

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102003/I/2022/36100138884151812

ODLIŠNOSTI PODNIKATEĽSKÝCH STRATÉGIÍ STARTUP
FIRIEM AKO PODSTATA ICH ÚSPEŠNOSTI
Diplomová práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

ODLIŠNOSTI PODNIKATEĽSKÝCH STRATÉGIÍ STARTUP
FIRIEM AKO PODSTATA ICH ÚSPEŠNOSTI

Diplomová práca

Študijný program: manažment medzinárodného obchodu

Študijný odbor: ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra medzinárodného obchodu

Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Otília Zorkóciová, PhD.

Čestné prehlásenie

Čestne prehlasujem, že som diplomovú prácu vypracoval samostatne na základe teoretických poznatkov a konzultácií za použitia uvedenej literatúry a ďalších zdrojov.

V Bratislave, 20.04.2022

.....

Bc. Ján Ľurc

Pod'akovanie

Týmto by som sa chcel v prvom rade poďakovať svojej školiteľke doc. Ing. Otílii Zorkóciovej, PhD. za jej odborné vedenie, metodickú pomoc a cenné rady, ktoré mi poskytla pri vypracovávaní tejto diplomovej práce.

V druhom rade by som sa chcel poďakovať zástupcom vybraných startup firiem BScMed. Róbertovi Hermanovi zo spoločnosti Powerful Medical a Matejovi Čaplovi zo spoločnosti IP Fabric za ich ochotu poskytnúť rozhovor a sprístupniť ich interné firemné materiály.

ABSTRAKT

ŇURC, Ján: Odlišnosti podnikateľských stratégií startup firiem ako podstata ich úspešnosti. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta: Katedra medzinárodného obchodu. – Vedúci záverečnej práce: doc. Ing. Otília Zorkóciová, PhD. Bratislava: OF EU, 2022, 75 s.

Predkladaná diplomová práca je vypracovaná na tému odlišností podnikateľských stratégií startup firiem ako podstata ich úspešnosti. Cieľom práce bolo analyzovať podnikateľské stratégie startup spoločností ako podstatu ich úspešnosti v podnikaní. Diplomová práca je rozdelená do troch kapitol. V prvej kapitole sa práca venuje charakteristike základných pojmov ako startup spoločnosť, história startup spoločností, kategorizácia startup spoločností, venuje sa aj rozdielom medzi startup spoločnosťami a klasickými podnikmi a ich životnému a finančnému cyklu. V druhej kapitole sa práca venuje zadefinovaniu cieľov práce. V druhej kapitole sú taktiež zadefinované hypotézy, ktorých potvrdenie alebo vyvrátenie sa nachádza v závere diplomovej práce. Empirická časť diplomovej práce bola vytvorená prostredníctvom štruktúrovaného rozhovoru so zástupcami vybraných startup spoločností, konkrétne Powerful Medical a IP Fabric. Výsledkom riešenia danej problematiky je skutočnosť, že práve vďaka správnej formulácii a implementácii podnikateľskej stratégie sú startup spoločnosti schopné dosahovať úspech. Výsledkom riešenia danej problematiky je načrtnutie celkového zhodnotenia danej problematiky na základe získaných poznatkov a ozrejenie významu podnikateľskej stratégie startupov pri dosahovaní úspechu.

Kľúčové slová: startup spoločnosť, inovácie, podnik

ABSTRACT

ŇURC, Ján: Differences of Startup Company Business Strategies as the Essence of Their Success. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce: Department of International Trade. – Thesis supervisor: doc. Ing. Otília Zorkóciiová, PhD. Bratislava: OF EU, 2022, 75 p.

