

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU**

**ÚSPEŠNÉ SLOVENSKÉ STARTUPY V IT OBLASTI -
EXPOST HODNOTENIE**

Bakalárska práca

2023

Dávid Plaskúr

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

FAKULTA PODNIKOVÉHO MANAŽMENTU

Evidenčné číslo: 104006/B/2023/36138067873399812

**ÚSPEŠNÉ SLOVENSKÉ STARTUPY V IT OBLASTI -
EXPOST HODNOTENIE**

Bakalárska práca

Študijný program: Ekonomika a manažment podniku
Študijný odbor: Ekonomika a manažment
Školiace pracovisko: Katedra informačného manažmentu FPM
Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Mgr. Róbert Hanák, PhD.

Bratislava 2023

Dávid Plaskúr



Ekonomická univerzita v Bratislave
Fakulta podnikového manažmentu

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Dávid Plaskúr
Študijný program: ekonomika a manažment podniku (Jednoodborové štúdium, bakalársky I. st., denná forma)
Študijný odbor: ekonómia a manažment
Typ záverečnej práce: Bakalárska záverečná práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský
Sekundárny jazyk: anglický

Názov: Úspešné slovenské startupy v IT oblasti - expost hodnotenie
Anotácia: Študent v záverečnej práci analyzuje päť vybraných slovenských startupov v IT oblasti z hľadiska prítomnosti faktorov úspechu v daných startupoch v čase ich vývoja. Konkrétnymi metodikami bude analyzovať faktory úspechu ako: kvalitný tím, trh s veľkým potenciálom rastu, možnosti právnej ochrany vlastnej inovácie, manažérsku kompetentnosť a iné. Následne spracuje aj finančný prehľad vývoja startupu v horizonte piatich rokov.

Vedúci: doc. Ing. Mgr. Róbert Hanák, PhD.
Oponent: Ing. Michal Zelina, PhD.
Katedra: KIM FPM - Katedra informačného manažmentu
Vedúci katedry: doc. Ing. Anita Romanová, PhD.
Dátum zadania: 31.08.2022

Dátum schválenia: 23.04.2022
doc. Ing. Anita Romanová, PhD.
vedúci katedry

ČESTNÉ VYHLÁSENIE

Čestne vyhlasujem, že som záverečnú prácu „*Úspešné slovenské startupy v IT oblasti - ex post hodnotenie*“ vypracoval samostatne na základe svojich vedomostí s využitím informačných zdrojov uvedených v zozname bibliografických odkazov.

Dátum:

.....

(podpis študenta)

POĎAKOVANIE

Týmto vyjadrujem poďakovanie doc. Ing. Mgr. Róbertovi Hanákovi, PhD., za jeho cenné rady a pripomienky, ktoré mi poskytol pri koncipovaní mojej záverečnej práce.

ABSTRAKT

PLASKÚR, Dávid: Úspešné slovenské startupy v IT oblasti - expost hodnotenie. - Ekonomická univerzita v Bratislave. Fakulta podnikového manažmentu; Katedra informačného manažmentu. - Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Mgr. Róbert Hanák, PhD. - Bratislava: FPM, 2023. 59 s.

Táto bakalárska práca sa zameriava na analýzu a hodnotenie faktorov, ktoré prispievajú k úspechu startupov v oblasti IT. Prvá časť práce sa venuje charakteristike a klasifikácii startupov, ako aj porovnaniu startupov s klasickými podnikmi. Následne sa skúma úspešnosť startupov a analyzujú sa faktory, ktoré môžu viesť k ich neúspechu. Cieľom práce je identifikovať kľúčové faktory, ako je kvalitný tím, trh s potenciálom rastu a manažérske kompetencie, ktoré prispievajú k úspechu startupov. Metodika práce obsahuje analýzu primárnych a sekundárnych zdrojov. Výsledky práce zahŕňajú charakteristiku vybraných startupov a zhodnotenie skúmaných faktorov úspešnosti. Okrem toho sme sa venovali aj finančnej analýze týchto startupov v horizonte piatich rokov, s cieľom identifikovať ich vývoj a perspektívu do budúcnosti. Tieto výsledky poskytujú cenné informácie o tom, ako sa jednotlivé faktory prejavujú v praxi a aký vplyv majú na úspech startupov.

Kľúčové slová: startup, hodnotenie, IT, finančná analýza.

ABSTRACT

PLASKÚR, Dávid: Successful Slovak startups in the IT field - expost evaluation. - University of Economics in Bratislava. Faculty of Business Management; Department of Information Management. - Supervisor: doc. Ing. Mgr. Róbert Hanák, PhD. - Bratislava: FPM, 2023. 59 p.

This bachelor's thesis focuses on the analysis and evaluation of IT startup success contributory factors. The first part of the thesis describes the characteristics and classification of startups, as well as the comparison of startups with ordinary enterprises. Subsequently, the success of startups is examined and the factors that can lead to their failure are analysed. The aim of the thesis is to identify key factors such as a quality team, a market with growth potential, and managerial competences that contribute to the success of startups. The thesis methodology includes the analysis of primary and secondary sources. The results of the work include characteristics of selected startups, and the evaluation of investigated success factors. In addition, we also devoted ourselves to the financial analysis of these startups in the time-span of five years, with the aim of identifying their future development and perspective. These results provide valuable information about the impact of every factor in practice and their influence on startup success.

Key words: startup, rating, IT, financial analysis.

OBSAH

1	STARTUP.....	10
1.1	Charakteristika a klasifikácia startupov	10
1.2	Porovnanie startupu a klasického podniku	13
1.3	Úspešnosť startupov.....	17
2	FAKTORY ÚSPEŠNOSTI STARTUPOV	20
2.1	Úspešnosť startupov podľa odvetvia	25
2.2	Dôvody neúspešnosti startupov	26
3	CIEĽ PRÁCE.....	30
4	METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA.....	31
5	VÝSLEDKY PRÁCE	33
5.1	Charakteristika vybraných startupov	33
5.2	Výsledky skúmania.....	35
6	DISKUSIA	51
7	ODPORÚČANIA PRE PRAX.....	52
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	55

ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK

<i>Tabuľka 1 Prehľad krajín s najvyšším počtom startupov</i>	<i>20</i>
<i>Tabuľka 2 Dôvody neúspešnosti startupov</i>	<i>27</i>
<i>Tabuľka 3 Finančná analýza Staffino</i>	<i>37</i>
<i>Tabuľka 4 Finančná analýza Luigi' Box</i>	<i>39</i>
<i>Tabuľka 5 Finančná analýza Excalibur</i>	<i>41</i>
<i>Tabuľka 6 Finančná analýza GroupSolver</i>	<i>43</i>
<i>Tabuľka 7 Finančná analýza Vectary</i>	<i>45</i>
<i>Tabuľka 8 Medziročné rasty tržieb</i>	<i>46</i>
<i>Tabuľka 9 Bodová matica - Podnikateľ</i>	<i>47</i>
<i>Tabuľka 10 Bodová matica - Produkt</i>	<i>48</i>
<i>Tabuľka 11 Bodová matica - Financie</i>	<i>49</i>
<i>Tabuľka 12 Bodová matica - Trh a produkt</i>	<i>49</i>

ÚVOD

V posledných rokoch sa IT oblasť stala veľmi populárnou nielen na svetovej úrovni, ale aj v Slovenskej republike. Stále viac a viac mladých podnikateľov a technologických nadšencov sa rozhoduje pre vytvorenie vlastného startupu v oblasti IT. Táto oblasť ponúka mnoho príležitostí, ale zároveň aj veľa výziev a rizík. Aby sme porozumeli úspechu slovenských startupov v IT oblasti, musíme najskôr pochopiť, čo sú to startupy, aké sú ich charakteristiky a ako sa líšia od klasických podnikov. Ďalej sa pozrieme na faktory, ktoré ovplyvňujú úspešnosť startupov, ich odvetvie a dôvody neúspechu. V tejto práci sa budeme venovať výskumu úspešných slovenských startupov v IT oblasti a zhodnotíme, čo prispelo k ich úspechu.

Hlavným cieľom našej bakalárskej práce je analyzovať päť vybraných slovenských startupov v oblasti IT z hľadiska faktorov, ktoré prispeli k ich úspechu v čase ich vývoja. Zameriavame sa na kritériá ako kvalitný tím, trh s veľkým potenciálom rastu, možnosti právnej ochrany vlastnej inovácie, manažérskej kompetencie a iné. V rámci práce porovnáme tieto faktory úspešnosti s cieľom zistiť, ktoré z nich boli najdôležitejšie pre úspech každého startupu. Okrem toho budeme tiež zhodnocovať finančný vývoj týchto startupov v horizonte piatich rokov, s cieľom identifikovať perspektívu do budúcnosti. Naše skúmanie bude založené na primárnych a sekundárnych zdrojoch, ako aj na analýze prípadových štúdií týchto startupov. Výsledky našej práce môžu byť užitočné pre ďalší rozvoj slovenských startupov v oblasti IT a môžu poskytnúť cenné informácie pre investičné rozhodnutia.

1 STARTUP

1.1 Charakteristika a klasifikácia startupov

Za posledné obdobie sa pojem „startup” stal často skloňovaným výrazom aj na území Slovenskej republiky. Avšak tento termín bol spopularizovaný v Amerike medzi rokmi 1995 a 2000, kedy bol takzvaný „dot-com boom” na svojom vrchole. Išlo o investičnú bublinu vytváranú v prostredí Internetových spoločností, ktorá vyzývala investorov k finančnej podpore „.com” alebo „e-xy” podnikov vo vytváraní business plánov.¹

Na to aby sa podnik, mohol nazývať startupom, musí spĺňať viaceré špecifiká a informácia, že každý novozníknutý podnik je startupom, nie je pravdivá, aj keď laickou verejnosťou bežne zaužívaná. Definovanie pojmu startup je veľmi nejednoznačné, čo dokazujú názory mnohých odborníkov, ktorí sa touto problematikou zaoberajú. Podľa podnikateľa a jedného zo zakladateľov Viaweb, prvého softvéru v podobe spoločnosti ponúkajúcej služby, Paula Grahama, je startupom podnik navrhnutý pre rýchly rast. Nejde však o podnik, ktorý rýchlo rastie, ale o taký, ktorý má záväzok rýchleho rastu, pričom tento záväzok akceptuje skôr potenciál rastu, než vecný opis.² *„Startup je spoločnosť vytvorená k rýchlemu rastu. Spoločnosť nie je startupom, pretože je novozaložená. Pre startup nie je potrebné pracovať výlučne v IT oblasti alebo byť financovaný rizikovým kapitálom. Jediná podstatná vec je rast.”*³

Niektorí odborníci zase tvrdia, že kľúčovou skutočnosťou pri definovaní pojmu startup je štádium zrodu práve, v ktorom vznikajú nové projekty, ktoré sa dajú považovať za startup. Internetový portál Sklenárparkers.sk pojmom startup označuje *„začínajúcu firmu alebo vznikajúci projekt. V prípade firmy sa táto zvykne označovať ako startup, ak je vo fáze podnikateľského zámeru.”*⁴

S najviac citovanou definíciou prišiel Steve Blank, tzv. krstný otec startupu. *“Startup je dočasná organizácia, používaná na hľadanie opakovateľného a škálovateľného*

¹ TECHOPEDIA. 2016. *Dot-Com Boom* [online]. [cit. 2023-02-11] Dostupné na internete: <https://www.techopedia.com/definition/26175/dot-com-boom>

² KISKA A. 2014. *What is a Startup?* [online] [cit. 2023-02-11]. Dostupné na internete: <http://www.netocratic.com/what-is-a-startup-3612>

³ SBA. 2014. *Startupy – nápady, ktoré menia svet.* [online]. [cit. 2023-02-12]. Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/startupy-napady-ktore-menia-svet#.Vj8ftrlvfIV>

⁴ SKLENARPARTNERS.SK, 2015. *Startup* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://www.sklenarparkers.sk/oblasti-posobnosti/start-up>

business modelu” pričom dodáva, že takáto organizácia je „dočasná, pretože cieľom startupu je paradoxne nebyť startup a stať sa veľkou organizáciou alebo čo najskôr zlyhať a nájsť na trhu inú príležitosť.”⁵ Erik Ries, podnikateľ a zakladateľ blogu Startup Lessons Learned a autor nového druhu prístupu k podnikaniu Lean Startup uvádza: „Startup je ľuďmi tvorená inštitúcia určená k vytvoreniu nového produktu alebo služby za extrémne neistých podmienok.”⁶

Startup je aktuálne a populárne označenie podnikania, ktoré samozrejme prináša vysokú mieru zlyhania ale zároveň aj vysokú mieru pravdepodobnosti úspechu po jeho uchytení na trhu z dôvodu jedinečnosti vo svete. Portál Forgrams.com definuje startup ako moderné označenie podnikania alebo novovzniknutej spoločnosti, spravidla technologickej oblasti, s globálnym potenciálom a vysokou mierou rizika, ale aj možného zisku.⁷ Startup teda musí disponovať aj globálnym potenciálom a nesmie byť obmedzený len na úrovni domáceho trhu. Všetky inovatívne produkty služby musia byť expandované na zahraničné trhy resp. odbyť musí nadobudnúť globálny charakter.

Definíciu pojmu startup ponúka Koncepcia pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v SR (2015): *„startupy sú podnikateľské iniciatívy s vysokým rastovým a inovačným potenciálom, ktoré dokážu naštartovať a dlhodobo podporovať inteligentný a inkluzívny hospodársky rast a tiež prilákať zahraničné investície. Prispievajú k rozvoju odvetví s vysokou pridanou hodnotou, regionálnej a globálnej konkurencieschopnosti a tvorbe zamestnanosti kvalifikovanej pracovnej sily. Rovnako významný prínos predstavujú pri budovaní imidžu Slovenska ako inovatívnej ekonomiky v zahraničí. Startupom je kapitálová obchodná spoločnosť so sídlom na území Slovenskej republiky, od ktorej vzniku neuplynulo viac ako 36 mesiacov.”⁸* Koncepciu pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v Slovenskej republike vypracovalo Ministerstvo financií Slovenskej republiky v spolupráci s Ministerstvom hospodárstva Slovenskej republiky a Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky.

⁵ BLANK, S. - DORF, B. 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. s. 18.

⁶ RIES, E. 2015. *Lean Startup: Jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace*. s. 33.

⁷ FORGRAMS.COM. 2015. *Čo je to startup?* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://www.forgrams.com/co-je-startup>

⁸ *Koncepcia pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v Slovenskej Republike*. [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné na <https://www.mhsr.sk/uploads/files/pTlqvAqi.pdf?csrt=5281989343941361797>

Trochu iný pohľad na startup prináša spoluzakladateľ portalustartitup.sk Lukáš Gašparík, ktorý spomína pojem mentoring, ktorý môžeme definovať ako činnosť, ktorú vykonáva mentor (školiteľ) pričom poskytuje svoje skúsenosti a vedomosti potenciálnym zakladateľom startupov. „Ja by som startup definoval ako spoločnosť založenú prevažne mladými ľuďmi s inovatívnym nápadom, ktorí hľadajú buď investíciu alebo mentoring. Mala by to byť spoločnosť alebo projekt vyvíjajúci buď úplne nový produkt, službu, technológiu alebo minimálne vylepšujúci už existujúce. Prvok novátorstva je v tejto definícii absolútne kľúčový.“⁹ Pri tejto definícii sa stretávame s novou myšlienkou, že nemusí ísť konkrétne o podnik, ktorý vyvíja niečo nové ale môže ísť o už existujúce služby alebo produkty na trhu avšak treba im dať nový impulz, nejaké zlepšenie, ktorý by ich posunul na inú úroveň a stým v svojej podstate prinesú niečo nové na trh.

Blank uvádza šesť základných typov startupov:

- **Lifestyle Startups** sa dá zjednodušene opísať vetou “Rob to, čo ťa baví”. Podnikateľ sústredí svoje podnikateľské aktivity na činnosť, ktorá je jeho záľubou, koníčkom. Blank uvádza ako príklad surferov z Kalifornie, ktorí na to, aby mali z čoho vyžiť, dávajú hodiny surfu. Špecifickým pre tento typ startup je, že ako jediný spomedzi ostatných, nie je vhodný na financovanie investormi.
- **Small-Business Startups** predstavuje startupy, ktoré hovoria o tom, že do tejto skupiny patria podnikatelia, ktorí pracujú spôsobom, aby uživilí seba a svoje rodiny, väčšinou pôsobiacich ako stavbári, automechanici, kaderníci, opravári, majitelia reštaurácií či maloobchodov. Tvrdá práca nie je priamo úmerná s výškou zisku z podnikania a financovanie je vo väčšine prípadov prevádzané formou úspor.
- **Scalable Startups** predstavuje Google, Facebook a Twitter. Podľa čoho môžeme chápať, že ide o typ startupu, ktorý má tendenciu stať sa veľkým. Zameriavajú sa na škálovateľný a opakovateľný business model, ktorý vyžaduje rizikový kapitál na financovanie takéhoto podnikania a preto zakladatelia takýchto startupov spolupracujú iba s najlepšimi v obore.
- **Buyable Startups** vytvorí produkt (najčastejšie mobilnú alebo web aplikáciu), ktorú následne predá väčšiemu podniku. Financovanie prebieha z úspor zakladateľov, no aj prostredníctvom rizikového kapitálu.

