

## PODNIKATELSKÉ SOUTĚŽE A JEJICH VÝZNAM BUSINESS COMPETITIONS AND THEIR IMPORTANCE

Veronika Zemanová<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ing. Veronika Zemanová, Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, veliskov@kpm.zcu.cz, ORCID 0000-0002-7149-7590

### Abstract:

This contribution deals with the topic of business competitions and their importance for many subjects belonging to the business environment. The contribution was created on the basis of a systematic analysis of available foreign sources, focusing on the topic of business competitions. Based on this analysis, a theoretical framework was created with all concepts related to this subject matter. The theoretical framework is followed by a deeper analysis of selected articles from the Web of Science and Scopus databases. The aim of the contribution is a) to theoretically define entrepreneurial competitions together with other terms that are directly related to the topic, b) to analyze available articles and c) to draw relevant conclusions based on a selected sample of available literature, which will bring new knowledge to the theory. The focus of the article was chosen due to the growing number of business competitions not only in the Czech Republic, but worldwide. The added value of the article consists of a) defining the theoretical basis of the topic of business competitions b) identifying the meaning of business competitions. The biggest limitation of this contribution is the limited amount of available data on entrepreneurship competitions, which is also confirmed by a foreign source.

**Keywords:** competitions, business plan, business plan competitions, business environment, startup

**JEL Classification:** M20, M21

---

### ÚVOD

Rozvíjející se globalizace, vývoj podnikatelského prostředí, rozvoj informačních technologií a mnohé ekonomické výzvy a požadavky, toto všechno jsou skutečnosti, kterým dnešní podnikatelské celky čelí.

Malé a střední podniky (MSP) přebírají hlavní vliv na ekonomický rozvoj, zaměstnanost a tvorbu nových inovací. Celosvětově každoročně vzniká mnoho nových podnikatelských subjektů v rozvojových zemích. Tyto podniky se však obecně potýkají s problémy při získávání přístupu k financím, protože investoři neupřednostňují investování do malých a středních podniků kvůli jejich rizikové povaze obchodní činnosti. To představuje jeden z problémů, proč více než čtvrtina nově vznikajících podniků ukončí svou podnikatelskou činnost do jednoho roku (Massa a Testa, 2008, McKenzie a Paffhausen, 2018).

Oblast podpory podnikání je stále více v podnikatelském prostředí důležitá a využívána, protože vzhledem k rostoucí konkurenci, a tedy i snaze podniků získat svou konkurenční výhodu, je mnohem více než dříve podstatné dosahovat vytyčených cílů a přicházet s inovacemi.

Podnikatelské soutěže jsou celosvětově vnímány jako důležitý nástroj, který může začínajícím podnikatelům pomoci překonat mnohé překážky a to v podobě nedostatku peněz či nedostatku kontaktů. Soutěže dokáží rozvinout mnohé klíčové vlastnosti, dovednosti či schopnosti jedinců či skupin, zlepšit jejich veřejné projevy či dodat jim sebevědomí. Všechny tyto skutečnosti mají pozitivní vliv na jejich budoucí podnikatelské aktivity, což lze potvrdit mnoha zahraničními studiemi.

Příspěvek je organizován následovně. První část článku stručně shrnuje teoretickou základnu příspěvku. Další část je věnována samotné rešeršní analýze, na jejímž závěru jsou shrnuty nalezené poznatky v tématu podnikatelských soutěží.