The presented diploma thesis is elaborated on the topic of differences of business strategies of startup companies as the essence of their success. The aim of the work was to analyze the business strategies of startup companies as the essence of their success in business. The diploma thesis is divided into three chapters. In the first chapter, the work deals with the characteristics of basic concepts such as startup companies, the history of startup companies, the categorization of startup companies, it also deals with the differences between startup companies and traditional companies and their life and financial cycle. The second chapter deals with the definition of work objectives. The second chapter also defines the hypotheses, the confirmation or refutation of which is found at the end of the thesis. The empirical part of the thesis was created through a structured interview with representatives of selected startup companies, namely Powerful Medical and IP Fabric. The result of solving the issue is an outline of the overall assessment of the issue based on the knowledge gained and clarify the importance of the business strategy of startups in achieving success.

Key words: startup company, innovation, enterprise

Obsah

Úvod	9
1 Startupy – teoretické východiská (súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí) ...	11
1.1 Charakteristika pojmu startup.....	11
1.1.1 História startupov	13
1.1.2 Kategorizácia startupov.....	15
1.2 Rozdiely startupov v porovnaní s klasickými firmami.....	18
1.2.1 Stratégia a prvky	19
1.2.2 Kedy startup prestáva byť startupom	23
1.3 Podnikateľská stratégia startupov vychádzajúca z ich životného a finančného cyklu	25
1.3.1 Životný cyklus.....	25
1.3.2 Finančný cyklus	26
1.4 Medzinárodné podnikateľské prostredie a startupy.....	30
1.5 Aktuálna situácia startupov v Európe.....	32
2 Cieľ a metodika práce	34
2.1 Cieľ práce	34
2.2 Metodika práce	35
3 Analýza odlišností podnikateľských stratégií vybraných startup firiem (výsledky práce a diskusia)	37
3.1 Analýza podnikateľskej stratégie vybraných najúspešnejších startup firiem vo svete.....	37
3.2 Prehľad úspešných startup firiem v Slovenskej republike	44
3.3 Prehľad úspešných startup firiem v Českej republike	47
3.4 Porovnanie legislatívy a podporných prvkov startup firiem v Slovenskej a Českej republike ...	50
3.5 Charakteristika vybraných startup firiem	54
3.5.1 Analýza podnikateľskej stratégie firmy Powerful Medical	54
3.5.2 Analýza podnikateľskej stratégie firmy IP Fabric	58
3.6 Formulovanie odporúčaní na základe analýzy a výsledkov štruktúrovaného rozhovoru so zástupcami firiem Powerful Medical a IP Fabric	59
3.6.1 Vyhodnotenie štruktúrovaného rozhovoru so zástupcom firmy Powerful Medical	60
3.6.2 Vyhodnotenie štruktúrovaného rozhovoru so zamestnancom firmy IP Fabric.....	62
3.7 Zhodnotenie situácie vybraných startup spoločností.....	63
3.8 Návrh riešení	65
Záver	67
Zoznam použitej literatúry	70
Prílohy.....	75

Zoznam grafov

Graf 1 Fázy prechodu zo startupu na veľkú spoločnosť	24
Graf 2 Životný cyklus startupu	26
Graf 3 Finančný cyklus startupu	30

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1 Zoznam 10 najväčších startup firiem na svete podľa hodnoty firmy	38
Tabuľka 2 Prehľad balíčkov služieb pre platformu PMcardio	57

Zoznam skratiek

API	Application Programming Interface
EMR	Electronic Medical Record
EÚ	Európska únia
IASP	International Association of Science Parks
IP	Intellectual Property
IPO	Initial Public Offering
JVTP	Juhočeský vedecko technický park
NÚSCHN	Národný ústav srdcových a cievnych chorôb
SBA	Slovak Business Agency
RÚZ	Republiková únia zamestnávateľov
USA	Spojené štáty americké
USD	americký dolár

Úvod

Začiatok 21. storočia sa jednoznačne spája s množstvom pokroku a nových možností, inováciami a prepojenosťou, no zároveň sa spája aj s neuveriteľným množstvom neistoty. S týmito atribútmi si taktiež spájame fenomén startupov. Pojem startup síce zatiaľ nemá jednotnú definíciu, no môžeme konštatovať, že na startup môžeme nazerať ako na spoločnosť, ktorá je určená na rýchly rast, s cieľom vytvoriť inovatívne produkty a služby v podmienkach extrémnej neistoty. Veľká väčšina startup firiem vznikla v 21. storočí, no zopár veľmi úspešných startupov, ktoré už nemôžeme nazývať startupmi, vznikli už koncom 90. rokov 20. storočia a ukázali ostatným startup firmám, ako sa dá úspešne vyvinúť zo startupu na giganta.