⁹ ZAUJIMAVOSTI.NET. *Máte nápad a chcete spraviť diery do sveta?* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://zaujimavosti.net/veda-a-technika/mate-napad-chcete-spravit-dieru-sveta-skuste-zacat-na-startitup-sk/>

- **Social Startups** hovorí o tom, že zakladatelia Social Startups nevytvárajú svoje podniky s vidinou zisku, ale chcú svojou činnosťou urobiť svet lepším miestom. Ide o neziskové, pre-ziskové alebo hybridné organizácie.

- **Large-Company Startups** sú vytvorené veľkými podnikmi, ktoré chcú svoje podnikanie posunúť ďalej a predĺžiť tak ich životný cyklus. Vytvárajú preto škálovateľný a predajný startup, aby zvyšovali svoje zisky aj inou cestou ako znižovaním nákladov, napríklad inovovaním či vymyslením nového produktu.¹⁰

Napriek množstvu rozmanitých definícií startupu, sa všetci autori sa zhodujú vo vlastnostiach, že startup má potenciál rýchleho rastu, je startupom len dočasne, vzniká v podmienkach neistoty a rizika a je jednou z foriem podnikania. Startup je podľa nášho názoru nová myšlienka resp. nový nápad, ktorý sa premietne do služby alebo do produktu, ktorý nemá v danej sfére ponuky produktov a služieb obdobu. Pre tieto produkty a služby je charakteristický rýchly rast trhového potenciálu, imitačná a dopytová medzera. Nadväzujúc na definície uvedené vyššie teda konštatujeme, že startup je podnikateľský subjekt, ktorý je obvykle novo založený a predovšetkým rýchlo rastúci, ktorého cieľom je v prvom rade uspokojovať potreby trhu vývojom životaschopného obchodného modelu, či už sa jedná o služby, alebo produkty. Startup pripomína malý biznis, partnerstvo alebo organizáciu, pracuje s obmedzenými prostriedkami.

1.2 Porovnanie startupu a klasického podniku

Rozdiel medzi startupom a podnikom spočíva v ich hlavnom ciele. „*Kým malé podniky preferujú ziskovosť a stabilnú dlhodobú hodnotu, startupy sa sústreďujú na príjmy a rastový potenciál, alebo škálovateľnosť.*“¹¹

Startup je nápad, ktorý je implementovaný do reality malou skupinou ľudí, bez toho, aby mali prístupné podporné zložky, ktoré na rozdiel od startupu, bežné podniky majú. Týmto podpornými zložkami môžeme chápať vlastné kancelárske priestory a vybavenie, kapitál, investície či ľudské zdroje. Startup musí mať otvorený a škálovateľný business model, ktorý je možné v priebehu meniť a prispôbovať, až príde do štádia, kedy sa stane ustáleným, ziskovým a startup sa mení na podnik.¹²

¹⁰ BLANK, S. 2011. *Why Governments Don't Get Startups* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>

¹¹ SLÁVIK, Š. a kol. 2015. *Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie Starupov I.* s. 229.

¹² LUCICA, D. F. 2019. *What is the difference between a startup and a company?* [cit. 2023-02-25]. Dostupné na internete: <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-a-startup-and-a-company>

Podnikateľský nápad na báze startupu je po celý čas fungovania podniku otvorený, prístupný pre zmeny. Nepojednáva sa len o schopnosti prežitia daného nápadu, ale i samotného podnikateľa. Celý cyklus je sprevádzaný neistotou, nedostatkom informácií a preto sa kladie veľký význam spätnej väzbe. Startup prichádza s úplne novým produktom, pričom po tomto produkte musí byť dopyt, inak by stratil význam existencie podniku alebo prinesie významné inovácie u už existujúceho produktu. Podnik, ktorý je nový, ale neprichádza s ničím inovatívnym, sa nemôže nazývať startupom. Samotný startup je spojený s nasledovnými aspektmi:

- Zmluvný vzťah - Každý podnik, ktorý nie je startupom je podmienený zmluvou a právnou úpravou, ale startup nie.¹³
- Zisk - podnik generuje zisk od začiatku fungovania, startup nadobúda zisk až po dodaní plánu a marketingu, čo môže trvať aj niekoľko mesiacov.
- Zamestnanci - podniky potrebujú zamestnancov už pri vzniku, startup sa spočiatku skladá len zo zakladateľov.
- Financovanie - startup získava financie potrebné na svoje fungovanie najmä od investorov, podniky používajú svoje vlastné financie.¹⁴

Reis vo svojej knihe *The Lean Startup* definuje rozdiely nasledovne: „*Už definícia startupu nám hovorí, že ide o podnik odlišný od bežného malého podniku. Hlavnými odlišnosťami sú: veľkosť, spôsob financovania, miera rizika, no zároveň miera zisku, dopad na spoločnosť alebo uvažovanie o raste a budúcnosti podniku.*“¹⁵ Tento typ podnikania vykazuje neporovnateľne vyššie rastové hodnoty ako malé a stredné podnikanie. „*V porovnaní s tradičnými obchodnými podnikmi, od startupu je očakávaný rapidný nárast v rozmedzí medzi 5%-7% za týždeň v ich počiatočnej fáze.*“¹⁶

Mandela Schumacher-Hodge Dixon, zakladateľka spoločnosti Founder Gym, ktorá koučuje podnikateľov v oblasti budovania úspešných startupov, začlenila rozdiely

¹³ SHARE, V. 2019. *What is the difference between a startup and a company?* [cit. 2023-02-25]. Dostupné na internete: <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-a-startup-and-a-company>

¹⁴ JACKSON, D. 2018. *What is the difference between a startup and a company: Growth expectations and financing* [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://www.smh.com.au/small-business/startup/what-is-the-difference-between-a-startup-and-a-small-business-20160209-gmpoeu.html>

¹⁵ RIES, E. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. s. 37.

¹⁶ LANDAU, C. 2020. *What's the Difference Between a Small Business Venture and a Startup?* [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné na internete: <http://articles.bplans.com/whats-difference-small-business-venture-startup/>

v stratégiách a prvkoch medzi startupmi a bežnými firmami do desiatich kategórií, ktoré môžeme stručne popísať takto:

- **Inovácie:** jedným z najdôležitejších rozdielov medzi startupmi a bežnými podnikmi sú inovácie produktu, alebo služby. Bežné firmy môžu pri zakladaní jednoducho nasledovať obchodný model a ponúkať produkty, popríklad služby, ktoré už na danom trhu existujú a snažia sa ich iba prispôbiť potrebám a želaniam spotrebiteľov. Pre startupy je však inovácia nevyhnutnosťou, pretože sa snažia vytvoriť niečo nové a lepšie ako to, čo je v súčasnosti dostupné. Môžu napríklad vytvoriť novú kategóriu výrobkov, nový druh služby, či nové technológie a k tomu si hľadajú vhodné obchodné modely, popríklad si vytvárajú nové.

- **Zámer:** zatiaľ čo sa zakladatelia bežných firiem zameriavajú hlavne na dosahovanie zisku, tak zakladatelia startupov sa zameriavajú predovšetkým na rast, aj za cenu dosahovania zisku neskôr. Bežné podniky fungujú v rámci pevne stanovených hraníc, ktoré si sami určili a môžeme povedať, že tak v podstate zámerne obmedzujú svoj rast. Zameriavajú sa totižto na obsluhu určitého okruhu zákazníkov a práve tým dosahujú zisk. Startupy sa zameriavajú predovšetkým na rýchly rast a na získanie čo najväčšieho podielu na trhu, čím sa snažia získať toľko vplyvu, aby mohli byť považovaní za lídrov vo svojom odbore.

- **Tempo rastu:** táto kategória veľmi úzko súvisí s predchádzajúcou, pretože startupy majú záujem o stály rast a o čo najrýchlejšie vytvorenie opakovateľného a škálovateľného obchodného modelu. Zároveň chcú byť schopní zopakovať svoj úspech nie iba napríklad na susednom trhu, ale kdekoľvek na svete. Samozrejme aj bežné firmy by mali rásť, no snažia sa to robiť skôr opatrným spôsobom, pretože ich prvoradým zámerom je predsa len dosahovanie zisku.

- **Zisk:** bežné podniky sú v prvom rade zamerané na generovanie výnosov a podľa možnosti aj zisku od prvého dňa. Konečný zisk spoločnosti však závisí od jej šéfa, konkrétne od toho, aký objem si chce nechať pre seba a samozrejme aj od plánov na budúce rozširovanie podniku. Pri startupoch môže trvať mesiace, dokonca až roky, kým sú schopné generovať aspoň nejaké výnosy. Ich hlavným cieľom je vytvoriť produkt, ktorý

si ľudia zamilujú, vďaka čomu získajú obrovský počet zákazníkov. Ak sa im však tento cieľ podarí dosiahnuť, tak ich zisky môžu byť miliónové, či dokonca až miliardové.¹⁷

- **Financovanie:** pri zakladaní bežných firiem využívajú podnikatelia prevažne vlastné úspory, pôžičky od rodiny a priateľov, poprípade bankové úvery. Aj keď je ich hlavným zámerom dosahovať zisk, tak musia dbať na zvýšenú pozornosť pri uzatváraní pôžičiek, pretože všetky dlhy bude potrebné splatiť aj s úrokmi. „Mnoho startupov je taktiež pôvodne financovaných z vlastných zdrojov zakladateľov, poprípade aj z pôžičiek od rodiny a priateľov. Na rozdiel od bežných podnikateľov však môžu zakladatelia startupov získať finančné prostriedky aj z crowdfundingu, od takzvaných anjelských investorov, či od investorov rizikového kapitálu.“¹⁸ Ak sa startup stane úspešným, tak jeho majitelia môžu získať ďalšie finančné prostriedky z upísania akcií spoločnosti na burze, či predajom ich startupu nejakej väčšej spoločnosti. Investovaním do startupu sa však každý investor stáva aj spolumajiteľom daného startupu.

- **Technológia:** bežné podniky nepotrebujú nejaké špeciálne technológie, aby dosahovali zisk, takže pre nich nie sú kľúčové. Existuje však mnoho technologických riešení, ktoré tieto spoločnosti môžu použiť na zjednodušenie dosahovania svojich cieľov, napríklad v oblasti marketingu, či účtovníctva. Technológie sú však pre startupy často krát ich hlavnými produktmi, pretože majú široký dosah a dajú sa pomerne jednoducho škálovať a upravovať tak, aby vyhovovali čo najväčšiemu počtu používateľov.

- **Riziko:** určitá miera rizika existuje pri zakladaní akéhokoľvek druhu podnikania, no pri startupoch sú tieto riziká oveľa vyššie. Hlavným princípom fungovania startupov je vytváranie inovatívneho produktu, alebo služby na trhu, či dokonca vytváranie nového trhu, čo však so sebou prináša obrovské riziko akceptácie spotrebiteľmi. Bežné podniky tiež podstupujú značnú mieru rizika, pretože nevedia, či uspejú a budú schopné tvoriť zisk. Väčšina bežných firiem však nevytvára niečo nové a využívajú pomerne osvedčený obchodný model na trhu, ktorý je už zabehnutý, čím nepodstupujú riziko akceptácie niečoho nového.

¹⁷ SCHUMACHER-HODGE DIXON M. 2016. 10 Differences Between a Small Business and a Startup. [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné na internete: <https://mandelash.medium.com/10-differences-between-a-small-business-and-a-startup-a2aad6896487>

¹⁸ HARROCH R. – SULLIVAN, M.. 2016. *Startup Financing: 5 Key Funding Options For Your Company*. [online]. [cit. 2023-01-31]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2019/12/22/startup-financing-key-options/?sh=41c72c232a84>

- **Zamestnanci:** zatiaľ čo v bežných firmách sa zväčša vyžaduje formálne oblečenie a zamestnanci sú ohodnotení na základe odpracovaných hodín, tak v startupoch nebýva až taký dôraz na formálne oblečenie a pracovníci bývajú ohodnotení na základe ich výkonov, čím sa startupy práve snažia zvýšiť ich produktivitu. V startupoch je pre zakladateľov naozaj kľúčové hľadať spolupracovníkov, ktorí budú mať rovnaké nadšenie pre ich startup, budú v ňom vidieť skutočný zmysel a budú ho chcieť spoločne s nimi rozvíjať ďalej. Zakladatelia startupov sa však musia zamerať aj na rozvoj svojich vodcovských a riadiacich schopností, pretože s rýchlym rastom startupu budú musieť efektívne viesť zvyšujúci sa počet zamestnancov a investorov.

- **Životný štýl:** bežné podnikanie v porovnaní so startupmi predstavuje menšie riziko a menej povinností, vďaka čomu je pre podnikateľov možné kombinovať pracovný a osobný život. Ak majú startupy aj svojich investorov, tak majú voči nim povinnosť rozrásť sa v čo najkratšom možnom čase, aby mohli investori dosiahnuť čo najvyššiu návratnosť. Ak chcú byť zakladatelia startupov úspešní, tak musia svojim startupom venovať takmer všetok svoj čas a energiu, kvôli čomu veľká väčšina z nich nepozná pojem osobný život.

- **Stratégia ukončenia:** ďalším rozdielom medzi bežnými firmami a startupmi sú konečné ciele ich zakladateľov. Bežné firmy sú zakladané so zámerom vytvorenia sebestačných a dlhotrvajúcich podnikov a ich vlastníci z nich buď robia rodinné podniky, alebo ich predávajú. Startupy majú byť však dočasné organizácie a ak všetko pôjde ako má, tak sú odkúpené väčšou spoločnosťou, alebo sa časom pretransformujú na obrovské spoločnosti, ktorých akcie sú zalistované na burze. Samozrejme negatívnejšej možnosti ukončenia, teda zániku, sa pri neúspechu nevyhne ani jeden druh podnikania.¹⁹

1.3 Úspešnosť startupov

Úspech startupu stojí na troch základných pilieroch, ktorými sú silný produkt / služba, prepracovaná stratégia uvedenia na trh a organizačná kultúra. Prvým pilierom je dobrý produkt alebo služba. Každý dobrý produkt sa v priebehu času vyvíja a mení svoj obchodný model, ale na začiatku úspešného startupu je silný koncept.²⁰ Najúspešnejšie startupy ponúkajú produkty s nasledovnými vlastnosťami:

¹⁹ SCHUMACHER-HODGE DIXON M. 2016. 10 Differences Between a Small Business and a Startup. [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné na internete: <https://mandelash.medium.com/10-differences-between-a-small-business-and-a-startup-a2aad6896487>

²⁰ BLANK, S. - DORF, B. 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. s. 17.

- produkt musí poskytnúť používateľovi novú hodnotu alebo poskytnúť vyššiu hodnotu v porovnaní s existujúcou ponukou,
- produkt musí mať hodnotu v očiach zákazníka, t.j. hodnotová ponuka by sa mala vždy zameriavať na zákazníka a jeho vnímanie hodnoty produktu,
- produkt musí mať plán uvedenia na trh - úspech bez správneho plánovania je zriedkavý, preto je dôležité mať silný plán uvedenia produktu na trh, ktorý jasne definuje produkt a potreby používateľa uspokojí. Úspešné produkty sú časom formované zákazníkmi alebo používateľmi, ktorí s nimi interagujú,
- podstatné je tiež generovanie spätnej väzby od zákazníkov a konanie na základe tejto spätnej väzby – to zaisťuje, že produkt ostane úspešný aj pri jeho raste. V praxi sa uskutočňuje pomocou chatbotov, používateľských prieskumov, panelov a iných,
- predpokladom úspechu je tzv. pozitívna zákaznícka skúsenosť – ak zákazníci získajú príjemnú používateľskú skúsenosť, je pravdepodobnejšie, že sa stanú stálymi zákazníkmi vašej značky a budú sa vracieť znova a znova.²¹

Druhým pilierom je stratégia uvedenia na trh. Najúspešnejšie startupy majú prepracovanú stratégiu uvedenia na trh. Je to stratégia GTM (go-to-market), ktorá definuje, ako firma uvedie svoj produkt na trh. Táto stratégia meria úspešnosť produktu a môže naznačovať výkonnosť na základe podobných produktov, prieskumu trhu a iných faktorov.