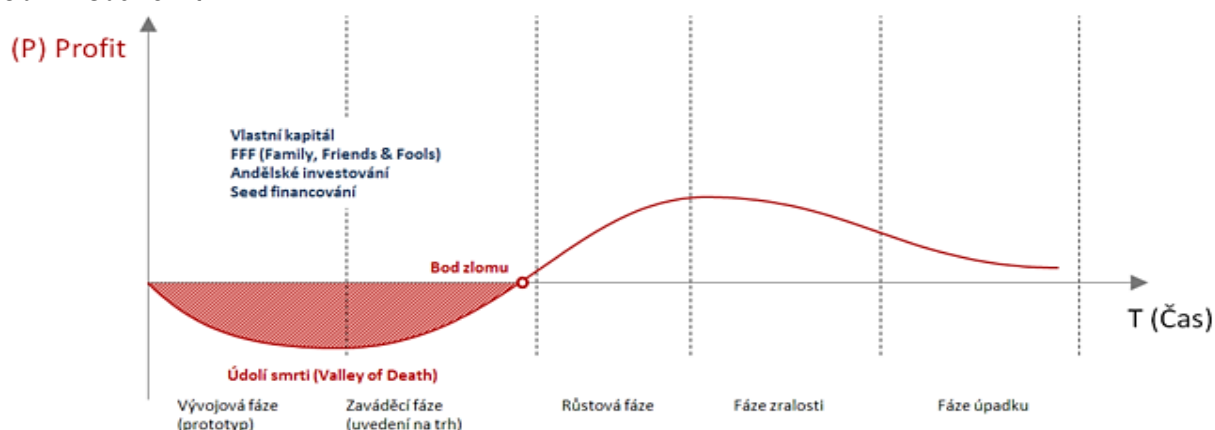
## 1. TEORETICKÝ ÚVOD DO PODNIKATELSKÝCH SOUTĚŽÍ

Celosvětově vznikly podnikatelské soutěže s cílem poskytnout a vytvářet podmínky pro vytváření nových podniků, zachycení nápadů a talentů. Mnoho podnikatelských soutěží neposkytuje pouze finanční podporu, ale i nefinanční v podobě poradenství či rozvoje (Russel et al., 2008; Grimaldi & Gradi, 2005; Wonglimpiyarat, 2016).

Podnikatelské soutěže lze vnímat jako nástroj podpory rozvoje podnikatelského ducha i znalostí o podnikatelském prostředí. Vzhledem k náročnosti zahájení podnikání a obtížnosti získávání nejen počátečního financování, podnikatelské soutěže mohou představovat příležitost k lepšímu získávání nových finančních zdrojů či místo, kde se zakladatelé mají možnost propojit blíže s podnikatelským prostředím a navázat velmi důležité kontakty (Gompers & Lerner, 2004).

Níže na Obr. 1 je zobrazeno údolí smrti, které lze přiblížit jako fázi, ve které začínající podniky bojují s problémem získávání potřebného kapitálu pro začátek svého podnikání. Údolí smrti představuje období, kdy společnost negeneruje příjmy, což limituje podnik při získání potřebných financí, které potřebuje k rozvoji podnikání v prvotní vývojové fázi. V mnoha případech ovšem právě tyto soutěže dokáží pomoci začínajícím podnikům překonat tuto fázi a stát se prosperujícím podnikatelským celkem (Barr et al., 2009; Wonglimpiyarat, 2016).

Obr. 1: Údolí smrti



Zdroj: *managementmania.com*, 2022

První zmínka o podnikatelských soutěžích byla zaznamenána v USA, konkrétně v Texasu, a to již v roce 1984 (Kraus & Schwarz, 2007; Ross & Byrd, 2011). Od tohoto roku dochází postupně k nárůstu podnikatelských soutěží po celém světě a taktéž v množství institucí, které jsou do těchto aktivit zapojeny. Dle Grimaldiho (2011) došlo ke vzniku regionálních, národních ale také i mezinárodních soutěží jako například Rice Business Plan Competition, European Business Plan of the Year Competition nebo Reaserch Councils UK Business Plan Competition.

Po celém světě byly soutěže založeny s cílem tvorby nových firem, rozvoje talentů a podnikatelského prostředí a v neposlední řadě k odhalení nových podnikatelských nápadů (Thomas et al., 2014).

Soutěže nejsou pouze pro jednotlivce, ale i týmy, které mají svou podnikatelskou vizi. Tyto vize či nápady jsou zpravidla posuzovány skupinou odborníků, na základě proveditelnosti a udržitelnosti, přičemž nejhodnotnější nápady jsou odměněny formou ocenění. Soutěže lze vnímat za vrcholový pojem, který zahrnuje nejen soutěže obchodních modelů, ale také i pitchingové soutěže, soutěže o crowdfunding, soutěže

o akcelerátory a ceny pro začínající podniky, stejně jako všudypřítomné soutěže podnikatelských plánů (Cant, 2016).

Dle Canta (2016); Thomase a kol. (2014) a Watsona a kol. (2015) jsou různé druhy podnikatelských soutěží, z čehož plynou i různé klíčové funkce soutěží. Celkem byly z těchto zdrojů identifikovány funkce jako:

- poskytování nových učících metod,
- motivace lidí k tvorbě podnikání,
- budování podnikatelských dovedností,
- získávání počátečního, rizikového, zdroje financování,
- navazování cenných kontaktů,
- rozvíjení podnikatelských modelů.

## 2. METODOLOGIE

Příspěvek byl vytvářen pomocí systematické analýzy vědeckých článků dostupných v databázi Scopus a Web of Science za období roků 2011 až 2022.

Příspěvek byl tvořen ve čtyřech fázích. V první fázi došlo k vybrání tématu a definování teoretické základny příspěvku. Cílem tématu je a) teoreticky vymezit podnikatelské soutěže spolu s dalšími pojmy, které s tématem přímo souvisejí, b) analyzovat dostupné články a c) vyvodit relevantní závěry na základě vybraného vzorku dostupné literatury, které přinesou nové poznatky do teorie.

Téma tohoto příspěvku bylo zvoleno z několika důvodů:

- Rostoucí význam v národním i mezinárodním kontextu.
- Přímá vazba na studijní zaměření autorky.
- Vliv tématu na rozvoj podnikatelského prostředí.