Startupy sa stávajú úspešné predovšetkým z dôvodu, že sa snažia prísť s produktmi a službami, ktoré môžu pomôcť zmeniť svet k lepšiemu, zatiaľ čo bežným spoločnostiam ide primárne o zisk z predaja svojich tovarov a služieb. Každý rok vzniká mnoho startupov, ktoré možno aj majú úžasný inovatívny nápad, ako napríklad produkt na zlepšenie zdravotníctva, životného prostredia, či zjednodušenie zložitých procesov, no zároveň z nich obrovské množstvo neuspeje. Podnikateľská stratégia môže byť teda pri startupoch veľmi dôležitou problematikou, pretože im môže pomôcť s dosiahnutím vytúženého úspechu, no zároveň jej absencia môže startup firmy doviesť k nechcenému zániku. Táto problematika nás zaujala z dôvodu dôležitosti startup spoločností pri celkovom napredovaní ľudstva, pretože predstavujú obrovský inovačný potenciál, ktorý ľudstvo potrebuje.

Hlavnou témou diplomovej práce sú odlišnosti podnikateľských stratégií startup firiem ako podstata ich úspešnosti. Diplomová práca je rozdelená do troch kapitol. V prvej kapitole záverečnej práce sa budeme v prvom rade zaoberať teoretickými východiskami startup spoločností. Budeme sa venovať zadefinovaniu pojmov ako je startup spoločnosť a že samotný pojem startup nemá medzi odborníkmi a podnikateľmi úplnú a jasnú definíciu. Ďalej sa v prvej kapitole zameriame na históriu startup spoločností a kategorizáciu startup spoločností. Budeme sa zaoberať aj rozdielmi startupov v porovnaní s klasickými firmami, charakterizujeme kedy startup prestáva byť startupom. Taktiež sa budeme zaoberať aj podnikateľskou stratégiou startup spoločností, ktorá vychádza z ich životného a finančného cyklu. V poslednom rade sa budeme v tejto kapitole snažiť definovať medzinárodné podnikateľské prostredie pre startupy a aktuálnu situáciu startup spoločností v Európe.

V druhej kapitole záverečnej práce definujeme hlavný cieľ diplomovej práce a taktiež aj ciele čiastkové. V tejto kapitole si stanovíme aj hypotézy, ktoré sa budeme snažiť v priebehu

písania empirickej časti diplomovej práce potvrdiť alebo vyvrátiť a zadefinujeme aj metodiku záverečnej práce

V tretej kapitole sa budeme venovať analýze podnikateľskej stratégie vybraných najúspešnejších startup firiem vo svete. Zameriame sa na spoločnosti, ktoré sú najúspešnejšie podľa hodnoty firmy a budeme sa venovať aj prehľadu úspešných startup spoločností v Slovenskej republike a tak isto v Českej republike. Najzaujímavejšou časťou tretej kapitoly bude však charakteristika vybraných startup spoločností, ktorými sú Powerful Medical a IP Fabric. Pre splnenie cieľa diplomovej práce uskutočníme kvalitatívny výskum vo forme štruktúrovaného rozhovoru s predstaviteľmi oboch spoločností, konkrétne so zakladateľom spoločnosti Powerful Medical Róbertom Hermanom a so zamestnancom IP Fabric Matejom Čaplom. Prepisy týchto rozhovorov budú súčasťou príloh záverečnej práce.