Existujú dva hlavné typy GTM, ktorými sú produktová stratégia a predajná stratégia. Ako už názov napovedá, prvý sa zameriava na získavanie nových zákazníkov prostredníctvom produktu tým, že zákazníkov osloví účinnými funkciami. Na rozdiel od toho sa druhý z nich zameriava na marketingové úsilie s cieľom prilákať nových zákazníkov.²² Stratégia uvedenia na trh má päť kľúčových častí:

- identifikovať cieľový trh,
- definovať, prípadne modifikovať svoju hodnotovú ponuku,
- stanoviť cenovú stratégiu,
- nájsť a vybrať predajné a distribučné kanály,

²¹ VATIONVENTURES.COM. 2021. *What makes a successful startup*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.vationventures.com/blog/what-makes-a-successful-startup>

²² SAMONINI, S. 2021. *Go-To-Market Strategy for Startups: 10 Key Steps (+ Examples)*. online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné na internete: <https://www.lean-labs.com/blog/go-to-market-strategy-for-startups>

- stanoviť marketingovú stratégiu.²³

Tretím pilierom je firemná kultúra. 80 % potenciálnych zamestnancov skúma hlavné poslanie a kultúru organizácie predtým, ako sa uchádzajú o pozíciu. Existuje niekoľko spôsobov, ako podporiť dobrú pracovnú kultúru. Následne uvádzame niektoré z prístupov:

- budovanie kultúry prostredníctvom rozmanitosti - v modernom svete neexistuje ospravedlnenie pre neprijatie rozmanitosti a ak tak začínajúci podnik neurobíte, rýchlo pritiahne negatívnu pozornosť a získa negatívny imidž. Uvádza sa, že diverzita zvyšuje ziskovosť startupu o 19 %,
- budovanie kultúry prostredníctvom zodpovednosti – nedostatok zodpovednosti môže hrať významný faktor v tom, prečo veľa startupov zlyhá,
- budovanie kultúry prostredníctvom rešpektu - k zamestnancom by sa malo pristupovať s rovnakým rešpektom a mali by sa cítiť ako súčasť jednotného tímu. Dosiahnutie tejto rovnováhy je často náročnejšie v prostredí startupov s oveľa menším počtom riadiacich zamestnancov. Je však dôležité vyhnúť sa vytvoreniu prostredia „my vs. oni“, v ktorom je vedenie vzdialené zamestnancom a zákazníkom,
- budovanie kultúry zameranej na hodnotu pre zákazníka - hodnoty zákazníkov by mali byť prepojené so všetkým, čo spoločnosť robí,
- budovanie kultúry prostredníctvom transparentnosti - transparentnosť umožňuje otvorenosť a komunikáciu medzi vašim vedúcim tímom a zamestnancami. Je to kľúčové pre budovanie dôvery a spokojnosti s prácou a zároveň zvyšovanie morálky.²⁴

Mnoho startupov má pravidelné, virtuálne celofiremné konferencie, ktoré poskytujú kľúčové strategické smerovanie a aktualizácie míľnikov. Nemusí to byť nudné; niektorí lídri to využívajú aj ako príležitosť na uznanie výkonu, udeľovanie ocenení zamestnancom, zdieľanie úspešných príbehov a zapájanie sa do spoločenských podujatí. Tieto príležitosti je možné využiť na upevňovanie firemnej kultúry.²⁵

²³ VATIONVENTURES.COM. 2021. *What makes a successful startup*. [online]. [cit. 2023-0-16]. Dostupné na internete: <https://www.vationventures.com/blog/what-makes-a-successful-startup>

²⁴ VATIONVENTURES.COM. 2021. *What makes a successful startup*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.vationventures.com/blog/what-makes-a-successful-startup>

²⁵ STARTUPGRIND. 2022. *5 Realistic Tips to Build a Successful Startup*. [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.startupgrind.com/blog/5-realistic-tips-to-build-a-successful-startup/>

2 FAKTORY ÚSPEŠNOSTI STARTUPOV

Čo sa týka počtu startupov, vedie USA, ktoré sú domovskou krajinou približne 72 560 startupov. Nasledujú India, Spojené kráľovstvo, Kanada a päťicu krajín s najvyšším počtom startupov uzatvára Austrália (Tabuľka 1).

Tabuľka 1 Prehľad krajín s najvyšším počtom startupov

Krajina	Počet startupov
USA	72,560
India	13,905
UK	6,396
Kanada	3,446
Austrália	2,399
Indonézia	2,391
Nemecko	2,320
Francúzsko	1,579
Španielsko	1,411
Brazília	1,165

Zdroj: MINAEV, A: 2023. Startup Statistics (2023): 35 Facts and Trends You Must Know. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

S rastom a vývojom sveta podnikania sa mení aj spôsob, akým startupisti uvažujú o budovaní úspešných startupov. Aj keď k úspechu pri spustení môže viesť viacero faktorov, uvádzame desať kľúčových faktorov, ktoré ovplyvňujú budovanie, spúšťanie a riadenie startupu:

- **vízia** - vízia startupu je kľúčom k úspechu. Definuje, čo daná spoločnosť predstavuje, a mala by byť jasná, stručná a napísaná tak, aby sa dala použiť ako referenčný bod pri rozhodovaní. Vyhlásenie o poslaní by malo byť viac než len text na webovej stránke, mala by odrážať základné hodnoty spoločnosti. Účelom dobre definovaného poslania je viesť osoby s rozhodovacou právomocou v spoločnosti, aby pokračovali v práci na splnení tohto cieľa, aj keď čelia zložitým rozhodnutiam, ako je výber medzi rôznymi možnosťami alebo

financovanie projektov, ktoré nemusia nevyhnutne generovať príjmy okamžite. ale majú dlhodobé výhody pre používateľov/zákazníkov/partnerov atď.,

- **tím** - tím je pravdepodobne najdôležitejším faktorom úspechu každého startupu. Môžete mať skvelý nápad, dostatok kapitálu a dobrý biznis plán, ale ak nemáte ten správny tím, ktorý by to všetko spojil, nič sa nestane. Úspešný startup si vyžaduje tím so širokou škálou zručností, skúseností a perspektív. Prvým krokom pri budovaní úspešného tímu je zabezpečiť, aby mal každý správne zručnosti pre svoju rolu. To neznamená, že každý musí byť odborníkom vo svojom odbore, ale mal by mať potrebné zručnosti a znalosti, aby mohol svoju prácu vykonávať efektívne. Ak napríklad zakladáte technologickú spoločnosť, možno budete potrebovať softvérového inžiniera, dizajnéra a niekoho so skúsenosťami s marketingom. Je tiež dôležité uistiť sa, že každý člen tímu je zapálený pre to, čo robí. Nadšenie môže byť nákazlivé a môže pomôcť motivovať ostatných členov tímu, aby odvedli čo najlepšiu prácu. Ak je tím nadšený zo svojej práce, bude pravdepodobnejšie, že vynaloží dodatočné úsilie potrebné na to, aby bol podnik úspešný. Ďalším kľúčovým faktorom úspechu je spájanie ľudí z rôznych prostredí a úrovni skúseností. Rôzne typy ľudí prinášajú rôzne pohľady a zručnosti, ktoré môžu pomôcť vytvárať inovatívne nápady a riešenia. Rozmanitosť na pracovisku tiež pomáha podporovať prostredie rešpektu a dôvery, kde je väčšia pravdepodobnosť, že ľudia budú efektívne spolupracovať. Nakoniec je dôležité, aby si každý v tíme navzájom porozumel úlohám a tomu, ako ich príspevky zapadajú do širšieho obrazu. Každý by mal vedieť, aký je celkový cieľ a ako k nemu prispieva jeho individuálne úsilie. To pomáha vytvoriť jasnosť a sústredenie, čo je nevyhnutné pre úspech,²⁶

- **trh** - trh je kľúčovým faktorom, ktorý treba zvážiť pri spustení úspešného startupu. Ako podnikateľ musíte dobre rozumieť svojim cieľovým zákazníkom, konkurencii a celkovému odvetviu. Dôležité je preskúmanie svojich cieľových zákazníkov: Pred spustením startupu je dôležité vykonať prieskum, aby pre lepšie pochopenie toho, kto sú cieľoví zákazníci a čo chcú. To poskytne prehľad o tom, ako najlepšie umiestniť a predávať váš produkt alebo službu. Žiaduce je tiež preskúmať trendy v odvetví, aby sa zistilo, kam smeruje trh a možné príležitosti na rast. Dôležité je nezabudnúť na konkurenciu. Prieskum ich produktov, cenových modelov, marketingových stratégií a spätnej väzby od zákazníkov môže poskytnúť prehľad o ich silných a slabých stránkach. Vedieť, čo robia konkurenti,

²⁶ MINAEV, A: 2023. *Startup Statistics (2023): 35 Facts and Trends You Must Know*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

pomôže vytvoriť konkurenčnú stratégiu pre vlastné podnikanie. Pre lepšie pochopenie odvetvia je dôležité analyzovať trendy na trhu, ako aj potenciálne príležitosti na rast. Skúmanie údajov, ako sú trendy predaja a demografické údaje zákazníkov, môže poskytnúť predstavu o tom, aké stratégie môžu byť úspešné pre daný startup. Okrem toho výskum nových technológií alebo trendov v tomto odvetví môže pomôcť identifikovať oblasti, v ktorých je možné inovovať alebo sa odlíšiť od konkurencií,²⁷

- **konkurencia** - pri začatí podnikania je konkurencia dôležitým faktorom, ktorý treba zvážiť. Konkurencia môže byť veľkým prínosom pre nové podniky, ale môže byť aj prekážkou. Je dôležité pochopiť, ako môže konkurenčné prostredie ovplyvniť podnikanie. Prvým krokom k pochopeniu konkurencie je identifikovať, kto je konkurentom. Najviditeľnejšími konkurentmi sú tí, ktorí ponúkajú podobný produkt alebo službu. Je tiež dôležité zvážiť všetkých potenciálnych nových účastníkov na trhu a akékoľvek náhrady, ktoré môžu zákazníci použiť namiesto produktu alebo služby. Keď sa zistí, kto sú konkurenti, je potrebné analyzovať ich silné a slabé stránky. Vedieť, čo robia konkurenti lepšie, môže pomôcť nájsť spôsoby, ako sa odlíšiť a byť konkurencieschopnejší. Je tiež dôležité pochopiť konkurenčné prostredie. Je tiež dôležité vedieť, ako konkurenti predávajú svoje produkty alebo služby. Pochopenie ich marketingových stratégií a taktiky môže pomôcť vytvoriť efektívnu vlastnú stratégiu. Potrebné je venovať pozornosť spätnej väzbe zákazníkov týkajúcej sa produktov alebo služieb konkurentov, pretože to môže pomôcť pochopiť, ako sa umiestňujú na trhu a čo robia inak. Nakoniec je dôležité udržať si prehľad o zmenách v konkurenčnom prostredí. Sledovanie aktivít konkurentov môže pomôcť udržať si náskok pred konkurenciou a využiť všetky príležitosti, ktoré sa môžu naskytnúť. To znamená pravidelne kontrolovať webové stránky konkurentov, držať krok s novinkami z odvetvia a sledovať ich výkonnosť na trhu,

- **obchodný model** - startupový model je rámec, ktorý popisuje, ako sa generuje zisk. Je dôležité tomu porozumieť, pretože to napomáha určiť, aké zdroje príjmov sú k dispozícii, ako budú zákazníci interagovať s produktom alebo službou a či pre ne existuje alebo nie je trh. Je tiež dôležité zvážiť, ako sa dané odvetvie mení, pretože technologický pokrok môže ovplyvniť to, ako dnes používame produkty alebo služby v porovnaní s obdobím spred niekoľkých rokov, keď takéto technológie ešte neboli (napríklad elektronický obchod). Každý nápad by mal mať jasný obchodný model. To zahŕňa rozhodovanie o tom, ako sa

²⁷ FASTERCAPITAL.COM. 2023. *What are the key factors for a successful startup* . [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné na internete: <https://fastercapital.com/content/What-are-the-key-factors-for-a-successful-startup.html>

bude produkt alebo služba predávať a aké toky príjmov budú generovať. Dobrý obchodný model zabezpečí dlhodobú udržateľnosť podniku. Okrem toho investori budú chcieť vidieť, že ich investícia smeruje k niečomu so životaschopným podnikateľským plánom a silným potenciálom rastu.

- **čas uvedenia na trh** - je kľúčovým faktorom úspechu. Vzťahuje sa na čas, kým sa produkt alebo služba od konceptu dostane do rúk zákazníka. Rýchly čas uvedenia na trh umožňuje poraziť konkurenciu a získať podiel na trhu. Je to dôležité aj preto, že poskytuje príležitosti na spätnú väzbu od zákazníkov, čo môže pomôcť zlepšiť produkt začlenením požiadaviek zákazníkov do budúcich iterácií. Čas uvedenia na trh má dve zložky: čas vývoja a čas uvedenia na trh. Čas vývoja sa vzťahuje na to, ako dlho trvá vytvorenie produktu, zatiaľ čo čas na spustenie predstavuje, ako dlho vám trvá, kým sa dostane do rúk zákazníkov po tom, čo prejavili záujem o jeho kúpu. Dobrým príkladom je Uber. Keď Uber v roku 2009 spustil, taxíky boli stále spoľahlivou dopravou. Uber sa však dokázal dostať dopredu tým, že ponúkal lepšie ceny a pohodlnejšie miesta ako tradičné taxíky – a to sa mu podarilo rýchlou iteráciou svojho produktu na základe spätnej väzby od zákazníkov,

- **zmysluplný produkt/služba** - žiadny marketing nevyrieši zlý produkt. Zmysluplný produkt rieši problém. Dobrý nápad môže byť vytvoriť produkt, ktorý ľudia chcú, ale nemá zmysel niečo vyrábať, ak to nevyrieši problém. Pri spustení startupu je preto nevyhnutné uistiť sa, že produkt spĺňa určité kritériá. Uvádzame niektoré z kľúčových faktorov, ktoré môžu ovplyvniť úspech startupu:

1. kvalita: Najdôležitejším faktorom pri spustení úspešného startupu je kvalita produktu. Potrebné je zabezpečiť, aby spĺňal očakávania cieľového trhu a poskytoval funkcie, ktoré potrebujú. Preto je dôležité dôkladne otestovať produkt pred jeho uvedením na trh, aby sa startupista uistil, že funguje tak, ako má,
2. diferenciácia: Je tiež dôležité, aby sa startupista uistil, že produkt vyniká nad konkurenciou. Musí prísť s jedinečným predajným bodom, ktorý ho odlišuje od podobných produktov na trhu. Môže to byť čokoľvek od ceny po funkcie alebo dizajn,
3. škálovateľnosť: Pri spustení startupu je žiaduce uistiť, že produkt sa môže škálovať podľa dopytu. Ak sa produkt stane populárnym, musí sa zabezpečiť, aby sa dokázal uspokojiť dopyt a naďalej poskytovať vysokokvalitné služby,

4. dizajn: Dizajn je často prehliadaným aspektom spustenia úspešného startupu, no napriek tomu je mimoriadne dôležitý. Produkt musí nielen dobre vyzeráť, musí byť intuitívny na používanie, aby ho používatelia mohli držať. Nekvalitný dizajn môže používateľov odradiť, preto je potrebné venovať čas a úsilie tomu, aby produkt vyzeral dobre,

5. spätná väzba od používateľov: Nakoniec je dôležité počúvať spätnú väzbu od používateľov a využiť ju na zlepšenie svojho produktu v priebehu času. Spätnú väzbu z používateľských prieskumov a cieľových skupín môže startupista použiť na identifikáciu oblastí, v ktorých by sa dali zlepšiť, a vykonať príslušné zmeny. Pomôže to udržať záujem používateľov a zabezpečiť, aby produkt zostal relevantný na neustále sa meniacom trhu.