Účelem fáze 2 bylo definovat klíčové parametry pro hlubší systematickou analýzu dostupných odborných článků, dále také vybrání databází, ze kterých se tyto články budou čerpat. Všechny tyto stanovená kritéria jsou vypsána v Tab. 1 níže. Další fáze byly zaměřeny na hlubší analýzu vědeckých článků a výběr relevantního vzorku, ze kterého lze vyvodit závěry a odborné zaměření aplikovatelné pro další výzkumné činnosti.

Články byly vybírány z databázových zdrojů za použití vyhledávacích podmínek. Články byly vyhledávány se zaměřením na podnikatelské soutěže. Vše bylo vyhledáváno se zadáním klíčových slov v anglickém jazyce s cílem získat větší základnu článků. Stanovená klíčová slova byla vyhledávána v oblasti: klíčových slov článků, názvu článků a v neposlední řadě v abstraktu.

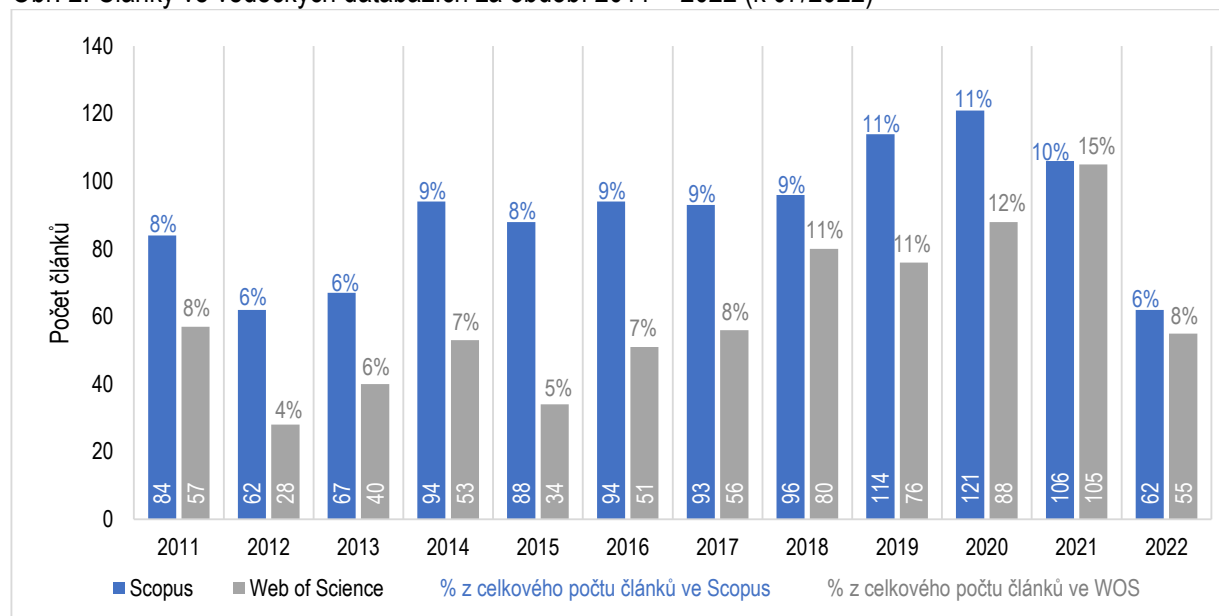
Tab. 1: Kritéria výběru článků

OBLAST	KRITÉRIUM
Klíčová slova	Business Plan Competition, Business Plan Contest, Startup Competition, Startup Contest, Development
Časové období	2011 - 2022
Typ zdroje	článek
Jazyk	anglický
Vyhledávací zdroje	Scopus, Web of Science
Vymezená oblast	Business, Management and Accounting Economics, Econometrics, and Finance

*Zdroj: vlastní zpracování, 2022*

Celkem bylo z obou vyhledávacích zdrojů nalezeno 1 804 článků za zvolené období 11 let, které odpovídaly stanoveným kritériím. Níže je potvrzení, že toto téma je stále více aktuální. Tato skutečnost je podpořena faktem, že postupem let dochází k neustálému růstu počtu článků zaměřujících se na tuto problematiku.

Obr. 2: Články ve vědeckých databázích za období 2011 – 2022 (k 07/2022)



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Při pohledu na geografickou skladbu článků lze zaznamenat, že je na prvním místě Velká Británie, což je země, která za zkoumané období publikovala největší množství článků s touto tematikou. Na dalších místech se umístila Severní Afrika, Německo a Austrálie.

Články vyhovující stanoveným kritériím byly pomocí abstraktu zhodnoceny a byly vybrány pouze ty, které lze s ohledem na téma příspěvku vnímat jako relevantní. Ve fázi 3, ve které byly jednotlivé články analyzovány, došlo k vyřazení osmi článků na základě hlubší analýzy z hlediska reálné vazby zaměření článků na zvolené téma. Cílem této fáze bylo selektovat články, které sice splňují stanovená kritéria, ale v samotné stati článku se na toto téma zaměřují pouze okrajově a zkoumají spíše jinou problematiku.