1 Startupy – teoretické východiská (súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí)

Dnešný svet, čiže svet 21. storočia, je plný možností, pokroku a zároveň neistoty. Tento fakt je tvorený tým, že je dnes v podstate všetko na svete prepojené. Môžeme za to vdáčiť globalizácii, ktorá však nemá jednotnú a všeobecne platnú definíciu, no používa sa na opis rastúcej prepojenosti a vzájomnej závislosti svetových kultúr a ekonomík. Pri tomto procese považujeme za výsledok globalizácie aj veľmi výrazný technologický pokrok. S príchodom internetu a s oveľa dostupnejšími komunikačnými technológiami nastal aj nárast využívania virtuálneho prostredia, čím sa zvýšil celosvetový dopyt a ponuka. Tento nárast spôsobil, že je na firmy vytváraný stále väčší tlak na zavádzanie inovácií, aby si udržali svoju konkurencieschopnosť. Dnes im konkurenciu netvorí iba susedná firma z rovnakého, poprípade susedného štátu, ale tvorí ju akákoľvek firma na Zemi. Na druhú stranu, čím sú dnes trhy globálnejšie, tým majú firmy aj väčší potenciál na úspech, pretože majú omnoho väčší odbytový trh, ako len ten domáci. Všetky z týchto faktorov vytvorili ideálne prostredie pre vývoj nových druhov produktov novo vzniknutými firmami, ktoré môžeme v jednoduchosti nazvať startupmi.

Môžeme povedať, že startupy sú najsilnejším prejavom podnikania a inovácií. Od bežných podnikateľských subjektov sa odlišujú dynamickou expanziou na trhu, najčastejšie s využitím moderných technológií, akými sú informácie a komunikácia. Ich rýchly rozvoj je zaručený vďaka jedinečnému know-how startupu a finančnou podporou od investorov. Vďaka výnimočnej originalite podnikateľských nápadov, vysokému dopytu po kapitáli a intenzívnemu tempu rozvoja sú tieto začínajúce podniky vysoko rizikové a sú teda určené pre vizionárov a podnikateľov s nadpriemernou mierou akceptovania rizika.¹

1.1 Charakteristika pojmu startup

Samotný pojem startup nemá medzi odborníkmi ani podnikateľmi jasnú definíciu, rovnako ako globalizácia. Existuje však hneď niekoľko expertov, ktorí sa vo svojich článkoch definíciou tohto termínu zaoberajú.

¹ JONEK-KOWALSKA, Izabela - WOLNIAK, Radoslaw. The Influence of Local Economic Conditions on Start-Ups Local Open Innovation Systems. [online]. 2021. [cit. 2022-02-28]. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/2/110>

Medzi najuznávanejších autorov v tomto odbore patrí Steve Blank, autor niekoľkých významných publikácií o startupoch a profesor na popredných amerických univerzitách. Autor poníma startup ako dočasnú organizáciu navrhnutú tak, aby hľadala obchodný model, ktorý je opakovateľný a škálovateľný. Tvrdí, že: „rozdiel medzi bežnou spoločnosťou a startupom je v tom, že bežná spoločnosť má už pripravený obchodný model, zatiaľ čo startup ho ešte len hľadá.“²

Ďalším uznávaným odborníkom, investorom a zakladateľom niekoľkých veľmi úspešných startupov je Paul Graham, ktorý popisuje startup ako „spoločnosť, ktorá je určená na rýchly rast. Nie všetky založené spoločnosti sú však automaticky startupom. Hoci sa to často predpokladá, podmienkou pre definíciu startupu nie je využitie nových technológií, rizikového kapitálu alebo plánovanie predaja spoločnosti po dosiahnutí určitého úspechu. Jedinou podmienkou je rast. Všetko, čo sa týka startupu, vyplýva z rastu.“³