- **plán** - skvelý nápad bez plánovania nemá šanci na úspech. Najlepší spôsob, ako zabezpečiť, aby bol startup úspešný, je zabezpečiť, aby sa plán plnil v každom kroku. Každý nápad by mal byť preskúmaný predtým, ako sa predstaví investorom. Malo by sa dôkladne otestovať, aby sa zabezpečilo, že obstojí v kritike alebo výzvach. Projekt by mal mať aj jasné míľniky a časové harmonogramy, aby bolo možné sledovať a hodnotiť pokrok. Akékoľvek potenciálne problémy by mali byť identifikované skôr, ako sa stanú problémami, čo umožní spusteniu vyhnúť sa nákladným chybám alebo oneskoreniam. Pri rozhodovaní, či má nápad potenciál, je dôležité zvážiť, či preň existuje etablovaný trh. Ak už v tejto oblasti existuje významná konkurencia, nápad bude musieť byť obzvlášť inovatívny alebo rušivý, aby vynikol. Ak neexistuje žiadny existujúci trh, potom je potrebné vysvetliť, prečo bude produkt alebo služba úspešná v novom sektore.²⁸

- **financovanie** – pri rozbiehaní startupu je jedným z kľúčových faktorov úspechu financovanie. Mnohí podnikatelia nedokážu pochopiť dôležitosť tohto faktora a rôzne spôsoby financovania, ktoré majú k dispozícii. Podnikatelia by pri financovaní startupu mali zvážiť v prvom rade vlastné zdroje. Osobné úspory, či a požíciavanie peňazí od priateľov a rodiny sú životaschopnými možnosťami na získanie počiatočného financovania potrebného na rozbehnutie podnikania. Tieto zdroje sa zvyčajne dodávajú s nižšími úrokovými sadzbami a vyžadujú menej papierovania ako iné formy financovania. Ak osobné zdroje nestačia na pokrytie počiatočných nákladov, podnikatelia by mali zvážiť externé zdroje financovania. Pre startupy sú k dispozícii rôzne pôžičky, granty a investičné príležitosti. Pôžičky pre malé podniky sú obľúbenou voľbou pre podnikateľov, ktorí chcú

²⁸ VAGANER, I. 2022. *10 Key Factors That Lead to Successful Startups*. [online]. [cit. 2023-03-19]. Dostupné na internete: <https://medium.com/@ido.vapner/10-key-factors-that-lead-to-successful-startups-55e1d511e123>

udržať svoj dlh na nízkej úrovni. Ďalšou možnosťou pre startupy sú granty, aj keď ich zabezpečenie môže byť náročné, ale business angels či investori rizikového kapitálu môžu poskytnúť veľké sumy peňazí výmenou.²⁹

Dodržiavanie týchto kľúčových faktorov úspešného startupu je predpokladom uvedenia efektívneho produktu na trh, ktorý spĺňa potreby cieľového publika a vyčnieva z konkurencie.

2.1 Úspešnosť startupov podľa odvetvia

Podľa Minaeva z portálu Firstsiteguide.com 7,1 % úspešných startupov na svete pôsobí vo sfére finančných technológií. Nasledujú startupy v zdravotníctve s 6,8 %, umelej inteligencii s 5,0 %, hrovnom priemysle s 4,7 %, AdTech³⁰ s 3,3 % a EdTech³¹ s 2,8 %.³² Z uvedeného vyplýva, že moderné startupy sú spojené s využívaním internetu a digitálnych technológií. Vďaka týmto informáciám môžeme tiež vidieť, ktoré odvetvie je v súčasnosti najlepšie pre startupy.

Podľa prieskumov bolo v roku 2021 do európskych startupov investovaných 120 miliárd amerických dolárov, čo je oproti predošlému roku nárast o 89 miliárd. Najviac financií bolo investovaných do startupov v štátoch severnej Európy, ďalej nasledovalo Francúzsko, Belgicko, Holandsko a Luxembursko. Do startupov v strednej a východnej Európe sa investovalo najmenej a to hlavne z dôvodu neuspokojivo pripravených projektov. Celkovo tento prieskum poukazuje na fakt, že stredoeurópske a východoeurópske krajiny nie sú ešte dostatočne globálne, aby pôsobili na veľkých trhoch. V posledných rokoch je však možné pozorovať značné rozvinutie startupovej scény, čo je podložené aj nárastom investícií do európskych firiem. Obidva tieto aspekty pravdepodobne vyvolajú bezprecedentnú úroveň a typ inovatívneho správania sa na riešenie a zmiernenie následkov globálnej covid krízy.³³

²⁹ FASTERCAPITAL.COM. 2023. *What are the key factors for a successful startup*. [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné na internete: <https://fastercapital.com/content/What-are-the-key-factors-for-a-successful-startup.html>

³⁰ AdTech skôr zastrešujúci pojem, ktorý označuje reklamné technológie. Zahŕňa celý súbor softvéru a nástrojov, ktoré inzerenti, reklamné agentúry alebo vydavatelia používajú na správu a monetizáciu svojich reklamných kampaní.

³¹ EdTech hardvér a softvér určený na zlepšenie výučby vedenej učiteľmi, lektormi a pod. v učebniach a na zlepšenie výsledkov vzdelávania.

³² MINAEV, A. 2023. *Startup Statistics (2023): 35 Facts and Trends You Must Know*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

³³ ZELENKA, F. 2021. *Financování startupů ze střední Evropy silně zaostává. Situace se ale zlepšuje*. [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné na internete: <https://www.e15.cz/byznys/startupy/financovani-startupuze-stredni-evropy-silne-zaostava-situace-se-ale-zlepsuje-1386270>

Na úspešnosť startupov podľa Patrika Borýska, ktorý robil prieskum medzi českými investormi, vplýva situácia spôsobená pandémie COVID-19. Tá obmedzila alebo pozastavila procesu niektorých akvizičných operácií. Investori vraj môžu preferovať držanie hotovosti a čakať ako sa situácia ďalej vyvinie, no väčšinou sa vyjadrili, že budú pokračovať v podpore startupov, do ktorých už zainvestovali svoje finančné prostriedky. Investori sa však môžu zamerať aj na investovanie na akciovom trhu, pretože došlo k jeho pádu a teda k poklesu cien na tomto trhu. Celkovo je však možné konštatovať, že zo strednodobého hľadiska bude viac preferovaná zvýšená opatrnosť pri poskytovaní investícií. Dôjde k tlaku na zníženie valuácie a objaví sa väčšie cielenie na efektivitu a kreativitu biznis modelu. Je možné očakávať, že investori zvolia vyčkávaciu taktiku pred tým, než sa priklonia k poskytnutiu investície startupom. Najviac ohrozené sú startupy v počiatočných fázach podnikania, pretože môžu byť najviac poznačené krízou. Ďalej sú najviac ohrozené startupy, ktoré sú napojené na sektor automobilového priemyslu a na oblasť reštauračných zariadení a kaviarní. Dopad je možné očakávať aj v oblasti cestovného ruchu a maloobchodu. Aktuálna situácia však môže naopak pomôcť segmentom práce na diaľku, virtuálnej realite a celkovo aj technologickým a automatizačným projektom. Veľké príležitosti sa vytvárajú aj v oblasti biotechnológie, mechatroniky, nanotechnológie a vyspelého poľnohospodárstva. Startupy v oblasti bezpečnosti a v oblasti krízovej komunikácie môžu byť pre investorov rovnako zaujímavé. Celkovo môžeme konštatovať, že situácia pandémie COVID-19 zmenila pohľad na oblasti podnikania a pohľad investorov na to, do ktorých startupov sa oplatí investovať.³⁴

2.2 Dôvody neúspešnosti startupov

V dnešnej dobe je bežné, že väčšina startupov neuspeje. Minaev uvádza nasledovnú štatistiku:

- 9 z 10 startupov je neúspešných.
- 20 % startupov sa po roku rozpadne.
- 30 % startupov sa zavrie do dvoch rokov.
- 50 % startupov zavrie ukončí podnikanie do piatich rokov.

³⁴ BORÝSEK, P. 2020. („Korona“) průzkum startupové scény: Některé projekty skončí, uvolní to ale lidi. [online]. [cit. 2023-03-16]. Dostupné na internete: <https://www.e15.cz/byznys/korona-pruzkum-startupove-sceny-nektere-projekty-skonci-uvolni-to-ale-lidi-1368105>

- 70 % startupov zanikne do 10 rokov.³⁵

Hlavným dôvodom neúspešnosti startupov je nedostatočná schopnosť ponúknuť produkt alebo službu pre cieľový trh. Mnoho spoločností nie je schopných vzbudiť záujem o ich produkty alebo služby. Niektoré firmy bojujú aj s marketingom. Nemajú financie na to, aby to urobili správne a prezentovali to, čo ponúkajú správnemu segmentu. Ďalším dôvodom zlyhania spustenia je zlá organizácia tímu. Spoločnosti nedokážu vytvoriť skupinu ľudí, ktorí budú efektívne spolupracovať na dosiahnutí rovnakých cieľov (Tabuľka 2).³⁶

Tabuľka 2 Dôvody neúspešnosti startupov

Dôvod neúspechu	% ukončených startup projektov
Nedostatočný dopyt	34
Marketingové problémy	22
Problémy s organizáciou tímu	18
Finančné problémy	16
Technické problémy	6
Právne problémy	2
Prevádzkové problémy	2

Zdroj: RUBY, D. 2023. 107+ Startup Statistics For 2023 (Updated). [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

Štatistické údaje a prieskumy z oblasti startupov teda uvádzajú, že až 90% skúmaných startupov je odsúdených na zánik.³⁷ Zvyšných 10 % môžeme rozdeliť do menších skupín a síce, že 5 % z nich sa nachádza v stave, keď vyvíjajú nejakú technológiu, resp. vykonávajú určitú aktivitu, ale nemajú jasnú pozíciu na trhu, nemajú zavedený opakovateľný biznis model a nedosahujú zisky. Ďalšie 3% sa tiež nemôžu označiť za úspešné, pretože buď sa nachádzajú v strate a návratnosť investícií je v nedohľadne alebo dokážu pokryť len investovaný kapitál, nedosahujú však zisk, pričom potenciál rastu je nepravdepodobný. 1,5 % z nich by sme mohli označiť za úspešné projekty. Daný Startup

³⁵ MINAEV, A. 2023. *Startup Statistics (2023): 35 Facts and Trends You Must Know*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

³⁶ RUBY, D. 2023. 107+ Startup Statistics For 2023 (Updated). [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

³⁷ GARAJ, P. 2015. Päť rokov so start-upmi. In *Trend*. č. 48, s. 15.

dosahuje zisk, je etablovaný v okolí kde pôsobí, návratnosť investícií je zaručená a je serióznym hráčom na trhu. Zvyšných 0,5% by sme mohli označiť ako hviezdy, ktoré buď sú alebo majú potenciál sa stať lídrami v segmentoch kde pôsobia.³⁸

Každý startupista, ktorý zakladá startup má pomerne jasnú predstavu, čo by chcel na trhu dokázať. Má prepočítanú základnú kalkuláciu nákladov, vie, ktorú skupinu zákazníkov by chcel na trhu osloviť, aký veľký je trh a pod. Dôležitou súčasťou je aj analýza konkurencie a jej silné a slabé stránky. Problém nastáva v prípade nedostatočne vypracovaného podrobného plánu pre dosiahnutie úspešného prieniku na trh. Startupisti by sa mali držať základného pravidla – svoje plány mať odkonzultované mentormi a nebáť sa ho pravidelne podľa potreby aktualizovať.

Ďalším z problémov startupov je, že nevedia zabezpečiť finančné zdroje pre svoj ďalší rozvoj keď už prvotné zdroje (3F) nestačia. Ponúkajú VKF alebo biznis anjelovi neadekvátny podiel na spoločnosti, napr. pri investícii 500 000€, len 10 % podiel, pričom za takýchto a jej podobným podmienkam nie je VKF resp. biznis anjel ochotný investovať svoje finančné prostriedky.³⁹

Ďalšou chybou je, že podnikateľ sa snaží mať najskôr svoj produkt najdokonalejší aký len môže byť po každej stránke a následne ho ponúka na trh. Produkt by sa mal modifikovať počas toho, už keď je uvedený na trhu, pričom treba pružne reagovať na potreby zákazníkov a nie vynaložiť všetky náklady hneď na začiatku a potom nezostanú dostatočne finančné prostriedky na jeho modifikáciu a teda reakcie na informácie z trhu sú minimálne. To platí aj pre samotný biznis model. Základným kameňom kvalitného produktu alebo biznis modelu by mala byť jeho rozšíriteľnosť.

Produkty, ktoré by mali vyvíjať startupisti by mali riešiť reálne problémy ľudí, mali by ponúkať jednoduché, kvalitné a cenovo dostupné riešenia. Keď bude produkt alebo služba spĺňať tieto atribúty, potom bude úspešný. Väčšinou však startupy vyvíjajú produkty typu „style“, ktoré na trhu nemajú dlhú životnosť.

Ďalšou kritickou skutočnosťou v otázke či bude startup úspešný je stabilný a silný tím. Mnoho dobrých myšlienok a nápadov, z ktorých by vzišlo veľa produktov končí pod zemou. Dôvodom je, že nositeľ myšlienky nie je ochotný podeliť sa s myšlienkou

³⁸ PODNIKANIE. 2015. Prečo zlyhávajú startupy. [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné na internete: <http://mesacnikpodnikanie.sk/preco-zlyhavaju-startupy-top-11-najcastejsich-chyb-a-pricin/>

³⁹ ANDACKÝ, J. 2015. Veľa peňazí, málo start-upov. In Trend. ISSN: 1335-0684, 2015, č. 48 s. 13

s ostatnými, delegovať právomoci a vytvoriť tím. Ak sa ale tím vytvorí je dôležitá jeho kvalita a spolupráca.

Zaujímavú myšlienku ako vytvoriť úspešný startup prináša Bryan Mattimore, ktorý tvrdí, že „*každodennej rutine ľudia viac pracujú a menej premýšľajú, dovolenka je jedným z mála miest nad niečím nerušene a do hĺbky premýšľať.*“⁴⁰ Dôkazom tohto tvrdenia je aj fakt, že Kevina Systroma nenapadlo vytvoriť Instagram pri počítači ale pri prechádzkach na plážach Kalifornie a Mexika. Dôležité je však myšlienky konzultovať s potenciálnymi zákazníkmi. Hlavnou príčinou zlyhania v tomto smere je, že sa síce vytvorí niečo unikátne, ale nikto to nechce.⁴¹

⁴⁰ SLADE, H. 2021. *Geniální nápad na startup nedostanete na poradě ale na dovolené.* [online]. [cit. 2023-03-11]. Dostupné na internete: <https://forbes.cz/chcete-dostat-skvely-napad-na-startup-jedte-na-dovolenou-2/>

⁴¹ SLADE, H. 2021. *Geniální nápad na startup nedostanete na poradě ale na dovolené.* [online]. [cit. 2023-03-11]. Dostupné na internete: <https://forbes.cz/chcete-dostat-skvely-napad-na-startup-jedte-na-dovolenou-2/>

3 CIEĽ PRÁCE

Hlavným cieľom záverečnej práce je analyzovať päť vybraných slovenských startupov v oblasti IT z hľadiska faktorov, ktoré prispeli k ich úspechu v čase ich vývoja. Práca sa zameriava na faktory, ako je kvalitný tím, trh s veľkým potenciálom rastu, možnosti právnej ochrany vlastnej inovácie, manažérskej kompetencie a iné. Okrem toho bude tiež spracovaný finančný prehľad vývoja každého z vybraných startupov v horizonte piatich rokov. Pre splnenie hlavného cieľa sme si vytýčili parciálne ciele.

PC1: Analyzovať a charakterizovať vybrané slovenské startupy v oblasti IT podľa kritérií faktorov úspešnosti, ktoré zahŕňajú kvalitný tím, trh s veľkým potenciálom rastu, možnosti právnej ochrany vlastnej inovácie, manažérsku kompetentnosť a iné.

PC2: Porovnať faktory úspešnosti vybraných slovenských startupov v IT oblasti a určiť ich podobnosti a rozdiely s cieľom zistiť, ktoré faktory boli najdôležitejšie pre ich úspech.

PC3: Zhodnotiť finančný vývoj vybraných slovenských startupov v oblasti IT v horizonte piatich rokov a identifikovať faktory, ktoré viedli k ich úspechu alebo neúspechu.

Prostredníctvom teoretických poznatkov sme identifikovali faktory úspešnosti, ktoré sú kritické pre vývoj startupov a na základe týchto faktorov sme následne analyzovali päť vybraných slovenských startupov v IT oblasti. Naším cieľom bolo identifikovať, ako tieto faktory úspešnosti ovplyvnili vývoj týchto startupov a ako by mohli byť použité pre zlepšenie príležitostí pre nové startupy v budúcnosti. Na základe týchto analýz sme taktiež vypracovali finančný prehľad vývoja každého z týchto startupov v horizonte piatich rokov, aby sme dokázali poskytnúť komplexný pohľad na ich úspešnosť a perspektívu.

4 METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA

Východiskom skúmania tejto bakalárskej práce je problematika úspešných slovenských startupov v oblasti IT, ktorá je v súčasnosti veľmi aktuálna a dôležitá. S rastúcim záujmom o podnikanie a inovácie sa zvyšuje aj počet startupov v Slovenskej republike, pričom len niektoré z nich dosahujú úspech a prežívajú. Cieľom tejto práce je analyzovať faktory úspechu v piatich vybraných slovenských startupoch v oblasti IT, ktoré v minulosti prešli procesom vývoja a dosiahli určitý stupeň úspešnosti. Hlavným prínosom práce bude poskytnutie ex-post hodnotenia a zistenie, aké faktory boli kľúčové pre úspech daných startupov v ich vývoji a aký bol ich finančný vývoj v horizonte piatich rokov. Na základe týchto poznatkov bude možné odvodiť niektoré odporúčania a zistenia, ktoré by mohli pomôcť zvyšovať úspešnosť budúcich startupov v Slovenskej republike.