### 3. ÚČEL

Cílem příspěvku je a) teoreticky vymezit podnikatelské soutěže spolu s dalšími pojmy, které s tématem přímo souvisejí, b) analyzovat dostupné články a c) vyvodit relevantní závěry na základě vybraného vzorku dostupné literatury, které přinesou nové poznatky do teorie.

Dílními cíli této práce jsou:

- provést teoretickou rešerši odborné literatury a článků dostupných v databázi Web of Science a Scopus,
- analyzovat vybraný vzorek odborných článků,
- zjistit nejvíce zastoupená výzkumná témata,
- vymezit závěry z dostupné odborné literatury.

### 4. VÝSLEDKY

Články byly voleny nejen s ohledem na vazbu k tématu tohoto příspěvku, ale také s ohledem na pokrytí celého zkoumaného období. Konečný počet článků, kterým byla v rámci příspěvku věnována hlubší analýza, dosahoval počtu 23, což je celkem 2 % z nalezeného počtu článků.

Z výstupů lze říci, že použité typy výzkumu ve zvoleném vzorku jsou vyrovnané a primárně je při řešení problematiky upřednostňován kvalitativní typ výzkumu. Výzkum smíšený se vyskytoval minimálně.

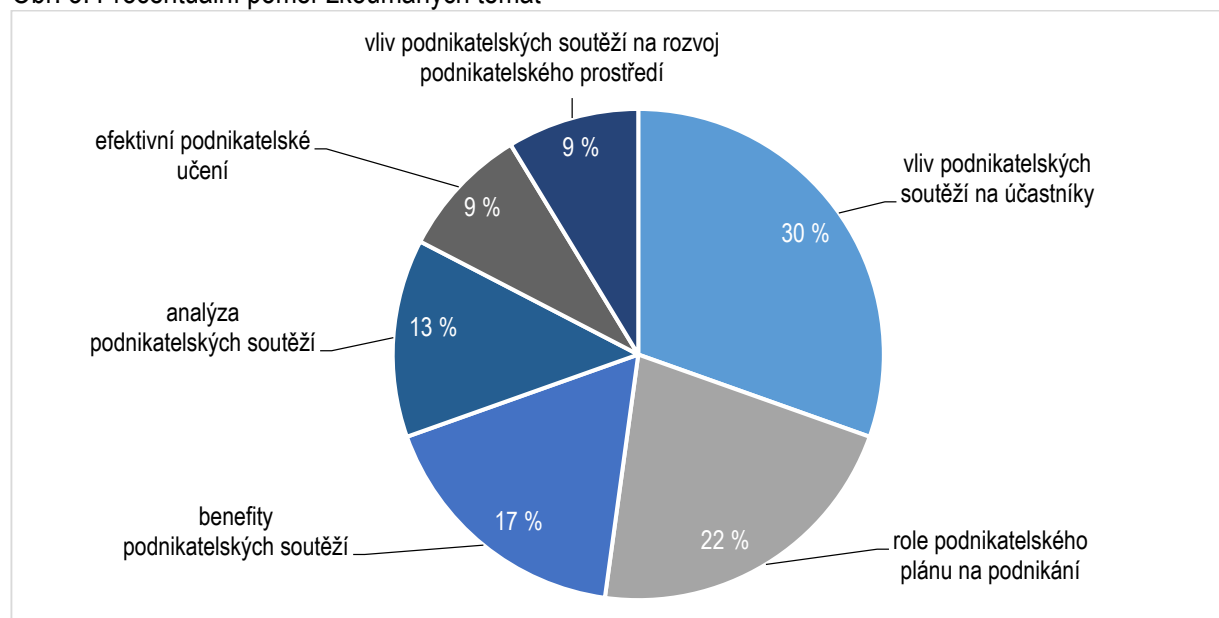
Mezi metodami sběru dat, které se ve vybraném vzorku studií nejvíce objevovaly, se s 26% zastoupením objevovalo dotazníkové šetření a rozhovory. Další v pořadí byly databáze, poskytující ucelená data z jednoho rozsáhlého národního zdroje, ze kterého byly pomocí filtrů vyselektovány potřebné informace.

Tab. 2 níže zobrazuje celkový výčet zvolených článků i včetně informací o zemi zkoumání, roku publikace, zdroji v jakém byly nalezeny a v neposlední řadě i o zkoumaném tématu.

Mezi hlavními zkoumanými tématy byla (seřazeno podle procenta zastoupení), viz. Obr. 3:

- vliv podnikatelských soutěží na účastníky,
- role podnikatelského plánu na podnikání,
- benefity podnikatelských soutěží,
- analýza podnikatelských soutěží,
- efektivní podnikatelské učení,
- vliv podnikatelských soutěží na rozvoj podnikatelského prostředí.