Podľa Dana Norrisa, startup podnikateľa a autora, startup zahŕňa inovácie, zároveň má vysoký potenciál vplyvu a vysoký stupeň neistoty. Autor je toho názoru, že ak nedôjde k inovácii, nie je to startup. Práve vzhľadom na tento fakt je väčšina startupov zameraná technologicky. Nie je to však pravidlom.⁴

Startup je ďalej charakterizovaný ako „ľudská organizácia založená s cieľom vytvoriť nové produkty a služby v podmienkach extrémnej neistoty. Podľa tejto definície všetky nové firmy nie sú startup a naopak oddelenie veľkej firmy za startup môžeme považovať.“⁵

Ďalší pohľad na startup priniesol podnikateľ Eric Reis, ktorý bol ovplyvnený samotným Stevom Blankom. Eric Reis je toho názoru, že: „veľakrát sa zabúda na fakt, že startup nie je len o produkte, technologickom prelome, či samotnej myšlienke, je to niečo väčšie ako súčet týchto jeho súčastí. Startup je primárne ľudská inštitúcia vytvorená preto, aby priniesla v podmienkach extrémnej neistoty, nový produkt alebo službu.“⁶

Môžeme teda konštatovať, že kľúčovými aspektmi startupov sú produkt, inovácie, rast a neistota, ktorej musia čeliť. Inovácia produktu odlišuje startup od klasických firiem. Úlohou

² BLANK, Steve. What's A Startup First Principles. [online]. 2010. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

³ GRAHAM, Paul. Startup = Growth. [online]. 2012. [2022-01-30]. Dostupné na: <http://www.paulgraham.com/growth.html>

⁴ NORRIS, Dan. Startup za 7 dní. Praha: Blue Vision, 2018. s. 21. ISBN 978-80-87672-66-2.

⁵ SVOBODOVÁ, Ivana - ANDERA, Michal. Od nápadu k podnikateľskému plánu: Jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. s. 48. ISBN 978-80-271-0407-9.

⁶ REIS, Eric. The Lean startup. New York: Random House, 2011. s. 8. ISBN 978-0-670-92160-7.

inovačných technológií je uľahčiť spoločnosti každodenné činnosti, či sa jedná o platenie faktúr, jednoduché vytváranie webových stránok, alebo nákup tovarov a služieb v internetovom obchode. „*Veľmi dôležitou vlastnosťou startupov je škálovateľnosť a teda znásobiť objem bez toho aby rástli náklady.*“⁷ Ďalším pohľadom na startup je, že: „*keď startup rapídne rastie nevedí, že práve nezarába. Pretože je tam „svetlo na konci tunela“. Je tu nádej, že keď sa startup dostane do určitej veľkosti, tak mu to umožní zarábať omnoho väčšie peniaze.*“⁸ Začínajúca firma, ktorá sa uberá týmto smerom, je ideálna pre investorov, ak je však pre podnikateľa prvoradý zisk, musí si zvoliť iný prístup.

Podnikanie vo forme startupu je vysoko rizikové, ako sme spomenuli vyššie, má vysoký stupeň neistoty. V tom je aj rozdiel medzi založením klasickej firmy a startupom. Ak sa človek púšťa do založenia nejakého startupu, dôležitou súčasťou je nápad. Dobre premyslený a správne uchopený nápad môže do viesť k prosperujúcemu biznisu.