Pred začatím písania teoretickej časti práce sme si museli dôkladne preštudovať knižné a internetové zdroje, ktoré sa zaoberajú problematikou úspešných startupov v IT oblasti. Tieto zdroje nám poskytli východiská pre náš výskum a umožnili nám získať relevantné informácie a poznatky týkajúce sa faktorov úspešnosti, ktoré sme následne aplikovali pri analýze vybraných slovenských startupov. V teoretickej časti bakalárskej práce sme sa venovali charakteristike a klasifikácii startupov, pričom sme definovali pojem startup a rozlišovali sme rôzne typy startupov podľa ich podnikateľských cieľov a fázy vývoja. V ďalšej časti sme porovnávali startup s klasickým podnikom a zdôrazňovali sme rozdiely medzi nimi, ako napríklad flexibilitu a rýchlosť vývoja, ale aj riziká a neistoty. Ďalej sme sa venovali úspešnosti startupov a jej merateľným ukazovateľom, ako napríklad rast tržieb, nárast zákazníkov, prípadne ziskovosť. V druhej časti teoretickej časti sme sa zamerali na faktory úspešnosti startupov a ich analýzu. Konkrétne sme skúmali úspešnosť startupov podľa odvetvia a ich špecifických vlastností, ako aj faktory, ktoré môžu viesť k neúspechu startupu, ako napríklad nedostatok finančných prostriedkov alebo zlé riadenie.

V praktickej časti sme sa zameriavalí na ex-post hodnotenie vybraných slovenských startupov v IT oblasti. Konkrétne sme analyzovali päť startupov z hľadiska prítomnosti faktorov úspechu v čase ich vývoja. Tieto faktory sme analyzovali pomocou metodík ako kvalitný tím, trh s veľkým potenciálom rastu, možnosti právnej ochrany vlastnej inovácie, manažérsku kompetentnosť a iné. Okrem toho sme sa zamerali aj na finančný prehľad vývoja každého z týchto startupov v horizonte piatich rokov.

Cieľom praktickej časti bolo aj zhodnotiť úspešnosť vybraných slovenských startupov v IT oblasti v kontexte faktorov, ktoré prispievajú k ich úspechu. Na základe týchto analýz sme chceli identifikovať, aké faktory sú kľúčové pre úspešný vývoj startupu v danom odvetví a poskytnúť ucelený pohľad na to, ako sa vybrané startupy vyvíjali v priebehu času. Tým sme chceli prispieť k poznaniu faktorov, ktoré môžu byť kritické pre úspech slovenských startupov v IT oblasti a pomôcť tak pri tvorbe efektívnejších podmienok pre rozvoj slovenského startupového ekosystému. Pri tvorbe práce sme využili určité metódy na dosiahnutie stanovených cieľov.

Indukcia: Využili sme indukčnú metódu pri analýze prípadov štúdie zameraných na slovenské startupy. Zhromaždili sme konkrétne príklady úspešných a neúspešných slovenských startupov v oblasti IT a vyvodili sme z nich všeobecné závery o faktoroch úspešnosti startupov.

Dedukcia: Deduktívnu metódu sme využili pri teoretickom skúmaní problematiky startupov. Na základe všeobecných znalostí a faktov sme odvodzovali závery o tom, ako by mali byť založené a riadené startupy v IT oblasti, aby boli úspešné.

Abstrakcia: Abstraktnú metódu sme použili pri analýze úspešných startupov, kde sme získali abstraktné závery o tom, aké faktory sú najdôležitejšie pre úspech startupov v oblasti IT.

Analýza: Analytickú metódu sme využili na skúmanie finančných ukazovateľov vybraných slovenských startupov a ich vývoja v čase.

Syntéza: Syntetickú metódu sme využili na zhrnutie výsledkov výskumu a vypracovanie záverov a odporúčaní týkajúcich sa úspešnosti slovenských startupov v IT oblasti.

5 VÝSLEDKY PRÁCE

V časti výsledkov práce sme prezentovali získané poznatky a výsledky analýz. V tejto časti sme zhodnotili situáciu na trhu s startupmi v IT oblasti na Slovensku, analyzovali sme faktory úspešnosti startupov a ich klasifikáciu podľa odvetví. Celkovo sme v tejto časti poskytli prehľad o situácii na trhu s startupmi v IT oblasti na Slovensku a získali sme informácie o úspešnosti slovenských startupov v tejto oblasti.

5.1 Charakteristika vybraných startupov

Staffino XM je startup zameraný na komplexnú správu zákazníckej skúsenosti (CX) a zamestnaneckej skúsenosti (EX). Ich platforma umožňuje zber spätnej väzby od zákazníkov, identifikáciu hlavných problémov a zlepšenie procesov. Okrem toho poskytujú aj poradenstvo v oblasti CX a monitorovanie retencie zákazníkov. Startup ponúka širokú škálu produktov a služieb na zlepšenie CX vrátane správy spätnej väzby, CX consulting, metrík CX, sémantického motora, CX dashboardov, hodnotenia výkonu a priekopníckych nákupov. Ich cieľom je pomôcť firmám vytvoriť a implementovať efektívne CX stratégie a zlepšiť ich výnosy. Svoje služby poskytujú pod vedením skúsených špecialistov na CX, ktorí majú dlhoročné skúsenosti v oblasti zákazníckej skúsenosti a pomohli mnohým firmám zlepšiť svoje výsledky. Vďaka svojim modulom a službám na zlepšenie CX Staffino XM patrí medzi významných hráčov v oblasti zákazníckej skúsenosti a pomáha firmám zlepšiť ich výkonnosť v tejto kľúčovej oblasti.⁴²

Luigi's Box je startup, ktorý poskytuje sadu nástrojov pre e-commerce spoločnosť, ktoré zvyšujú predaj a konverziu pomocou umelej inteligencie. Ich produkt pomáha nájsť to, čo hľadáte, v priebehu niekoľkých sekúnd, vďaka prispôbenému vyhľadávaniu, ktoré dokáže predpovedať zámery a preferencie zákazníkov na základe ich zmeny kliknutia a dokáže sa vysporiadať s preklepmi, synonymami a diakritikou. Okrem toho poskytuje prispôbené odporúčania na vypredané produkty alebo najpredávanejšie produkty. Ich nástroje a funkcie zlepšujú UX e-shop a zákazníci sa s veľkou pravdepodobnosťou vracajú na miesta, kde mali dobré skúsenosti a radi nakupovali. Podľa toho, čo si zákazníci v e-

⁴² STAFFINO. 2023. Je čas prepojiť údaje CX s podnikaním a výnosmi. [online]. [cit. 2023-04-11] Dostupné na internete: <https://staffino.com/>

shope prezreli a čo kúpili, im Luigi's Box vie poradiť, čo by ešte mohli v budúcnosti potrebovať. Ich cieľom je prinášať e-shopom zisk.⁴³

Excalibur je startup, ktorý vyvinul riešenie pre bezpečnú autentifikáciu a autorizáciu na základe používateľov smartfónov. Ich produkt využíva smartfóny ako bezpečný hardvérový token pre autentifikáciu a autorizáciu. Excalibur sa snaží nahradiť všetky formy autentifikácie a autorizácie založenej na heslách pomocou silnej a užívateľsky príjemnej viacfaktorovej autentifikácie. Ich produkt je schopný poraziť všetky útoky na prihlasovacie údaje, pretože dokáže automaticky meniť heslo pri každom prihlásení. V procese prihlásenia používateľ nezadáva heslo, ale interaguje so smartfónom a poskytuje rôzne autentifikačné faktory, ktoré sú definované bezpečnostnou politikou. Excalibur sa vyznačuje aj tým, že poskytuje spätnú kompatibilitu so všetkými aplikáciami, operačnými systémami a službami, ktoré sa dnes používajú. Hlavným cieľom Excaliburu je posunúť autentifikáciu a autorizáciu od hesiel k bezpečnejším a užívateľsky príjemnejším spôsobom autentifikácie, a to na základe smartfónov používateľov. Ich produkt sa snaží vytvoriť most medzi súčasnosťou založenou na heslách a budúcnosťou bez hesiel.⁴⁴

GroupSolver je startup, ktorý ponúka online prieskumnú platformu s mozgom, ktorá umožňuje rýchlejšie a spoľahlivejšie získavanie informácií o výskumnej téme. Ich platforma využíva kombináciu dátovej inteligencie a strojového učenia na odfiltrovanie šumu a duplikátov odpovedí v reálnom čase. Proces prieskumu na platforme GroupSolver začína tým, že respondent odpovie na otvorené otázky vlastnými slovami. Potom používatelia hodnotia ďalšie odpovede prieskumu, aby identifikovali spoločné črty publika. Na záver, AI na platforme prideliť štatistickú podporu a organizuje odpovede do kľúčových poznatkov. GroupSolver ponúka aj nástroje na hlbšie pochopenie prieskumných údajov, ako je napríklad AI Open-End, ktorý kvantifikuje kvalitatívne údaje, alebo IdeaCluster, ktorý ukazuje korelácie v odpovediach. V závere, GroupSolver je startup, ktorý ponúka moderné riešenie na získavanie a spracovanie prieskumných údajov. Ich kombinácia dátovej inteligencie a strojového učenia umožňuje používateľom získať rýchlejšie a spoľahlivejšie informácie.⁴⁵

⁴³ LUIGISBOX. 2023. Vyhľadávanie na stránkach a zisťovanie produktov s podporou AI pre elektronický obchod. [online]. [cit. 2023-04-12] Dostupné na internete: <https://www.luigisbox.com/>

⁴⁴ EXCALIBUR. 2023. Už žiadne heslá, exploits alebo potreba neustálej aktualizácie. [online]. [cit. 2023-04-12] Dostupné na internete: <https://getexcalibur.com/>

⁴⁵ GROUPSOLVER. 2023. Jediná skutočná platforma Quant-Qual. [online]. [cit. 2023-04-13] Dostupné na internete: <https://groupsolver.com/>

Vectary je startup založený v roku 2014 so sídlom v Bratislave. Ich online platforma umožňuje používateľom vytvárať a spravovať interaktívne 3D návrhy bez nutnosti sťahovania softvéru alebo kódovania. S použitím WebGL renderovacieho enginu poskytuje platforma okamžitú vizuálnu spätnú väzbu v reálnom čase, aby používateľom pomohla doladiť ich 3D návrhy. Vectary ponúka viac ako 800 000 preddefinovaných 3D modelov a taktiež umožňuje používateľom importovať a upravovať vlastné súbory. Platforma podporuje aj rozšírenú realitu a umožňuje exportovanie interaktívnych 3D obsahov do Metaverzie, čo z nej robí zaujímavý nástroj pre tvorcov digitálneho obsahu. Vectary sa snaží zjednodušiť 3D dizajn a sprístupniť ho širšej verejnosti. S ich jednoduchým online nástrojom, používatelia nezávisle od ich úrovne skúseností, môžu vytvárať kreatívne a inovatívne 3D návrhy. V súčasnosti, platformu využívajú stovky tisíc používateľov z rôznych oblastí, vrátane dizajnérov, inžinierov, učiteľov a študentov.⁴⁶

5.2 Výsledky skúmania

Staffino: Na základe získaných informácií má Staffino s.r.o silné skóre vo viacerých kategóriách. Zakladateľ Tomáš Rosputinský je veľký nadšenec IT oblasti, o čom svedčia jeho podnikateľské skúsenosti v oblasti reklamy a stratégie. Čo sa týka technických zručností, má relevantné pracovné skúsenosti na LinkedIn. Má tiež vysokú úroveň profesionálnych skúseností, keďže pracoval na strategických, technologických, dizajnových a komunikačných projektoch pre mnoho startupov. Pokiaľ ide o dostupný kapitál, Staffino získal finančné prostriedky prostredníctvom počiatočných kôl a akceleračných programov. Generálny riaditeľ spoločnosti tiež preukázal silné vodcovské schopnosti v iných spoločnostiach, ako sú Exponea, Funderbeam a THIS IS LOCCO.

Chýbajú však niektoré informácie týkajúce sa hospodárenia spoločnosti. Schopnosť manažérskeho tímu viesť spoločnosť k úspechu v týchto oblastiach je kľúčová pre dlhodobý rast startupu. Napriek tomu má Staffino dobre vyvážený manažérsky tím s doplnkovými zručnosťami a skúsenosťami, vrátane dvoch spoluzakladateľov, ktorí spolu pracovali na THIS IS LOCCO. Celkovo má Staffino s.r.o na základe získaných informácií vysoký potenciál úspechu v IT startupovom priemysle na Slovensku.

Restu aj Staffino ponúkajú inovatívne produkty, aj keď medzi nimi existujú určité rozdiely. Restu začalo ako rezervačný systém pre reštaurácie, ale rozšírilo sa o ďalšie

⁴⁶ VECTARY. 2023. Vytvorte 3D interaktívne zážitky, aby ste dostali svoje nápady. [online]. [cit. 2023-04-13] Dostupné na internete: <https://www.vectary.com/>

funkcie vrátane systému registrácie a možnosti používateľov hodnotiť reštaurácie a poskytovať im spätnú väzbu. Staffino je na druhej strane inteligentná platforma na správu skúseností, ktorá ponúka komplexné riešenia CX a EX na zlepšenie podnikania. Staffino umožňuje majiteľom firiem zbierať personalizovanú spätnú väzbu od konkrétnych zamestnancov, komunikovať priamo so zákazníkmi a budovať si lojalitu zákazníkov. Aj keď na Slovensku existujú podobné podniky a aplikácie, ktoré ponúkajú podobné služby ako Staffino, spoločnosť sa odlišuje jedinečným prístupom a riešeniami zameranými na riešenie problémov súvisiacich s riadením zamestnancov a zlepšovaním služieb zákazníkom. Nie je nám však jasné, či je produkt jasným vylepšením existujúcich produktov, a ani neexistujú žiadne informácie o tom, či bol produkt vyvinutý do podoby funkčného prototypu. Potreba produktu sa však zdá byť vysoká, pretože spoločnosť bola inšpirovaná k vytvoreniu Staffino po tom, čo zažila mimoriadne pozitívne aj negatívne skúsenosti so službami pre zákazníkov.

Staffino dostalo investíciu od slovenského investičného fondu Neulogy Ventures. V našich zdrojoch sa neuvádza veľkosť tejto investície, ale CEO Staffina Tomáš Rosputinský uviedol, že očakáva, že finančná investícia, skúsenosti a NV s biznisovými špičkami pomôžu urýchliť a škálovať projekt oveľa rýchlejšie. Zdroj na Crunchbase uvádza, že posledná investícia do spoločnosti bola v roku 2016. Zisková marža výrobu a aj celého podnikania nie sú verejne dostupné, ako sa neuvádzajú ani informácie o schopnosti dosiahnuť bod zlomu bez ďalšieho financovania, nízkych počiatočných kapitálových výdavkoch, vysokých prognózach ziskovej marže, potenciálu skorého odchodu investora ani o objeme tržieb, ktorý sa dá za život startupu získať z neho.

Spoločnosť sa rozširuje na nové trhy a má ambície stať sa globálnou firmou. Konkurenciu tvoria nielen slovenské, ale aj celosvetové spoločnosti, ako napríklad Zendesk, Salesforce Service Cloud, Freshworks, HubSpot Service Hub a Intercom. Výhodou spoločnosti Staffino je jednoduchý prístup k distribučným kanálom a dodávateľom, minimálna konkurencia v prvých 3 rokoch a schopnosť vytvoriť nový trh pre svoj produkt. Súčasná konkurencia je Nicereply, LiveAgent, HelpDesk, Zoho Desk, Freshdesk a celosvetové: Zendesk, Salesforce Service Cloud, Freshworks, HubSpot Service Hub, Intercom Naopak, nevýhodou pre firmu je absencia patentu.

Tabuľka 3 Finančná analýza Staffino

Rok	Tržby	Zisk/Strata	Návratnosť aktív	Celková zadlženosť
2018	633 453	4 143	0,70%	41,40%
2019	738 538	36 020	6,00%	39,60%
2020	877 053	71 799	13,60%	17,43%
2021	1 198 110	87 090	14,40%	14,00%
2022	ešte nedostupné	ešte nedostupné	ešte nedostupné	ešte nedostupné

Zdroj: <https://www.finstat.sk/47645407>, vlastné spracovanie

Na základe získaných údajov z Finstat môžeme vidieť, že finančný vývoj Staffino bol pozitívny v rokoch 2019 až 2021. Tržby spoločnosti sa výrazne zvýšili z 633 453 eur na 1 198 110 eur. Zisk Staffino bol tiež pozitívny počas posledných troch rokov, čo naznačuje, že spoločnosť mala vytvorený ziskový podnikateľský model.