Obr. 3: Procentuální poměr zkoumaných témat



Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Nalezené odborné publikace velmi rozmanité. Pokud by došlo ke shrnutí výstupů, které byly ve vybraném vzorku nejčastěji objevované, hovořilo by se především o

- vlivu podnikatelských soutěží na účastníky, ať už z hlediska veřejného vystupování; rozvoje jejich kompetencí, znalostí, manažerských a technických dovedností; schopností v oblasti podnikání či v dopadu na jejich sebevědomí,
- jejich úspěšnosti, z hlediska nově zahájeného podnikání po účasti v soutěži,
- pozitivním vlivu na zájem účastníků o podnikatelské prostředí,
- poskytnutí nových příležitostí a kontaktů,
- významu podnikatelského plánu.

Tab. 2: Seznam zkoumaných článků

ID	AUTOR / AUTOŘI	ZEMĚ ZKOUMÁNÍ	TÉMA	ZJIŠTĚNÍ	TYP VÝZKUMU	METODA SBĚRU DAT
1	Ghani, M. G. A., & Mohammad, N. (2021)	Malajsie	efektivní podnikatelské učení	<ul style="list-style-type: none"> <li>Významný vztah mezi vlastnostmi studenta, lektora a efektivitou učení.</li> <li>Hodnocení porotců nesouvisí s přežitím podniku, prodejem nebo ziskem o 3 roky později.</li> <li>Klíčové charakteristiky podnikatelů jsou pohlaví, věk, schopnosti s vazbou na zvolený sektor.</li> <li>Moderní metody učení neposkytují zlepšení v této oblasti.</li> </ul>	kvantitativní	dotazník
2	McKenzie, D., & Sansone, D. (2019)	USA, Velká Británie	analýza podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>10,7 % účastníků zahájilo podnikání po účasti v soutěži.</li> <li>Soutěž neposkytovala dostatek příležitostí k získání nových kontaktů, jaké účastníci očekávali.</li> <li>Obecně bylo potvrzeno, že podnikatelské soutěže mají pozitivní vliv na zájem o podnikatelské prostředí.</li> </ul>	kvantitativní	databáze
3	Cant, M. C. (2016)	Severní Afrika	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutěž poskytla cenné příležitosti pro vytváření sítě a kontakty pro spolupráci s ohledem na „koho znají“; a zlepšila „to, co vědí“, tím, že umožnila získání, rozvoj a aplikaci klíčových kompetencí.</li> </ul>	kvalitativní	dotazník
4	Watson, K., McGowan, P., & Smith, P. (2015)	Velká Británie	benefity podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Větší polovina účastníků začala podnikat.</li> <li>Byly zjištěny rozdíly ve vnímané hodnotě a užitečnosti médií.</li> <li>Klíčové u zhodnocení užitečnosti médií byl především věk účastníků.</li> </ul>	kvalitativní	rozhovory
5	Cant, M. C. (2016)	Severní Afrika	vliv podnikatelských soutěží na rozvoj podnikatelského prostředí	<ul style="list-style-type: none"> <li>Statistiky bylo ověřeno, že podnikatelský plán je nástroj, který umožňuje potenciálním podnikatelům vyhodnotit příležitosti.</li> <li>Studie potvrzuje význam a účel podnikatelského plánu v oblasti podnikání.</li> </ul>	kvalitativní	rozhovory
6	Botha, M., & Robertson, C. L. (2014)	Severní Afrika	role podnikatelského plánu na podnikání	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potřeba zajistit rozvoj podnikatelské činnosti.</li> </ul>	kvantitativní	dotazník
7	Dorogov, N. I., Kapitonov, I. A., & Batyrova, N. T. (2020)	Rusko	vliv podnikatelských soutěží na rozvoj podnikatelského prostředí	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podpora udržitelnosti má dopad na zahájení podnikatelské činnosti.</li> </ul>	kvantitativní	databáze
8	Fichter, K., & Tiemann, I. (2020)	Německo	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Největší dopad na sebevědomí studentů a schopnosti začít podnikat.</li> </ul>	kvantitativní	případová studie
9	Bell, R., & Bell, H. (2016)	Velká Británie	vliv podnikatelských soutěží na účastníky		kvantitativní	rozhovory