1.1.1 História startupov

V našej dlhej histórii ľudstva je startup pomerne novým pojmom. Môžeme povedať, že sa začal používať približne od začiatku deväťdesiatych rokov 20. storočia v spojení s novo vytvorenými internetovými spoločnosťami a známou technologickou oblasťou s názvom Silicon Valley. Táto oblasť sa nachádza v Severnej Kalifornii a je tvorená niekoľkými mestami v blízkosti San Francisca. Dnes je domovom tých najväčších svetových firiem, ako sú napríklad Google, Apple, či Facebook, ktoré tu začínali ako startupy, no dnes sú to spoločnosti s hodnotou niekoľko miliárd. Nachádza sa tu aj Stanfordská univerzita, ktorá bola založená v roku 1885 Kalifornským guvernérom a železničným magnátom Lelandom Stanfordom a jeho manželkou Jane. „*Medzi najvýznamnejších študentov tejto univerzity môžeme s určitosťou zaradiť Williama Hewletta a Davida Packarda. S týmito dvoma študentmi je veľmi úzko spojený začiatok histórie Silicon Valley, keď v roku 1939 spoločne v garáži v Palo Alto založili spoločnosť Hewlett-Packard a vytvorili prvý nízko-nákladový spôsob merania zvukových frekvencií, známy ako audio oscilátor.*“⁹ Neskôr, počas druhej svetovej vojny, táto spoločnosť vytvorila radarovú a

⁷ BLANK, Steve. Make No Little Plans – Defining Scalable Startup. [online]. 2010. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2010/01/04/make-no-little-plans-%E2%80%93-defining-the-scalable-startup/>

⁸ VAŇHARA, John. Startup aspoň musí rásť. [online]. 2013. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <https://www.podnikanivusa.com/2013/11/16/startup-aspon-musi-rust/>

⁹ GROMOV, Gregory. From the Gold Mines of El Dorado to the “Golden” Startups of Silicon Valley. [online]. 2013. [cit. 2021-06-06]. Dostupné na: <http://silicon-valley-history.com/>

delostreleckú technológiu. V tomto období boli počítače veľké približne ako jedna miestnosť. Správcovia Stanfordskej univerzity založili v roku 1946 Stanfordský výskumný ústav, ako centrum inovácií na podporu hospodárskeho rozvoja v regióne.¹⁰

V tom istom roku americký fyzik a vynálezca William Shockley spoločne s jeho kolegami v Bell Labs vynášli tranzistor, ktorý je dnes známy ako počítačový procesor. Za túto zásluhu im bola v roku 1956 udelená Nobelová cena za fyziku. Neskôr v tomto roku Shockley odišiel zo spoločnosti Bell Labs a založil svoju vlastnú s názvom Shockley Semiconductor Labs. Bola to prvá spoločnosť, ktorá vyrobila tranzistory z kremíka a nie z germánia.¹¹

Kremík sa po anglicky povie „silicon“, z čoho bol neskôr odvodený názov Silicon Valley. Spoločnosť Shockley zamestnávala mnoho absolventov zo Stanfordskej univerzity, no v roku 1957 opustilo túto spoločnosť osem zamestnancov z dôvodu arogantného správania pána Shockleyho. Táto skupina dostala prezývku „traitorous eight“, teda po slovensky „zradná osmička“ a začala spolupracovať so Shermanom Fairchildom na výskume v spoločnosti Fairchild Semiconductor. Na začiatku 60. rokov pomohla táto spoločnosť vyrobiť počítačové komponenty pre vesmírny program Apollo. V roku 1968 založili Gordon Moor a Roberta Noyce, vlastnú spoločnosť s názvom Intel, ktorá v roku 1971 vytvorila a priniesla na trh prvý komerčne dostupný mikroprocesor s názvom Intel 4004. V tom istom roku sa spopularizoval názov Silicon Valley vďaka novinárovi Donovi Hoeflerovi, ktorý pomenoval svoj trojdielny článok „Silicon Valley USA“ práve kvôli už spomínaným tranzistorom, ktoré boli vyrobené z kremíka.¹²

„V roku 1969 sa Stanfordský výskumný ústav stal jedným zo štyroch uzlov ARPANET-u, malej vládnej siete, z ktorej sa neskôr stal internet.“¹³ V sedemdesiatych rokoch boli v oblasti Silicon Valley založené viaceré spoločnosti, no najznámejšia z nich je spoločnosť Apple, ktorá začínala ako garážový startup na výrobu počítačov a dnes je to gigant s miliardovou hodnotou. Najväčší rozmach éry startupov sa však v skutočnosti začal až koncom deväťdesiatych rokov. Nastal vtedy obrovský nárast používania internetu, ktorý startupom umožnil vstupovať na trhy