Návratnosť aktív sa však v poslednom čase znížila. V roku 2018 bola návratnosť aktív 0,70%, čo naznačuje, že spoločnosť využívala svoje aktíva efektívne. Avšak v roku 2021 sa táto hodnota znížila na 14,40%, čo naznačuje, že spoločnosť nebola tak efektívna pri využívaní svojich aktív ako v minulosti. Celková zadlženosť spoločnosti bola pomerne vysoká v posledných rokoch, a to až 41,40% v roku 2018 a 39,60% v roku 2019. Avšak v nasledujúcich rokoch sa znížila na 17,43% v roku 2020 a 14,00% v roku 2021, čo je pozitívne znamenie pre spoločnosť.

Nezískali sme údaje za rok 2022, takže nie je pre nás možné poskytnúť presnú prognózu pre tento rok. Avšak, na základe predchádzajúceho trendu rastu tržieb a zisku, je možné predpokladať, že spoločnosť bude naďalej rásť. Perspektíva spoločnosti bude závisieť od toho, ako bude spoločnosť schopná zlepšiť svoju návratnosť aktív a efektívne riadiť svoje dlhy, zatiaľ čo bude pokračovať v raste tržieb a zisku.

Luigi's box: je slovenský startup, ktorý získal ocenenia za svoj analytický nástroj na zjednodušenie vyhľadávania čohokoľvek v elektronickom obchode. Zakladatelia Michal Barla, G. Nagy a Tomáš Kramár projekt čiastočne financovali sami a prostredníctvom anjelských investorov, vďaka čomu sa mohli sústrediť na development. Majú dobre koordinovaný tím so silnými technickými a manažérskymi zručnosťami, ako aj odbornými znalosťami v oblasti výskumu, vývoja a výroby. Manažérsky tím má tiež skúsenosti s

riadením ľudí, marketingom a financiami so spoločnou víziou stať sa lídrom v odvetví vyhľadávacích zariadení. Startup vykazuje výborné výsledky a jeho tržby sa každoročne zdvojnásobujú nielen na Slovensku, ale aj v Európe. Zakladatelia majú skúsenosti z vedúcich pozícií v Sabongi AG s.r.o, sú nadšení zo svojho projektu a majú silnú túžbu, aby bol úspešný.

Luigi's Box má jedinečný produkt SaaS, ktorý zjednodušuje proces objavovania a hľadania nových produktov na stránkach elektronického obchodu. Vytvorený produkt má konkurenčnú výhodu oproti existujúcim produktom a trh ho potrebuje. Podľa zdroja z roku 2021 je však stále vo vývoji. Táto technológia je jazykovo nezávislá a možno ju použiť na akejkolvek webovej stránke alebo platforme, kde je funkcia vyhľadávania. Spoločnosť získala počiatočnú investíciu vo výške 100 000 EUR od spoločnosti Leverage Technology a získala dve dodatočné investície vo výške 25 000 EUR a 30 000 EUR. Spoločnosť sa taktiež zúčastnila aj troch malých investičných kôl, v ktorých vyzbierala celkovo menej ako 1 milión EUR. Luigi's Box dokázal prežiť bez externých investícií za posledné tri roky a jeho zákaznícka základňa neustále rastie. Vďaka tomu nemusí v budúcnosti potrebovať ďalšie investície. Očakávaná miera návratnosti, čas do dosiahnutia rovnováhy a potenciál výstupu nie sú špecifikované. Tržby spoločnosti sa však každoročne zdvojnásobujú a spoločnosť má rastúci počet platiacich klientov. Investor požaduje návratnosť investície vo výške minimálne desaťnásobku pôvodnej investície do piatich až desiatich rokov. Schopnosť spoločnosti dosiahnuť tento výnos nie je známa. Celkovo sa Luigi's Box javí ako sľubná investičná príležitosť s jedinečným produktom, rastúcou zákazníckou základňou a históriou úspešných investícií. Na posúdenie potenciálnej finančnej návratnosti a ziskovosti je však potrebných viac informácií.

Luigi's Box však čelí niektorým potenciálnym výzvam, medzi ktoré patrí absencia patentu na svoj produkt, konkurencia väčších spoločností, ako je Algolia, a potreba neustále inovovať, aby si udržali pozíciu lídra na trhu. Spoločnosť už preukázala úspech na Slovensku a prilákala viac ako 700 klientov v 15 krajinách. Pokiaľ ide o duplicitu, nie je nám jasné, či existujú významné prekážky vstupu, ktoré by mohli brániť iným spoločnostiam vo vývoji podobných produktov alebo služieb. Skutočnosť, že Luigi's Box nemá na Slovensku priamu konkurenciu a už dnes slúži širokému spektru klientov vo viacerých krajinách, však naznačuje, že si na trhu vybudovala silnú pozíciu.

Tabuľka 4 Finančná analýza Luigi' Box

Rok	Tržby	Zisk/Strata	Návratnosť aktív	Celková zadlženosť
2018	142 635	-60 035	-11,60%	79,60%
2019	360 464	-121 854	-20,20%	20,00%
2020	714 800	36 358	5,40%	23,56%
2021	1 445 843	66 512	7,10%	37,80%
2022	2 773 810	8 547	0,60%	58,30%

Zdroj: <https://www.finstat.sk/50641671>, vlastné spracovanie

Zo získaných údajov môžeme vidieť, že finančný vývoj spoločnosti Luigi' Box v posledných piatich rokoch bol značne nestabilný. V roku 2018 a 2019 spoločnosť zaznamenala značné straty. Avšak v nasledujúcich rokoch sa jej podarilo zvýšiť tržby a dosiahnuť zisk. Tržby spoločnosti sa výrazne zvýšili z 142 635 eur v roku 2018 na 2 773 810 eur v roku 2022. Zisk spoločnosti bol pozitívny len v posledných troch rokoch, pričom v roku 2018 a 2019 bola zaznamenaná vysoká strata. Návratnosť aktív sa tiež zvýšila v posledných rokoch. V roku 2018 bola návratnosť aktív -11,60%, ale v roku 2021 sa zvýšila na 7,10%. V roku 2022 sa však znížila na 0,60%, čo naznačuje, že spoločnosť by mohla potrebovať zlepšiť svoju efektivitu využívania aktív.

Celková zadlženosť spoločnosti bola pomerne vysoká v minulosti, najmä v roku 2018, kedy dosiahla 79,60%. V posledných rokoch sa jej podarilo znížiť zadlženosť na 37,80% v roku 2021 a 58,30% v roku 2022. Zníženie zadlženosti je pozitívne znamenie pre spoločnosť, keďže to znamená, že bude mať viac finančných prostriedkov na rozvoj a rast. Perspektíva spoločnosti bude závisieť od toho, ako bude schopná udržať si rast a zlepšiť efektivitu využívania svojich aktív, ako aj riadiť svoje dlhy v budúcnosti.

Excalibur: Zakladateľ tejto spoločnosti prejavuje vysokú mieru entuziazmu vo svojom prístupe k podnikaniu a jeho rozhodnutie a pozitívny postoj sú demonštrované vo vyjadreniach o neustálom vzdelávaní, kontinuálnom pokroku a nedovoľujú, aby ich niečo zastavilo. Technické zručnosti podnikateľa sú na vysokom stupni. Podnikateľ, Ivan Klimek, je skúseným systémovým a softvérovým inžinierom, ktorý vedie vynikajúci tím softvérových a hardvérových vývojárov. Jeho odborné zručnosti a skúsenosti predstavujú

silnú základňu pre úspech podniku. Jeho profesionálne skúsenosti z iných IT spoločností a funkcie predsedu predstavenstva pre Slovenský telekomunikačný regulačný úrad však naznačujú istú úroveň manažérskej kompetencie. Má bohaté profesionálne skúsenosti v IT priemysle s viac ako 20-ročnou praxou, vrátane kybernetickej bezpečnosti. Pred založením Excaliburu spolu zakladal aj niekoľko ďalších IT spoločností, vrátane Global IT a Anasoft.

Excalibur má vysoké hodnotenie v oblasti jedinečnosti produktu. Jeho unikátna hodnota spočíva v poskytovaní kompatibility s existujúcimi aplikáciami, operačnými systémami a službami, čo vytvára most medzi súčasným svetom založeným na heslách a budúcnosťou bez hesiel. V čase, keď je dôvera v bezpečnosť narušená a existuje množstvo problémov s únikom hesiel a kybernetickými útokmi, Excalibur plánuje uľahčiť a zefektívniť tieto oblasti. Jeho pokročilá technológia kryptovania CRcOTP zaujala významné spoločnosti, ako je AVG, Intel alebo Deutsche Telekom. Spoločnosť sa snaží stavať na už existujúcej technológii, kde Google s jeho službou Authenticator je priekopníkom, a posunúť ju na vyšší level vytvorením univerzálnej služby Cloud Authentication.

Excalibur získal investíciu od Deutsche Telekom vo výške do 500-tisíc eur na podporu ďalšieho vývoja produktu. Podľa doteraz získaných informácií nie je možné vyhodnotiť ďalšie finančné kritériá, ako je návratnosť investície, prognózy ziskovej marže alebo objem tržieb, ktorý sa dá získať zo startupu.

Podľa správy od MarketsandMarkets sa predpokladá, že globálna veľkosť trhu kybernetickej bezpečnosti vzrastie z 217,6 miliardy USD v roku 2020 na 345,4 miliardy USD do roku 2025, s ročným priemerom rastu (CAGR) 9,7 % počas predpovedaného obdobia. Excalibur ako spoločnosť zaoberajúca sa kybernetickou bezpečnosťou je postavený tak, aby mohol profitovať z tohto rastového trendu. Poskytovaním inovatívnych a účinných riešení kybernetickej bezpečnosti pre firmy a organizácie má Excalibur potenciál získať podiel na tomto rastúcom trhu a ďalej rozvíjať svoje podnikanie v nasledujúcich rokoch.

V oblasti kybernetickej bezpečnosti existuje celosvetovo mnoho známych hráčov, ako sú Symantec, McAfee, Palo Alto Networks, Fortinet a Check Point. Tieto spoločnosti ponúkajú širokú škálu riešení kybernetickej bezpečnosti, vrátane ochrany koncových zariadení, sieťovej bezpečnosti, cloudu a ďalších. V Slovenskej republike pôsobí niekoľko spoločností v oblasti kybernetickej bezpečnosti, ako sú Eset, Safetica Technologies a

Flowmon Networks, ktoré poskytujú rôzne riešenia kybernetickej bezpečnosti pre firmy a organizácie na Slovensku a aj v zahraničí. Celkovo je trh kybernetickej bezpečnosti veľmi konkurenčný a spoločnosti ako Excalibur sa musia odlišovať poskytovaním inovatívnych riešení a vynikajúcej zákazníckej služby, aby v tomto preplnenom odvetví vynikli.

Tabuľka 5 Finančná analýza Excalibur

Rok	Tržby	Zisk/Strata	Návratnosť aktív	Celková zadlženosť
2018	247 300	-1 870	-21,85%	84,80%
2019	270 900	15	0,03%	97,00%
2020	322 000	-10 009	-50,03%	143,40%
2021	202 100	2 059	30,70%	198,60%
2022	85 000	2 597	41,90%	47,36%

Zdroj: <https://www.finstat.sk/50331558>, vlastné spracovanie

Finančný vývoj slovenského startupu Excalibur v oblasti IT bol v minulosti nestabilný. V roku 2018 mali stratový rok s negatívnou návratnosťou aktív a vysokou celkovou zadlženosťou. V roku 2019 sa im podarilo dosiahnuť pozitívny zisk, ale ich návratnosť aktív bola veľmi nízka. V roku 2020 sa vrátili k stratám a ich návratnosť aktív sa ešte zhoršila, aj keď celková zadlženosť klesla. V roku 2021 sa im podarilo dosiahnuť zisk a zlepšiť svoju návratnosť aktív, ale ich tržby sa výrazne znížili.

Všeobecne platí, že startup Excalibur musí pracovať na zvyšovaní svojich tržieb, aby mohol zlepšiť ich výkonnosť. Ich návratnosť aktív bola v minulosti nízka a tým pádom musia zvýšiť úroveň svojej aktivity, aby sa mohli zlepšiť ich ukazovatele rentability a efektívnosti. Je tiež dôležité, aby si udržiavali nízku úroveň zadlženosti a zabezpečili si finančnú stabilitu. Ak budú pokračovať v zlepšovaní svojho finančného výkonu a v rozvoji svojho podnikania, môžu mať perspektívu pre budúcnosť.

Groupsolver: Rast'o Ivanič je považovaný za jedného z najlepších podnikateľov v oblasti marketingu a inovácií s viac ako 20-ročnými skúsenosťami v tomto odvetví vrátane technológií, konzultačných služieb a prieskumu trhu. Je generálnym riaditeľom Groupsolver, spoločnosti, ktorá získala niekoľko ocenení za inovatívne riešenia pre prieskum trhu a analýzu dát. Čo sa týka technických zručností, Ivanič má vynikajúce

manažérske a vodcovské kvality, o čom svedčia jeho pracovné skúsenosti ako CEO Groupsolver a Oliver's Planet, Inc. Ivanic je známy svojim nadšením pri riešení problémov a túžbou pomáhať podnikom uspieť. Pokiaľ ide o financovanie, Groupsolver bol založený v roku 2017 s počiatočnými investíciami od anjelských investorov a začínajúcich fondov, pričom prvé kolo investícií predstavovalo 2,1 milióna dolárov. Spoločnosť odvtedy získala ďalšie finančné prostriedky na posilnenie svojej pozície na trhu a poskytovanie lepších služieb svojim klientom.

Podľa nášho prieskumu sa celkovo produkt javí ako vysoko inovatívny s jedinečným riešením problémov, ktoré využívajú známe spoločnosti v tomto odvetví. Spoločnosť ponúka aj doplnkové služby, ktoré zákazníkom pomôžu efektívne využívať ich softvér. Existuje tu aj potenciál pre rast a rozvoj v budúcnosti, pretože spoločnosť získala značné finančné prostriedky na urýchlenie svojho rastu. Konkrétne požiadavky na ročné návratnosti investícií pre Groupsolver sa nedajú jednoznačne stanoviť, pretože závisia od mnohých faktorov, ako sú napríklad fáza vývoja spoločnosti, rozsah investície, stratégia investora a riziková úroveň investície. Všeobecne platí, že pre start-upy a nové podniky s vysokým rizikom a neistotou sa požadujú vyššie návratnosti, aby sa investorom vykompenzovalo riziko straty investície. Pre anjelových investorov sa môžu požadovať ročné návratnosti v rozmedzí od 20% do 30%, zatiaľ čo pre venture kapitálové fondy sa požadujú podobná návratnosť, ale dokonca môže byť aj vyššia, a to najmä pri rizikovejších investíciách. V prípade Groupsolver by požiadavky na návratnosť investícií mohli byť ovplyvnené ich rastom a úspechom. Ak by sa podarilo spoločnosti dosiahnuť silný trhový postavenie a stabilné tržby, mohli by sa investorom požadovať nižšie návratnosti, keďže by riziko straty investície bolo nižšie. Na druhej strane, ak by sa spoločnosti darilo menej dobre, mohli by sa investorom požadovať vyššie návratnosti.

Spoločnosť alokovala svoj nedávno získaný kapitál na marketing a predaj namiesto vývoja softvéru, pretože ich hlavnou prioritou je sprístupniť svoj produkt väčšiemu počtu zákazníkov. Rozšírili svoj marketingový tím z jedného na troch ľudí a na urýchlení rastu spolupracujú s viacerými agentúrami. Spoločnosť Groupsolver pôsobí v oblasti prieskumu trhu, ktorý má niekoľko konkurentov, vrátane Qualtrics, SurveyMonkey, Toluna, Qualitative Research Consultants Association (QRCA) a Research Now. Groupsolver sa však od svojich konkurentov využívaním umelej inteligencie a strojového učenia na zlepšenie kvality a presnosti výsledkov prieskumu trhu. Tento inovatívny prístup im umožnil získať pozornosť investorov a vďaka jedinečnému riešeniu rýchlo rásť.

GroupSolver má klientov v Spojených štátoch, Európe, Austrálii, Japonsku a Južnej Afrike, vrátane agentúr a výskumných spoločností ako IRI, Ipsos, Nikkei a známych značiek ako Adidas, Google, Lenovo, Twitter, a General Mills. Momentálne pracujú na projektoch pre veľkú spoločnosť sociálnych médií, ktorej nevedia prísť na meno.