10	McGowan, P., & Cooper, S. (2012)	Velká Británie	role podnikatelského plánu na podnikání	<ul style="list-style-type: none"> <li>Získané zkušenosti z podnikatelských soutěží mohou povzbudit k založení podniku, zajišťují dlouhodobé podnikatelské aspirace.</li> <li>Ti, kteří nezačnou podnikání, mají ovšem více znalostí k tomu aby svému zaměstnanci přispívali k inovacím.</li> <li>Účast v soutěži měla vliv na rozvoj kompetencí, veřejného vystupování, vytváření sítí, podnikatelského plánu a na sebevědomí.</li> </ul>	kvalitativní	případová studie
11	Watson, K., McGowan, P., & Cunningham, J. A. (2017)	Velká Británie	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bylo zjištěno, že soutěže mají vliv na zvyšování sebevědomí, povědomí o oblasti podnikání, prohlubování manažerských a technických dovedností.</li> </ul>	kvalitativní	rozhovory
12	Kwong, C. C., Thompson, P., & Cheung, C. W. (2012)	Velká Británie	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Je třeba zlepšit politiku na podporu inovativních podniků.</li> </ul>	kvalitativní	rozhovory
13	Wonglimpiyarat, J. (2016)	Thajsko	benefity podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pro osobní rozvoj nemusí využití podnikatelského plánu přispívat žádnou hodnotou.</li> </ul>	kvalitativní	případová studie
14	Jones, C., Penaluna, A., Matlay, H., & Penaluna, K. (2013)	Velká Británie, Austrálie	role podnikatelského plánu na podnikání	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekonomické, finanční ani organizační proměnné, které hodnotí podnikatelský plán, nemají rozhodující vliv na přežití podniků.</li> <li>Přidáním ukazatelů vzdělání, zkušeností, počátečního kapitálu se prediktivní schopnost zvyšuje minimálně.</li> </ul>	kvalitativní	sekundární zdroje
15	Fernández-Guerrero, R., Revuelto-Taboada, L., & Simón-Moya, V. (2012)	Španělsko	role podnikatelského plánu na podnikání	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podnikatelské soutěže jsou vnímány jako prvek podnikatelských ekosystémů.</li> <li>Podnikatelské soutěže fungují jako centra pro propojení podnikatelských ekosystémů, protože spojují podnikatele mezi sebou, s dalšími institucemi, instituce mezi sebou.</li> </ul>	kvantitativní	databáze
16	Stolz, L. (2020)	Německo	benefity podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Účast v podnikatelské soutěži vyžaduje velké množství času, které by budoucí podnikatel mohl použít pro jiné kritické činnosti.</li> <li>Podnikatelské soutěže jsou primárně zaměřené na vznik začínajících podniků.</li> <li>Poskytují mnoho výhod, z nichž mezi nejdůležitější byl zařazen rozvoj podnikatelských dovedností, přístup k mentorům, příležitost k vytváření sítí, zvýšené sebevědomí a sklon k podstupování rizika.</li> </ul>	kvantitativní	sekundární zdroje
17	Park, J. E., Pulcrano, J., & Leleux, B. (2020)	Švýcarsko	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Účast v podnikatelské soutěži vyžaduje velké množství času, které by budoucí podnikatel mohl použít pro jiné kritické činnosti.</li> </ul>	kvantitativní	dotazník
18	Russell, R., Atchison, M., & Brooks, R. (2008)	Austrálie	benefity podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podnikatelské soutěže jsou primárně zaměřené na vznik začínajících podniků.</li> <li>Poskytují mnoho výhod, z nichž mezi nejdůležitější byl zařazen rozvoj podnikatelských dovedností, přístup k mentorům, příležitost k vytváření sítí, zvýšené sebevědomí a sklon k podstupování rizika.</li> </ul>	kvalitativní	dotazník

19	<b>Tipu, S. A. A. (2018)</b>	Spojené Arabské Emiráty	analýza podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rostoucí popularita podnikatelských soutěží.</li> <li>Omezené odborné zdroje - především v rozvíjejících se ekonomikách.</li> <li>Mnoho výzkumů se zaměřuje na strukturu soutěží, týmů a výhody podnikatelského plánu.</li> <li>Mezi výhody podnikatelských soutěží se řadí rozvoj dovedností, networking, přístup k mentorům.</li> <li>Podnikatelské soutěže jako prostředek rozvoje podniků a podnikatelů jsou využívány ve všech zemích - rozvinutých i rozvojových.</li> <li>Vymezení faktorů úspěchu soutěže.</li> </ul>	kvalitativní	databáze
20	<b>Cant, M. C. (2018)</b>	Afrika	analýza podnikatelských soutěží	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podnikatelské soutěže jsou považovány za účinný nástroj pro identifikaci podnikatelů s mnohem větším prostorem pro růst, než mají typické mikropodniky.</li> </ul>	kvantitativní	sekundární zdroje
21	<b>McKenzie, D. (2017)</b>	USA	vliv podnikatelských soutěží na účastníky	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podnikatelské soutěže jsou považovány za účinný nástroj pro identifikaci podnikatelů s mnohem větším prostorem pro růst, než mají typické mikropodniky.</li> </ul>	kvantitativní	dotazník
22	<b>Watson, K., &amp; McGowan, P. (2018)</b>	UK	role podnikatelského plánu na podnikání	<ul style="list-style-type: none"> <li>Při vstupu do soutěže vnímali účastníci podnikatelský plán jako důležitý. Vnímali jej jako smysluplný nástroj.</li> <li>Bezprostředně po soutěži byl podnikatelský plán vnímán jako druhořadý nástroj.</li> <li>Šest měsíců po soutěži byl podnikatelský plán považován za nevyužitelný, užitečný pouze v případě potřeby externích stran.</li> </ul>	kvalitativní	rozhovory
23	<b>Passaro, R., Quinto, I., &amp; Thomas, A. (2017)</b>	Itálie	efektivní podnikatelské učení	<ul style="list-style-type: none"> <li>V posledních letech roste množství podnikatelských soutěží.</li> <li>Realizovány jsou především soukromými subjekty.</li> <li>Soukromě organizované podnikové soutěže jsou více zaměřené na tržně orientovaný přístup.</li> </ul>	smíšený	databáze