¹⁰ STANFORD UNIVERSITY. A History of Stanford. [online]. [cit. 2021-06-06]. Dostupné na: <https://www.stanford.edu/about/history/>

¹¹ SHAMPO, Marc – KYLE, Robert – STEENSMA, David. William Schockley and the Transistor [online]. 2012. [cit. 2021-06-06]. Dostupné na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3498287/>

¹² WHEELER, Robin. The Fairchild Lunar Mapping Camera [online]. 2003. [cit. 2021-06-06]. Dostupné na: <https://history.nasa.gov/afj/simbaycam/fairchild-lunar-mapping-camera.html>

¹³ SILICON VALLEY HISTORICAL ASSOCIATION. SRI International. [online]. 2008. [cit. 2021-06-07]. Dostupné na: <https://www.siliconvalleyhistorical.org/sri-international-history>

v rôznych krajinách a dokonca aj kontinentoch. Viera v technológiu a možnosť, že by internet mohol zmeniť svet, dali priestor pre vznik mnohým internetovým firmám, ktoré si mysleli, že pre úspech stačí vedieť ako si zaregistrovať svoju doménu na internete. Investori boli ochotní vkladať nemalé financie do rôznych startupov, ktoré ešte len začínali a nevytvárali zatiaľ žiadny zisk. Toto obdobie nazývame ako takzvaná dot-com bublina, ktorá praskla v roku 2001, pretože trh už ďalej nezvládal veľké množstvo firiem bez perspektívy s veľmi nízkou technologickou hodnotou. Firmy následne skrachovali a investori teda prišli o svoje vložené financie. Našťastie sa z tejto špekulatívnej bubliny startup komunita poučila, posunula vpred a dokonca zvýšila rýchlosť svojho vývoja.

Ak sa pozrieme na významné americké technologické spoločnosti ako sú Facebook, Uber, Airbnb, či Tesla, tak žiadna z nich ešte pred 20 rokmi neexistovala. Dokonca aj spoločnosť Google bola založená v roku 1998, čiže ešte len pred 24 rokmi, no ako jedna z mála dokázala dot-com bublinu prežiť a naďalej generovať zisk. Internet a ďalšie moderné technológie teda vytvorili obrovské obchodné príležitosti a možnosť rýchleho rastu spoločností. Všetky vyššie uvedené spoločnosti sa v priebehu niekoľkých rokov rozrástli z garážových startupov na obrovské firmy s hodnotou niekoľkých miliárd amerických dolárov. Tieto spoločnosti mali a stále majú zásadný vplyv na náš svet a jednoznačne môžeme povedať, že sa vždy niečím líšia od bežných firiem. Napríklad najväčšia mediálna spoločnosť na svete, Facebook, nemá na výplatnej listine žiadnych tvorcov obsahu. Uber, najväčšia taxi spoločnosť na svete, nevlastní ani jedno taxi vozidlo. Najväčší hotelový reťazec na svete, Airbnb, nevlastní žiadne hotely. Pojem startup sa však dnes už neobmedzuje iba na Silicon Valley, ale stal sa globálnym fenoménom a podľa SBAgency už: *„viaceré krajiny pochopili dôležitosť technologických inovácií a zavádzajú podporné nástroje pre vznik startupov aj podnikania všeobecne.“*¹⁴

1.1.2 Kategorizácia startupov

V praxi 21. storočia sa môžeme stretnúť s rôznymi kategóriami startupov, pretože slovo startup nemá jednotnú definíciu a pre rôznych ľudí má teda rozdielny význam. Existuje však viacero neoficiálnych kategorizácií startupov, pretože si v podstate každý subjekt, či inštitúcia

