob s vlastnickým podílem v PO podle věkových skupin.....	21

Obrázky

Obrázek 1: Word Cloud struktury oborů zapojených škol	31
---	----

14. Citovaná literatura

1. Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. Nadim Ahmad, Richard G. Seymour. 2008/01, The University of Sydney : OECD Publishing, 2008, OECD Statistics Working Papers. ISSN: 18152031. <https://doi.org/10.1787/243164686763>.
2. Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. Niels Bosma, Veronique Schutjens. 3, místo neznámé : The Annals of Regional Science, 2011, Sv. 47, stránky 711-742. DOI:10.1007/s00168-010-0375-7.
3. Developing an Entrepreneurship Model to Increase Students' Entrepreneurial Skills: an Action Research Project in a Higher Education Institution in Indonesia. Jhon U. Blesia, Mesak Iek, Westim Ratang, Halomoan Hutajulu . místo neznámé : Systemic Practice and Action Research, 2019, Sv. 34. <https://doi.org/10.1007/s11213-019-09506-8>.
4. Sustainable Development: Critical Issues. OECD. Paříž : OECD, 2001. <https://doi.org/10.1787/9789264193185-en>.
5. Entrepreneurship: fresh perspectives. Mary Jesselyn Co, Jurie Grenewald, Bruce mitchell, Tras Nayager, Johan van Zyl, Kobus Visser. Kapské město : Pearson Education South Afrika, 2007. ISBN 9781868914029.
6. The role of business incubators in facilitating the entrepreneurial skills requirements of small and medium size enterprises in the Cape metropolitan area, South Africa. Thobekani Lose. Jihoafrická republika : Cape Peninsula University of Technology, 2016. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1976.0248>.
7. Exploring the resource logic of student entrepreneurs. Diamanto Politis, Joakim Winborg. 6, s.l. : International Small Business Journal, 2012, Vol. 30, pp. 659-683. <https://doi.org/10.1177/0266242610383445>.
8. The evolution of student entrepreneurship: State of the art and emerging research direction. Carmine Passavanti , Cristina Ponsiglione, Simonetta Primario, Pierluigi Rippa. 21, Naples : The International Journal of Management Education, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100820>.
9. Nondisclosure Agreements in the Classroom: A Student Entrepreneur's Refuge or Risk? Jerome A. Katz, Ellen Harshman, Kathy Lund Dean. 2, místo neznámé : Journal of Management Education, 2000, Sv. 24, stránky 234-253. DOI:10.1177/105256290002400207.
10. Launching students into enterprise: experiences with technology as a launching platform. Annemarie Ridder, Peter van der Sijde. místo neznámé : International Journal of Knowledge Management Studies, 2006. 10.1504/IJKMS.2006.008849.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

11. Drivers of Student Entrepreneurship in Visegrad Four Countries: Guesss Evidence. Marian Holienka, Peter Gál, Zuzana Kovacicova. 2, místo neznámé : Central European Business Review, 2017, Sv. 6. DOI:10.18267/j.cebr.180.
12. University business incubators as a tool for accelerating entrepreneurship: theoretical perspective. Noha Ahmed Hassan. Giza : Review of Economics and Political Science, 2020. DOI:10.1108/REPS-10-2019-0142.
13. Entrepreneurship education, institutions and student entrepreneurship: a cross-country analysis. Abu H Ayob. 5, 2019, Compare: A Journal of Comparative and International Education, Sv. 51, stránky 745-763. <https://doi.org/10.1080/03057925.2019.1673701>.
14. Institutional Context and the Allocation of Entrepreneurial Effort. Harry Bowen, Dirk De Clercq. 4, místo neznámé : Journal of International Business Studies, 2008, Sv. 39. DOI:10.1057/palgrave.jibs.8400343.
15. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. Galina Shirokova, Oleksiy Osiyevskyy, Karina Bogatyreva. 4, místo neznámé : European Management Journal, 2015, Sv. 34. DOI:10.1016/j.emj.2015.12.007.
16. Entrepreneurship at glance. OECD. Paříž : OECD Publishing, 2015.
17. Exploring Graduate Entrepreneurship: A Collaborative, Co-Learning Based Approach for Students, Entrepreneurs and Educators. Paul D. Hannon, Lorna A. Collins, Alison J. Smith. 1, místo neznámé : Industry and Higher Education, 2005, Sv. 19. <https://doi.org/10.5367/0000000053123600>.
18. The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation and Entrepreneurship. Henry Etzkowitz, Chunyan Zhou. místo neznámé : Routledge, 2017. ISBN: 9781315620183. <https://doi.org/10.4324/9781315620183>.
19. Revisiting the Third Mission of Universities: Toward a Renewed Categorization of University Activities? Philippe Laredo . místo neznámé : High Educ Policy, 2007, Sv. 20. <https://doi.org/10.1057/palgrave.hep.8300169>.
20. The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. Eva Stal, Tales Andreassi, Asa Fujino. místo neznámé : RAI <http://www.revistas.usp.br/rai> Revista de Administração e Inovação, 2016, Sv. 13. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.01.004>.
21. Student Entrepreneurship in Universities: The State-of-the-Art. Federico Schimperna, Fabio Nappo, Bruno Marsigalia. 7, místo neznámé : Administrative Sciences, 2022, Sv. 12. <https://doi.org/10.3390/admsci12010005>.
22. Development of University's Business Incubators in Panama. Nicole Marie Haengel Robles. 2017.
23. The Role of Business Incubators in Creating an Entrepreneurial Ecosystem: A Study of the Sultanate of Oman. Shouvik Sanyal, Mohammed Wamique Hisam. 3, místo neznámé : Indian Journal of Commerce & Management Studies, 2018, Sv. 9. DOI:10.18843/ijcms/v9i3/02.
24. Business Incubation: innovative services in a entrepreneurship ecosystem. Cuadrado-Roura, Juan & Blanco, M. Teresa. místo neznámé : Service Industries Journal, 2015. DOI: 10.1080/02642069.2015.1080243. .