Zdroj: vlastní zpracování, 2022



## ZÁVĚR

Příspěvek byl zaměřen na význam podnikatelských soutěží z pohledu odborné literatury.

Téma podnikatelských soutěží představuje zajímavé téma, které může mít vliv na úspěšnost nejen začínajících podniků a v mnohých krizových časech i na jejich samotnou existenci. Vzhledem k neustálému rozvoji dat je pro podniky nyní stále více důležité budovat si svou konkurenční výhodu a to nejen v krátkodobém, ale především v dlouhodobém horizontu. Právě podnikatelské soutěže představuje cestu jak získat nové příležitosti, znalosti či dovednosti a dalších vytyčených cílů dosáhnout.

Cílem výzkumu je) teoreticky vymezit podnikatelské soutěže spolu s dalšími pojmy, které s tématem přímo souvisejí, b) analyzovat dostupné články a c) vyvodit relevantní závěry na základě vybraného vzorku dostupné literatury, které přinesou nové poznatky do teorie.

Z analyzovaných článků vyplynulo mnoho výstupů. Některé z nich by jistě mohly být aplikovány na širší spektrum podnikatelských prostředí a zároveň mnoho z nich představuje velmi zajímavý a ucelený pohled na zkoumanou problematiku. V největším procentu se vybrané odborné publikace zaměřovaly na tematiku vlivu podnikatelských soutěží na samotné účastníky, ať už z hlediska rozvoje jejich znalostí, dovedností a schopností, tak i z pohledu rozvoje jejich sebevědomí k učinění prvotního kroku k zahájení podnikání. Články se mimo jiné zaměřovaly i na rozvoj podnikatelského prostředí, roli podnikatelského plánu či přínosy podnikatelských soutěží obecně.

Omezení výzkumu bylo jak z pohledu časového srovnávání, tak také z pohledu teritoriálního. Články zkoumaly problematiku podnikatelských soutěží z různých zemí, které poskytují podnikatelským subjektům různé příležitosti. Tento fakt může být limitující při zobecňování výstupů na širší spektrum podniků. V neposlední řadě časová limitace, kdy podnikatelské prostředí se neustále vyvíjí, což se odráží i v rostoucím trendu publikace článků zaměřených na tuto problematiku. Z tohoto důvodu je možné, že výstupy ze článků publikovaných v dřívějším období nebudou již odpovídat aktuální situaci v podnikatelském prostředí.

Možným pokračováním příspěvku by bylo užší zaměření výzkumu na jedno z nalezeného zaměření či zaměření se na konkrétní geografickou oblast.

## ZDROJE

Barr, S. H., Baker, T. E. D., Markham, S. K., & Kingon, A. I. (2009). Bridging the valley of death: Lessons learned from 14 years of commercialization of technology education. *Academy of management learning & education*, 8(3), 370-388. <https://doi.org/10.5465/amle.8.3.zqr370>

Bell, R., & Bell, H. (2016). An enterprise opportunity for entrepreneurial students: Student enterprise development and experience assessed through the student voice. *Education+ Training*, 58(7/8). <https://doi.org/10.1108/ET-12-2014-0150>

Botha, M., & Robertson, C. L. (2014). Potential entrepreneurs' assessment of opportunities through the rendering of a business plan. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 17(3), 249-265. <https://hdl.handle.net/10520/EJC154275>

Cant, M. C. (2016). Business competition: Does it contribute to the SMME development. *Corporate Ownership & Control*, 13(4), 301-307. <http://dx.doi.org/10.22495/cocv13i4c3p2>

Cant, M. C. (2016). Entrants and winners OF a business plan competition: does marketing media play a role IN success?. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19(2), 98. <http://dx.doi.org/10.30924/mjcmi/2018.23.2.141>

Cant, M. C. (2018). Blueprint for a business plan competition: Can it work?. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 23(2), 141-154. <https://doi.org/10.30924/mjcmi/2018.23.2.141>