Tabuľka 6 Finančná analýza GroupSolver

Rok	Tržby	Zisk/Strata	Návratnosť aktív	Celková zadlženosť
2018	409 195	-78 684	-233,30%	149,60%
2019	224 930	13 531	50,60%	58,90%
2020	261 934	13 135	43,20%	67,40%
2021	305 647	11 371	21,30%	60,10%
2022	ešte nedostupné	ešte nedostupné	ešte nedostupné	ešte nedostupné

Zdroj: <https://www.finstat.sk/50084739>, vlastné spracovanie

Na základe uvedených údajov môžeme vidieť, že finančný vývoj startupu GroupSolver v oblasti IT bol v posledných rokoch stabilný, aj keď sú čísla z roku 2018 zreteľne záporné. Tržby spoločnosti za rok 2021 sa zvýšili oproti predchádzajúcim rokom, ale zisk zostáva nízky v porovnaní s tržbami. Návratnosť aktív spoločnosti sa zlepšila, ale stále zostáva nízka v porovnaní s konkurenciou. Celková zadlženosť sa postupne znižuje, čo je pozitívne.

V horizonte piatich rokov je ťažké odhadnúť úspešnosť a perspektívu spoločnosti, najmä v oblasti IT, kde sa trh a technológie rýchlo menia. Avšak, ak spoločnosť dokáže zlepšiť svoje finančné ukazovatele a udržať si tržnú pozíciu, môže mať dobré vyhliadky na úspech. Je dôležité, aby spoločnosť investovala do svojho produktu a získavala nových zákazníkov, aby mohla zvýšiť svoje tržby a zisk v budúcnosti.

Vectary: Na základe informácií môžeme vyvodit', že Vectary je online nástroj na tvorbu 3D obsahu, ktorý ponúka niekoľko jedinečných výhod a funkcií, ako je webový 3D editor, jednoduchosť použitia, spolupráca v reálnom čase a integrácia s inými nástrojmi. Firma sa zameriava na zjednodušenie a sprístupnenie 3D vizuálov pre všetkých, a to nielen pre skúsených profesionálov. Vectary má viac ako milión tvorcov po celom svete a viac ako tisíc digitálnych agentúr a kreatívnych štúdií ktoré používajú tento nástroj.

Michal Koor, CEO a spoluzakladateľ spoločnosti Vectary, ktorá sa podieľa na tvorbe 3D obsahu a poskytuje webový nástroj na vytváranie a úpravu 3D modelov a animácií. Zdá sa, že Michal Koor je veľmi nadšený z tvorby spomínaného softvéru, ktorý ľuďom umožňuje vytvárať 3D obsah a stále sa snaží zlepšovať a rozvíjať svoju spoločnosť. Michal Koor bol pôvodne priemyselným dizajnérom a vyvinul parametrický nástroj na zjednodušenie tvorby 3D modelov. Táto skúsenosť ho pravdepodobne viedla k založeniu spoločnosti Vectary. Koor má bohaté skúsenosti s riadením firiem, bol CEO a spoluzakladateľ viacerých spoločností v oblasti dizajnu a produktového vývoja. Má dlhoročné skúsenosti ako priemyselný dizajner a v minulosti bol Product Ownerom a spoluzakladateľom portálu DESIGNBY.sk, ktorý podporoval profesionálov aj študentov v oblasti dizajnu. Z dostupných informácií nie je možné určiť, či Michal Koor vložil vlastné financie do spoločnosti Vectary, ale zdá sa, že získal investície od rôznych investičných fondov a anjelských investorov. Firma konkrétne získala investície vo výške 7,3 miliónov od spoločností EQT a Blueyard, čo svedčí o záujme investorov o rastúci trh tvorby 3D obsahu. Zaznamenal sa aj potenciál budúceho financovania z rôznych zdrojov, ako sú investičné fondy a korporácie. Chýbajú však ďalšie faktory potrebné na výpočet očakávanej miery návratnosti, času do dosiahnutia rentability a ďalšie investičné metriky, takže je ťažké určiť celkový potenciál výnosov alebo schopnosť dosiahnuť 10-násobný výnos v priebehu 5-10 rokov. Okrem toho nie je známa schopnosť spoločnosti dosiahnuť ziskovosť a dosiahnuť hranicu rentability bez ďalšieho financovania.

Podľa prieskumu Burning Glass Technologies rástol dopyt po 3D grafike celkovo o 42 % rýchlejšie ako trh s dizajnom. To naznačuje rastúci trh pre 3D dizajn a potenciálnu príležitosť pre Vectary získať podiel na trhu. Životný cyklus trhu v tejto oblasti sa pohybuje rýchlo a je charakteristickým krátkym cyklom vývoja nových produktov a služieb, ktoré sú často nahradené novými a inovatívnymi riešeniami. Vectary sa vyznačuje hlavne jednoduchým prístupom k distribučným kanálom a dodávateľom a poskytuje riešenie pre problém, ktorým je bariéra vstupu nových produktov na trh kvôli komplexnosti používania a zdieľania obsahu vytvoreného pomocou tradičných 3D dizajnových nástrojov.

Celkovo možno povedať, že Vectary je zaujímavou firmou, ktorá sa snaží zjednodušiť a sprístupniť tvorbu 3D obsahu pre všetkých. Jej unikátne funkcie a výhody, spolu s rastúcim záujmom o tvorbu 3D, jej poskytujú dobré predpoklady pre úspech na

trhu. Avšak, konkurencia existuje a spoločnosť by mala byť schopná zvládnuť výzvy, ktoré sa môžu objaviť na ceste k úspechu.

Tabuľka 7 Finančná analýza Vectary

Rok	Tržby	Zisk/Strata	Návratnosť aktív	Celková zadlženosť
2018	984 327	45 015	13,30%	26,30%
2019	1 093 435	47 848	12,50%	22,50%
2020	792 162	30 335	7,10%	24,00%
2021	1 633 058	55 191	9,50%	34,00%
2022	1 486 898	74 043	11,80%	27,40%

Zdroj: <https://www.finstat.sk/47946962>, vlastné spracovanie

Spoločnosť Vectary mala v rokoch 2018 a 2019 relatívne stabilný vývoj tržieb a zisku, s návratnosťou aktív okolo 12-13%, čo je pre IT startup pomerne konkurencieschopné číslo. Celková zadlženosť v týchto rokoch bola tiež relatívne nízka, pohybovala sa okolo 22-26%. V roku 2020 však Vectary zaznamenali výrazný pokles tržieb a zisku, a to o viac ako 25%. Napriek tomu sa im podarilo udržať návratnosť aktív na úrovni okolo 7%, no celková zadlženosť vzrástla na 24%, čo naznačuje, že sa možno ocitli v ťažkej finančnej situácii.

V roku 2021 Vectary zaznamenali výrazný nárast tržieb a zisku, čo ich posunulo na výrazne vyššiu úroveň ako v roku 2019. Návratnosť aktív sa zvýšila na 9,5%, čo je opäť pozitívne číslo, no celková zadlženosť stále zostáva vysoká na úrovni 34%. Vysoká celková zadlženosť stále ostáva ako potenciálny rizikový faktor. V horizonte piatich rokov by Vectary mali zlepšovať svoju finančnú stabilitu a znižovať svoju celkovú zadlženosť, aby zabezpečili udržateľný rast a dlhodobú perspektívu.

Na základe analýzy najdôležitejšie faktory pre úspech vybraných slovenských IT startupov môžu závisieť od konkrétneho startupu, ale niektoré spoločné faktory môžu zahŕňať:

- Silný tím s technickými a obchodnými zručnosťami,
- Inovatívne riešenia, ktoré vyriešia konkrétny problém na trhu,
- Schopnosť rýchlej adaptácie a flexibilita na meniace sa podmienky,

- Schopnosť získať investície a finančnú podporu na rast a rozvoj,
- Kvalitná zákaznícka služba a spokojnosť zákazníkov,
- Schopnosť vytvoriť si dobrú povesť a získať dôveru.

Pri tvorbe analýzy vybraných startupov sme získali informácií, na základe ktorých sme vytvorili tabuľku medziročných rastov tržieb, ktoré sme následne zhodnotili.

Tabuľka 8 Medziročné rasty tržieb

Medziročné rasty	2022	2021	2020	2019	2018
Excalibur	-57,94%	-37,24%	18,86%	9,54%	-4,88%
Vectary	-8,95%	106,15%	-27,55%	11,08%	30,01%
Staffino	neuvedené	36,61%	18,76%	16,59%	24,79%
Luigi's box	91,85%	102,27%	98,30%	152,72%	394,01%
Groupsolver	neuvedené	16,69%	16,45%	45,03%	87,63%

Zdroj: vlastné spracovanie

- Excalibur vykázal kolísavý výkon a značné fluktuácie v rastoch tržieb. Zaznamenal významné poklesy v roku 2022 a 2018, čo môže signalizovať problémy, s ktorými sa spoločnosť stretla. V roku 2020 a 2019 bola tiež zaznamenaná záporná miera rastu, čo vyvoláva obavy o ich stabilitu a rast.
- Vectary preukázal zmesný výkon v priebehu piatich rokov. V roku 2021 zaznamenal výrazný nárast tržieb o viac ako 100%, čo naznačuje ich silný rast. Avšak v roku 2022 bola zaznamenaná mierne negatívna miera rastu, čo by mohlo naznačovať potenciálne výzvy, s ktorými sa spoločnosť stretla. Celkovo však Vectary preukázal stabilnú a rastovú tendenciu s pozitívnymi medziročnými rastmi tržieb v minulosti.
- Staffino nemá k dispozícii údaje za rok 2022, ale v predchádzajúcich rokoch vykazoval stabilný rast tržieb. Ich medziročné rasty tržieb v roku 2020, 2019 a 2018 naznačujú postupné zvyšovanie tržieb, čo môže byť pozitívnym znakom.
- Luigi's Box predstavuje startup s výrazným rastom tržieb v priebehu piatich rokov. Súčasný medziročný rast tržieb ukazuje silný nárast v každom roku, pričom v roku 2018 a 2019 bola zaznamenaná veľmi vysoká percentuálna miera rastu. Tieto údaje

naznačujú dynamický rozvoj spoločnosti Luigi's Box.

- GroupSolver preukazuje postupný rast tržieb s pozitívnymi medziročnými rastmi v priebehu posledných piatich rokov. Ich údaje ukazujú stabilný a mierne rastúci trend, čo môže byť povzbudzujúce pre túto spoločnosť.

Podľa našej analýzy medziročného rastu tržieb, startupom s najrýchlejším celkovým medziročným rastom tržieb je Luigi's Box. Jeho tržby v priebehu piatich rokov rástli výrazne, pričom najvýraznejší rast bol zaznamenaný v roku 2018 s nárastom o 394,01%. Nasledujúce roky pokračovali vo vysokom raste, aj keď mierne spomalenom tempom.

Taktiež sme vytvorili bodový systém na ohodnotenie jednotlivých startupov. Pre lepšiu prehľadnosť sme body prideliť každému startupu podľa kritérií, ktoré sme následne vložili do tabuliek.

Tabuľka 9 Bodová matica - Podnikateľ

Podnikateľ	Groupsolver	Vectary	Staffino	Luigi's Box	Excalibur
Technické zručnosti	9	8	8	7	9
Manažérske schopnosti	8	8	7	6	6
Profesionálne skúsenosti	9	8	9	7	8
Priemer	8,67	8	8	6,67	7,67

Zdroj: vlastné spracovanie

Podľa nami pridelených bodov jednotlivým startupom sa zdá, že v oblasti technických zručností vyniká s hodnotou 9 bodov startup Groupsolverom a Excalibur. Staffino a Vectary majú o stupeň nižšie hodnotenie so 7 bodmi skončil Luigi's Box.

V oblasti manažérskych schopností majú Groupsolver a Vectary rovnaké hodnoty 8 bodov, pričom Staffino a Luigi's Box dosahujú hodnoty 7 bodov. Excalibur má najnižšie hodnotenie s 6 bodmi.

Pokiaľ ide o profesionálne skúsenosti Groupsolver a Staffino dosahujú hodnotu 9 bodov, pričom Vectary dosahuje hodnotu 8 bodov. Luigi's Box opäť získal najnižšie

hodnotenie s 7 bodmi. Celkovo hodnotené startupy vykazujú rozdielne sily a slabé stránky v rôznych oblastiach.

Tabuľka 10 Bodová matica - Produkt

Produkt	Groupsolver	Vectary	Staffino	Luigi's Box	Excalibur
Jedinečnosť produktu	9	6	6	10	8
Užitočnosť produktu pre zákazníka je zrejmá	7	8	9	9	8
High-Tech product	9	9	7	8	7
Priemer	8,33	7,67	7,33	9	7,67

Zdroj: vlastné spracovanie

Môžeme konštatovať, že v oblasti jedinečnosti produktu vyniká Luigi's Box s hodnotou 10 bodov, nasledovaný Groupsolverom s hodnotou 9 bodov. Excalibur dosahuje hodnotu 8 bodov, zatiaľ čo Vectary a Staffino majú hodnoty 6 bodov.

Pokiaľ ide o užitočnosť produktu pre zákazníka, Luigi's Box a Staffino majú rovnaké hodnoty 9 bodov, pričom Vectary a Excalibur dosahujú hodnoty 8 bodov. Groupsolver dosahuje hodnotu 7 bodov.

V kategórii "High-Tech product" majú Groupsolver a Vectary rovnaké hodnoty 9 bodov, Luigi's Box dosahuje hodnotu 8 bodov, Excalibur dosahuje hodnotu 7 bodov a Staffino má hodnotu 7 bodov.

Luigi's Box vyniká v jedinečnosti produktu a priemerne dosahuje najvyššie hodnotenie. Groupsolver je silný v oblastiach jedinečnosti produktu a high-tech produktu. Vectary a Excalibur majú priemerne hodnotenie, pričom Vectary je silnejší v oblasti high-tech produktu a Excalibur v oblasti užitočnosti produktu pre zákazníka. Staffino dosahuje najnižšie celkové hodnotenie a je najslabším produktom v tomto porovnaní.

Tabuľka 11 Bodová matica - *Financie*

Financie	Groupsolver	Vectary	Staffino	Luigi s Box	Excalibur
Veľkosť investície	9	10	7	6	7
Rozsah a šanca na neskoršie kolá financovanie	7	7	8	10	6
Potenciál exitu	10	6	6	5	7
Priemer	8,67	7,67	7,00	7	6,67

Zdroj: vlastné spracovanie

V oblasti veľkosti investície vyniká Vectary s hodnotou 10 bodov, nasledovaný Groupsolverom s hodnotou 9 bodov. Staffino a Excalibur dosahujú hodnotu 7 bodov, zatiaľ čo Luigi's Box má hodnotu 6 bodov.

Pokiaľ ide o rozsah a šancu na neskoršie kolá financovania, Luigi's Box dosahuje hodnotu 10 bodov, Staffino dosahuje hodnotu 8 bodov, Groupsolver a Vectary majú hodnoty 7 bodov. Excalibur dosahuje hodnotu 6 bodov.

V kategórii potenciálu exitu, Groupsolver dosahuje hodnotu 10 bodov, Vectary a Staffino majú hodnoty 6 bodov, Luigi's Box dosahuje hodnotu 5 bodov a Excalibur dosahuje hodnotu 7 bodov. Staffino a Excalibur majú nižšie hodnotenie vo všetkých kategóriách a predstavujú finančne slabšie ukazovatele.

Tabuľka 12 Bodová matica - *Trh a produkt*

Trh a produkt	Groupsolver	Vectary	Staffino	Luigi s Box	Exclibur
Rast trhu	8	8	6	6	7
Súčasná konkurencia	9	7	5	5	6
Potenciálny zahraničný trh	9	6	8	8	7
Priemer	8,67	7	6,33	6,33	6,67

Zdroj: vlastné spracovanie

V oblasti rastu trhu vynikajú Groupsolver a Vectary s hodnotami 8 bodov. Luigi's Box a Staffino majú hodnoty 6 bodov, zatiaľ čo Excalibur dosahuje hodnotu 7 bodov.

Pokiaľ ide o súčasnú konkurenciu, Groupsolver dosahuje hodnotu 9 bodov, Vectary dosahuje hodnotu 7 bodov, Staffino, Luigi's Box dosiahli 5 bodov a Excalibur má hodnotu 6 bodov.

V kategórii potenciálu zahraničného trhu Groupsolver znovu vyniká s 9 bodmi, Luigi's Box a Staffino dosahujú hodnotu 8 bodov, Vectary dosahuje hodnotu 6 bodov a Excalibur dosahuje hodnotu 7 bodov.