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

25. Academic Spin-Off: Creating wealth from knowledge and research. Maria Helena Araujo, Rochel M. Lago, Luiz Claudio VIEIRA DE Oliveira, Paulo R. M. Cabral. místo neznámé : Química Nova, 2005, Sv. 28. DOI:10.1590/S0100-40422005000700006.
26. Spinouts from academic institutions: a literature review with suggestions for further research. Djordje Djokovic, Vangelis Souitaris. místo neznámé : The Journal of Technology Transfer, 2006, Sv. 33. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9000-4>.
27. 30 years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. Rosa Grimaldi, Martin Kenney, Donald S. Siegel, Mike Wright. 8, místo neznámé : Research Policy, 2011, Sv. 40. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.04.005>.
28. Macro-level determinants of formal entrepreneurship versus informal entrepreneurship. Mai Thi Thanh Thai, Ekaterina Turkina. 4, místo neznámé : Journal of Business Venturing, 2014, Sv. 29. DOI:10.1016/j.jbusvent.2013.07.005.
29. The impact of culture on national prevalence rates of social and commercial entrepreneurship. Diana M. Hechavarria. 4, místo neznámé : International Entrepreneurship and Management Journal, 2016, Sv. 12. DOI:10.1007/s11365-015-0376-1.
30. What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. Heiko Bergmann, Christian Hundt, Rolf Sternberg. 1, místo neznámé : Small Business Economics, 2016, Sv. 47. DOI:10.1007/s11187-016-9700-6.
31. Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship. Per Davidsson. 1, místo neznámé : Entrepreneurship and Regional Development, 1995, Sv. 7. DOI:10.1080/08985629500000003.
32. The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment. OECD. Paříž : OECD Publishing, 2023. ISBN 978-92-64-36706-7. <https://doi.org/10.1787/230efc78-en>.
33. GUESS National reports 2021 – Student Entrepreneurship in the Czech Republic. Klára Antlova, Petra Rydvalova, Marián Lamr. Liberec : Technical university of Liberec, 2021.
34. The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-analytic Review. T. J. Bae, S. Qian, C. Miao, J. O. Fiet. 2, 2014, Sv. 38, stránky 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.2014.38.issue-2>.
35. Entrepreneurial Knowledge and Digital Competence: Keys for a Success of Student Entrepreneurship. Alina-Andreea Marin, Andreea Chitimiea. 2, místo neznámé : Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad – Economics Series, 2020, Sv. 30. DOI:10.2478/sues-2020-0012.
36. The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. Tae Jun Bae, Shanshan Qian, Chao Miao, James O. Fiet. 2, místo neznámé : Entrepreneurship Theory and Practice, 2014, Sv. 38. DOI:10.1111/etap.12095.
37. The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework. Diamanto Politis. 4, místo neznámé : Entrepreneurship Theory and Practice, 2005, Sv. 29. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.0009>.
38. How the university ecosystem shapes the innovation capacities of undergraduate students – evidence from Germany. Carolin Bock, Daniel Dilmetz, Benjamin S. Selznick, Lini Zhang, Matthew J. Mayhew. 3, místo neznámé : Industry and Innovation, 2020, Sv. 28. <https://doi.org/10.1080/13662716.2020.1784710>.



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz

39. How entrepreneurial characteristics influence company creation: A cross-national study of 22 countries tested with panel data methodology. Agustín Alvarez, Maria Pilar Martinez-Ruiz, Pilar Valencia-De-Lara. 3, místo neznámé : Journal of Business Economics and Management , 2011, Sv. 12. DOI:10.3846/16111699.2011.599409.
40. The impact of practical entrepreneurship project on future entrepreneurial intentions. Tshilidzi Eric Nenzhelele, Nthabiseng Violet Mashaba, Kopano Kalvyn More. 4, místo neznámé : Problems and Perspectives in Management, 2016, Sv. 14. DOI:10.21511/ppm.14(4).2016.08.
41. The Role of Higher Education in Development of Entrepreneurial Competencies: Some Insights from Castilla-La Mancha University in Spain. Ángela González Moreno, Llanos López Muñoz, Rosario Pérez Morote. 1, místo neznámé : Administration Sciences Journal, 2019, Sv. 9. <https://doi.org/10.3390/admsci9010016>.
42. Knowledge Acquisition in University–Industry Alliances: An Empirical Investigation from a Learning Theory Perspective. Art Sherwood, Jeffrey G. Covin. 2, místo neznámé : Journal of Product Innovation Management , 2008, Sv. 25. DOI:10.1111/j.1540-5885.2008.00292.x.
43. An emerging ecosystem for student start-ups. Mike Wright, Donald S. Siegel, Philippe Mustar. místo neznámé : The Journal of Technology Transfer, 2017, Sv. 42. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9558-z>.
44. Academic spinoffs: the role of entrepreneurship education. Giuliano Sansone, Daniele Battaglia, Paolo Landoni, Emilio Paolucci . místo neznámé : International Entrepreneurship and Management Journal, 2019, Sv. 17. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00601-9>.
45. Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. Henry Etzkowitz. 1, místo neznámé : Research Policy, 2003, Sv. 32. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00009-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00009-4).



Spolufinancováno
Evropskou unií



ARR – Agentura regionálního
rozvoje, spol. s r.o.

U Jezu 525/4
461 01 Liberec IV – Perštýn
www.arr-nisa.cz