- Dorogov, N. I., Kapitonov, I. A., & Batyrova, N. T. (2020). The role of national plans in developing the competitiveness of the state economy. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 672. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(46\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(46))
- Fernández-Guerrero, R., Revuelto-Taboada, L., & Simón-Moya, V. (2012). The business plan as a project: an evaluation of its predictive capability for business success. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2399-2420. <https://doi.org/10.1080/02642069.2012.677830>
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2020). Impacts of promoting sustainable entrepreneurship in generic business plan competitions. *Journal of Cleaner Production*, 267, 122076. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122076>
- Ghani, M. G. A., & Mohammad, N. (2021). The Integration of Logic Model in Business Plan Simulation Approach for Effective Entrepreneurial Learning. *Jurnal Pengurusan*, 62. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2021-62-12>
- Gompers, P. A., & Lerner, J. (2004). *The venture capital cycle*. MIT press.
- Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111-121. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00076-2)
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2011). 30 years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. *Research policy*, 40(8), 1045-1057. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.04.005>
- Jones, C., Penaluna, A., Matlay, H., & Penaluna, K. (2013). The student business plan: useful or not?. *Industry and Higher Education*, 27(6), 491-498. <https://doi.org/10.5367/ihe.2013.0182>
- Kraus, S., & Schwarz, E. (2007). The role of pre-start-up planning in new small business. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 4(1), 1-17. <https://doi.org/10.1504/IJMED.2007.011452>
- Kwong, C. C., Thompson, P., & Cheung, C. W. (2012). The effectiveness of social business plan competitions in developing social and civic awareness and participation. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 324-348. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0007a>
- Managementmania (2022). *Údolí smrti*. Dostupné 27.09.2022 z <https://managementmania.com/cs/udoli-smrti>
- Massa, S., & Testa, S. (2008). Innovation and SMEs: Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers. *Technovation*, 28(7), 393-407. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.01.002>
- McGowan, P., & Cooper, S. (2012). Taking technological opportunities to the market: the role of university-based business plan competitions in supporting high technology commercialisation. In *New Technology-Based Firms in the New Millennium*. Emerald Group Publishing Limited.
- McKenzie, D. (2017). Identifying and spurring high-growth entrepreneurship: Experimental evidence from a business plan competition. *American Economic Review*, 107(8), 2278-2307. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20151404>
- McKenzie, D., & Paffhausen, A. L. (2018). How is development economics taught in developing countries?. *The Journal of Economic Education*, 49(3), 278-290. <https://doi.org/10.1080/00220485.2018.1464984>
- McKenzie, D., & Paffhausen, A. L. (2019). Small firm death in developing countries. *Review of economics and statistics*, 101(4), 645-657. [https://doi.org/10.1162/rest\\_a\\_00798](https://doi.org/10.1162/rest_a_00798)
- McKenzie, D., & Sansone, D. (2019). Predicting entrepreneurial success is hard: Evidence from a business plan competition in Nigeria. *Journal of Development Economics*, 141, 102369. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2019.07.002>
- Park, J. E., Pulcrano, J., & Leleux, B. (2020). Impact of venture competitions on entrepreneurial network development. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1826090. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1826090>
- Passaro, R., Quinto, I., & Thomas, A. (2017). Start-up competitions as learning environment to foster the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <http://dx.doi.org/10.1108/IJEER-01-2016-0007>

- Ross, L. W., & Byrd, K. (2011). Business Plan Competitions: Start-Up 'Idols' and Their Twenty-First Century Launch Pads. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 11(4). <https://ssrn.com/abstract=2690956>
- Russell, R., Atchison, M., & Brooks, R. (2008). Business plan competitions in tertiary institutions: encouraging entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 30(2), 123-138. <https://doi.org/10.1080/13600800801938739>
- Stolz, L. (2020). Startup competitions and their role in entrepreneurial ecosystems: A conceptual attempt. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 64(4), 233-246. <https://doi.org/10.1515/zfw-2020-0009>
- Thomas, D. F., Gudmundson, D., Turner, K., & Suhr, D. (2014). Business Plan Competitions and Their Impact on New Ventures Business Models. *Journal of Strategic Innovation & Sustainability*, 10(1).
- Tipu, S. A. A. (2018). Business plan competitions in developed and emerging economies: What do we still need to know?. *Journal of entrepreneurship in emerging economies*. <http://dx.doi.org/10.1108/JEEE-12-2017-0102>
- Watson, K., & McGowan, P. (2018). Emergent perspectives toward the business plan among nascent entrepreneur start-up competition participants. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. (26 (5)). <http://dx.doi.org/10.1108/JSBED-02-2018-0038>
- Watson, K., McGowan, P., & Cunningham, J. A. (2017). An exploration of the Business Plan Competition as a methodology for effective nascent entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 121-146. <http://dx.doi.org/10.1108/IJEBR-05-2017-0158>
- Watson, K., McGowan, P., & Smith, P. (2015). Leveraging effectual means through business plan competition participation. *Industry and Higher Education*, 29(6), 481-492. <https://doi.org/10.5367/ihe.2015.0285>
- Wonglimpiyarat, J. (2016). Innovation policies to accelerate SME development. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 16(2), 105-117. <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2016.076312>