- Luigi's Box vyniká v oblastiach jedinečnosti produktu, užitočnosti produktu pre zákazníka a profesionálnych skúseností.
- Groupsolver je silný v oblastiach technických zručností, manažérskych schopností, súčasnej konkurencie a potenciálu exitu.
- Vectary vykazuje vysoké hodnotenie v oblastiach high-tech produktu, veľkosti investície a potenciálu zahraničného trhu.
- Excalibur vykazuje priemerné hodnotenie v rôznych oblastiach, smerom k nižšiemu koncu spektra. Je dôležité zvážiť jeho slabšie body, ako je potenciál exitu a profesionálne skúsenosti.
- Staffino vykazuje nižšie hodnotenie vo väčšine kategórií. Jeho silné stránky sú užitočnosť produktu pre zákazníka a profesionálne skúsenosti. Avšak, vo finančných a trhových ukazovateľoch sa javí ako menej konkurencieschopný.

Celkovo je dôležité zvážiť kombináciu týchto faktorov a určiť, ktorý startup najlepšie spĺňa potreby a očakávania investorov alebo zákazníkov.

6 DISKUSIA

Na základe získaných informácií a finančných údajov je pre nás ťažké jednoznačne určiť, ktorý startup je najlepší. Každý z týchto startupov sa zaoberá odlišnou oblasťou a poskytuje rôzne produkty a služby. Výber najlepšieho startupu závisí od viacerých faktorov a záujmov. Ak sa pozrieme na finančné údaje, spoločnosť Vectary vykazuje najväčší rast tržieb v priebehu posledných rokov a zároveň dosahuje ziskové výsledky. Majú tiež relatívne nízku celkovú zadlženosť a udržateľnú návratnosť aktív. Tieto faktory nám jednoznačne naznačujú stabilitu a rast spoločnosti.

Na druhej strane, každý startup má svoje jedinečné vlastnosti a prínosy. Staffino XM sa zameriava na zlepšenie zákazníckej skúsenosti a zamestnaneckej skúsenosti, Luigi's Box ponúka nástroje pre zlepšenie predaja a konverzie v e-commerce, Excalibur sa snaží zlepšiť autentifikáciu a autorizáciu, a GroupSolver poskytuje prieskumné nástroje. Celkovo môžeme povedať, že najlepší startup závisí od konkrétnych potrieb a cieľov, či už ide o zlepšenie zákazníckej skúsenosti, efektívne riadenie predaja, zabezpečenie autentifikácie a autorizácie alebo získavanie dát a prieskumov. Je dôležité zhodnotiť, ktorý startup najlepšie zodpovedá vašim požiadavkám a očakávaniam.

Podľa nášho názoru je Vectary jedným z tých lepších startupov z tejto skupiny. Ich stabilný rast tržieb a ziskov naznačujú, že majú silný obchodný model a atraktívne produkty. Okrem toho majú široké uplatnenie v rôznych oblastiach, čo znamená, že majú potenciál osloviť veľký počet zákazníkov. Ich online platforma na tvorbu 3D návrhov je jedinečná a poskytuje okamžitú vizuálnu spätnú väzbu, čo je veľmi užitočné pre dizajnérov a tvorcov digitálneho obsahu. Taktiež majú veľké množstvo preddefinovaných 3D modelov a podporujú exportovanie do Metaverzie, čo je veľmi moderné a aktuálne. Celkovo si myslím, že Vectary má veľký potenciál a môže sa stať lídrom v oblasti online 3D dizajnu.

Na druhej strane hoci má Vectary isté silné stránky, zaujímavý produkt a rastúce tržby, nemyslíme si, že je jednoznačne najlepším startupom. Keď sa pozrieme na finančné údaje, napríklad Staffino XM má potenciál zlepšiť svoju finančnú situáciu a vyrovnať straty. Ich zameranie na zlepšenie zákazníckej a zamestnaneckej skúsenosti je veľmi dôležité v súčasnom konkurenčnom prostredí. Okrem toho, Luigi's Box sa zaoberá oblasťou e-commerce a ponúka nástroje pre zlepšenie predaja a konverzie, čo je pre mnohé

spoločnosti kritické. V konečnom dôsledku je najlepší startup relatívny pojem a závisí od toho, aký aspekt a cieľ je pre jednotlivca dôležitý.

7 ODPORÚČANIA PRE PRAX

Na základe preskúmania danej problematiky a konkrétnych startupov sme vytvorili pre každý startup jednotlivé odporúčania pre prax.

Vectary:

- Pokračovať v rozširovaní knižnice preddefinovaných 3D modelov, aby sa poskytla ešte väčšia škála možností užívateľom.
- Investovať do vylepšenia užívateľského rozhrania a zabezpečiť, aby bolo intuitívne a jednoduché na používanie, čo zvýši príťažlivosť pre nových používateľov.
- Využiť potenciál rozšírenej reality a pokračovať v rozvoji funkcií, ktoré umožňujú tvorbu a exportovanie AR obsahu.
- Aktívne spolupracovať s tvorcami digitálneho obsahu a designérmi na získavanie spätnej väzby a zlepšovanie platformy zameranej na ich potreby.

Staffino:

- Neustále vylepšovať analytické nástroje a poskytovať podrobné a zrozumiteľné analýzy spätnej väzby, aby sa pomohlo spoločnostiam vytvárať relevantné a zmysluplné zlepšenia.
- Aktívne komunikovať s klientmi a prispôbovať nástroje a funkcie platformy na základe ich potrieb a požiadaviek.
- Vytvoriť prostredie pre otvorenú a konštruktívnu spätnú väzbu medzi zákazníkmi a spoločnosťou, aby sa posilnila dôvera a lojalita.

Luigi's Box:

- Zamerať sa na zlepšenie finančnej stability a ziskovosti, aby sa znížila strata a zvýšila rentabilita aktív.
- Analyzovať a spravovať zadlženosť, s cieľom zlepšiť finančnú flexibilitu a znižovať riziko spojené s vysokou zadlženosťou.
- Hľadať nové príležitosti na rast tržieb, napríklad prostredníctvom rozšírenia produktového portfólia alebo zvýšenia podielu na trhu.

- Zlepšovať efektivitu a operatívne procesy, aby sa znížili náklady a zvýšila konkurencieschopnosť.

Excalibur:

- Zvážiť reštrukturalizáciu dlhu a optimalizáciu celkovej zadlženosti, aby sa znížilo riziko a zlepšila finančná situácia spoločnosti.
- Analyzovať a vyhodnocovať trhové príležitosti a hľadať spôsoby, ako rozšíriť zákaznícku základňu a zvýšiť tržby.
- Vylepšovať procesy a efektivitu prevádzky, aby sa zlepšila výkonnosť a minimalizovali straty.
- Skúmať možnosti diverzifikácie produktov alebo služieb, aby ste sa prispôbili meniacim sa potrebám zákazníkov a získali konkurenčnú výhodu.

GroupSolver:

- Zamerať sa na zníženie straty a dosiahnutie finančnej stability, čo zahŕňa optimalizáciu nákladov a zvýšenie tržieb.
- Sústrediť sa na zlepšenie návratnosti aktív, analyzujte a identifikujte oblasti, kde je možné zvýšiť efektivitu využívania aktív.
- Posilňovať svoje vzťahy so zákazníkmi a zamestnancami prostredníctvom účinného riadenia spätnej väzby a implementácie zlepšení na základe získaných informácií.
- Neustále vylepšovať svoje analytické nástroje a poskytovať hodnotné a prehľadné analýzy, ktoré pomáhajú spoločnostiam robiť informované rozhodnutia a dosahovať lepšie výsledky.

ZÁVER

V rámci našej bakalárskej práce sme sa zamerali na analýzu piatich vybraných slovenských startupov v oblasti IT s cieľom identifikovať faktory, ktoré prispeli k ich úspechu v čase ich vývoja.

Na základe nášho skúmania a analýzy sme identifikovali niekoľko kľúčových zistení. Prvým významným faktorom úspechu bola prítomnosť kvalitného tímu. Všetky vybrané startupy disponovali tímom odborníkov s technickými alebo obchodnými zručnosťami, ktorí boli schopní vytvoriť inovatívne a konkurencieschopné riešenia. Startupy, ktoré boli schopné chrániť svoje inovačné riešenia pomocou patentov alebo licencií, mali konkurenčnú výhodu a ochranu pred neoprávneným využívaním ich nápadov. Manažérske kompetencie boli ďalším dôležitým faktorom úspechu. Startupy s kvalitným manažmentom, schopným efektívne riadiť projekty, stratégiu a finančné prostriedky, mali lepšie vyhliadky na úspech. Na záver sme zhodnotili finančný vývoj vybraných startupov v horizonte piatich rokov. Tieto informácie nám poskytli ucelený obraz o výkonnosti a perspektíve každého startupu. Po vyhodnotení finančných analýz dostupných startupov, predpokladáme, že najlepším startupom v období piatich rokov je startup Vectary. Podľa uvedených údajov dosiahol najvyššie tržby a zisk, ako aj vysokú návratnosť aktív a relatívne nízku celkovú zadlženosť. Je dôležité poznamenať, že kvalita a úspech startupu závisí od rôznych faktorov a nie len finančných ukazovateľov.

Vcelku sa dá povedať, že odvetvie IT je považované za jedno z najdynamických a perspektívnych odvetví v súčasnej dobe. V oblasti IT existuje veľký potenciál pre rast a inovácie, a to nielen na slovenskom trhu, ale aj na medzinárodnej úrovni. Vzhľadom na perspektívu rastu a inovácií je dôležité, aby slovenské IT startupy využívali svoje silné stránky, ako je kvalitný tím, schopnosť adaptácie na trhové zmeny, vytváranie konkurenčných výhod a dobrý manažment. Rovnako je dôležité, aby získali podporu a financovanie, či už od investorov, vlády alebo iných finančných inštitúcií. Celkovo povedané, odvetvie IT poskytuje veľké príležitosti a perspektívu pre úspech slovenských startupov, ktoré sú schopné vytvárať inovatívne riešenia a efektívne konkurovať na trhu.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

ANDACKÝ, J. 2015. Veľa peňazí, málo start-upov. In TREND. ISSN 1335-0684, 2015, č.48 s. 12-18.

BLANK, S. 2011. *Why Governments Don't Get Startups* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>

BLANK, S. - DORF, B. 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. Pescadero : K&S Ranch, Inc. Publishers, 2012. 18 s. ISBN 978-0-9849993-7-8

BORÝSEK, P. 2020. („Korona“) průzkum startupové scény: Některé projekty skončí, uvolní to ale lidi. [online]. [cit. 2023-03-16]. Dostupné na internete: <https://www.e15.cz/byznys/korona-pruzkum-startupove-sceny-nektere-projekty-skonci-uvolni-to-ale-lidi-1368105>

EXCALIBUR. 2023. Už žiadne heslá, exploits alebo potreba neustálej aktualizácie. [online]. [cit. 2023-04-12] Dostupné na internete: <https://getexcalibur.com/>

FASTERCAPITAL.COM. 2023. *What are the key factors for a successful startup* . [online]. [cit. 2023-03-21]. Dostupné na internete: <https://fastercapital.com/content/What-are-the-key-factors-for-a-successful-startup.html>

FORGRAMS.COM. 2015. *Čo je to startup?* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://www.forgrams.com/co-je-startup>

GARAJ, P. 2015. Päť rokov so start-upmi. In *Trend*. ISSN 1335-0684, 2015, č. 48, s. 13-19. HARROCH R. – SULLIVAN, M.. 2016. *Startup Financing: 5 Key Funding Options For Your Company*. [online]. [cit. 2023-01-31]. Dostupné na internete: <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2019/12/22/startup-financing-key-options/?sh=41c72c232a84>

GROUPSOLVER. 2023. Jediná skutočná platforma Quant-Qual. [online]. [cit. 2023-04-13] Dostupné na internete: <https://groupsolver.com/>

JACKSON, D. 2018. *What is the difference between a startup and a company: Growth expectations and financing* [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete:

<http://www.smh.com.au/small-business/startup/what-is-the-difference-between-a-startup-and-a-small-business-20160209-gmpoeu.html>

KISKA A. 2014. *What is a Startup?* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné na internete: <http://www.netocratic.com/what-is-a-startup-3612>

Koncepcia pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v Slovenskej Republike. [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné na internete: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/pTlqvAqi.pdf?csrt=5281989343941361797>

LANDAU, C. 2020. *What's the Difference Between a Small Business Venture and a Startup?* [online]. [cit. 2023-02-22]. Dostupné na internete: <http://articles.bplans.com/whats-difference-small-business-venture-startup/>

LUCICA, D. F. 2019. *What is the difference between a startup and a company?* [cit. 2023-02-25]. Dostupné na internete: <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-a-startup-and-a-company>

LUIGISBOX. 2023. Vyhľadávanie na stránkach a zisťovanie produktov s podporou AI pre elektronický obchod. [online]. [cit. 2023-04-12] Dostupné na internete: <https://www.luigisbox.com/>

MINAEV, A: 2023. *Startup Statistics (2023): 35 Facts and Trends You Must Know.* [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://firstsiteguide.com/startup-stats/>

PODNIKANIE. 2015. Prečo zlyhávajú startupy. [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné na internete: <http://mesacnikpodnikanie.sk/preco-zlyhavaju-startupy-top-11-najcastejsich-chyb-a-pricin/>

RIES, E. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.* New York : Crown Business, 2011. 336 s. SBN 978-0-307-88791-7.

RIES, E. 2015. *Lean Startup: Jak budovat úspěšný byznys na základě neustálé inovace.* Praha : Bizbooks, 2015. , 2011. 280 s. ISBN 978-80-2650-389-7.

RUBY, D. 2023. *107+ Startup Statistics For 2023 (Updated).* . [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.demandsage.com/startup-statistics/>

SAMONINI, S. 2021. *Go-To-Market Strategy for Startups: 10 Key Steps (+ Examples).* [online]. [cit. 2023-02-28]. Dostupné na internete: <https://www.lean-labs.com/blog/go-to-market-strategy-for-startups>

- SBA. 2014. *Startupy – nápady, ktoré menia svet*. [online]. [cit. 2023-02-12]. Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/startupy-napady-ktore-menia-svet#.Vj8frtIvfIV>
- STAFFINO. 2023. Je čas prepojiť údaje CX s podnikaním a výnosmi. [online]. [cit. 2023-04-11] Dostupné na internete: <https://staffino.com/>
- STARTUPGRIND. 2022. *5 Realistic Tips to Build a Successful Startup*. . [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné na internete: <https://www.startupgrind.com/blog/5-realistic-tips-to-build-a-successful-startup/>
- SHARE, V. 2019. *What is the difference between a startup and a company?* [cit. 2023-02-25]. Dostupné na internete: <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-a-startup-and-a-company>
- SKLENARPARTNERS.SK, 2015. *Startup* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://www.sklenarpartners.sk/oblasti-posobnosti/start-up>
- SCHUMACHER-HODGE DIXON M. 2016. *10 Differences Between a Small Business and a Startup*. [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné na internete: <https://mandelash.medium.com/10-differences-between-a-small-business-and-a-startup-a2aad6896487>
- SLADE, H. 2021. *Geniální nápad na startup nedostanete na poradě ale na dovolené*. [online]. [cit. 2023-03-11]. Dostupné na internete: <https://forbes.cz/chcete-dostat-skvely-napad-na-startup-jedte-na-dovolenou-2/>
- SLÁVIK, Š. a kol., 2015 *Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie Startupov I*. Bratislava : Ekonóm, 2015. 309 s. ISBN 978-80-225-4167-1.
- TECHOPEDIA. 2016. *Dot-Com Boom* [online]. [cit. 2023-02-11]. Dostupné na internete: <https://www.techopedia.com/definition/26175/dot-com-boom>
- VAGANER, I. 2022. *10 Key Factors That Lead to Successful Startups*. [online]. [cit. 2023-03-19]. Dostupné na internete: <https://medium.com/@ido.vapner/10-key-factors-that-lead-to-successful-startups-55e1d511e123>
- VATIONVENTURES.COM. 2021. *What makes a successful startup*. [online]. [cit. 2023-02-16]. Dostupné na internete: <https://www.vationventures.com/blog/what-makes-a-successful-startup>
- VECTARY. 2023. Vytvorte 3D interaktívne zážitky, aby ste dostali svoje nápady. [online]. [cit. 2023-04-13] Dostupné na internete: <https://www.vectary.com/>

ZAUIJIMAVOSTI.NET. *Máte nápad a chcete spravit' diery do sveta?* [online]. [cit. 2023-02-13]. Dostupné na internete: <http://zaujimavosti.net/veda-a-technika/mate-napad-chcete-spravit-dieru-sveta-skuste-zacat-na-startitup-sk/>

ZELENKA, F. 2021. *Financování startupů ze střední Evropy silně zaostává. Situace se ale zlepšuje.* [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné na internete: <https://www.e15.cz/byznys/startupy/financovani-startupu-ze-stredni-evropy-silne-zaostava-situace-se-ale-zlepsuje-1386270>