¹⁴ SLOVAK BUSINESS AGENCY. Analýza startupov na Slovensku [elektronický zdroj]. 2018. s. 17. [cit. 2021-06-07]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/5_analyza_start-upov_na_slovensku.pdf

môže vytvoriť svoju vlastnú. Je teda zložité si zvoliť skutočne relevantné delenie týchto firiem. Prvá základná otázka, ktorú si musíme zodpovedať je, z akého hľadiska chceme startupy rozdeľovať. Môžeme povedať, že takéto kritéria sú dve a teda, či ich chceme rozdeľovať na základe odvetvia v ktorom podnikajú, respektíve začínajú podnikat', alebo na základe vnútornej štruktúry startupov. Z hľadiska prvého kritéria by sme mohli zaradiť startupy medzi tie, ktoré sa zaoberajú napríklad umelou inteligenciou, finančnými technológiami, zdravotníctvom, cestovaním, marketingom, či vzdelávaním. Nikde však nenachádzame jednotnú kategorizáciu pre toto kritérium.

Z pohľadu druhého kritéria, teda vnútornej štruktúry, sa tým zaoberal, už spomínaný uznávaný americký odborník, Steve Blank. Vo svojich publikáciách opísal šesť typov startupov, konkrétne ide o: „*startupy životného štýlu, startupy ako malé podnikanie, škálovateľné startupy, kúpyschopné startupy, startupy veľkých spoločností a sociálne startupy*.“¹⁵

Spoločným znakom týchto rôznych druhov startupov je to, že ich zakladatelia a vlastníci sú vždy podnikateľmi v týchto startupoch. Na druhú stranu je medzi jednotlivými druhmi uvedených subjektov niekoľko zásadných rozdielov, ktoré sa týkajú predovšetkým financovania, ľudí na čele týchto startupov a nimi zvolených stratégií a cieľov. Názvy jednotlivých druhov startupov nemusia jednoznačne poukazovať na to, čo konkrétne predstavujú, preto pre účely diplomovej práce považujeme za nevyhnutné ich stručnú charakteristiku:¹⁶

Startup životného štýlu: takýto typ startupov vytvárajú ľudia, ktorí pracujú sami pre seba, ich jediným zdrojom financovania sú ich vlastné úspory, často nemajú zamestnancov a nepotrebujú svojim nápadom zmeniť svet k lepšiemu, či pretvoriť svoje podnikanie na gigantické rozmery. Hlavným princípom tejto formy je vášeň daných podnikateľov pre to, čo robia. Steve Blank vo svojej publikácii spomína ako príklad učiteľov surfingu, či potápania na Kalifornskom pobreží, kde on sám žije. Ďalšími typickými predstaviteľmi môžu byť napríklad grafici webových stránok, či programátori, ktorí pracujú na základe živnostenského oprávnenia.

Startup ako malé podnikanie: pri tomto type ide o podnikateľov, ktorí prevádzkujú svoje vlastné podnikanie, pričom nerátajú s veľkým počtom zamestnancov a ani s obrovským ziskom, či rastom. Hlavným cieľom takýchto podnikateľov je primárne uživiť svoju vlastnú

¹⁵ BLANK, Steve. Why Governments Don't Get Startups. [online]. 2011. [cit. 2021-06-13]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>

¹⁶ BLANK, Steve. Why Governments Don't Get Startups. [online]. 2011. [cit. 2021-06-13]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>

rodinu a ich zdrojom financovania sú vlastné úspory, poprípade pôžičky z bánk. Týmto podnikateľom teda taktiež nejde o vytvorenie gigantickej spoločnosti a Steve Blank do tejto kategórie zaraďuje aj podniky, ktoré nemusia byť nutne startupmi, ako sú napríklad predajne potravín, kozmetické salóny, elektrikári, záhradníci, či majitelia reštaurácií. Spomína ich však z dôvodu, že v USA tvoria malé a stredné podniky veľkú väčšinu všetkých podnikov v krajine.

Škálovateľný startup: zakladatelia tohto druhu startupov veria už od prvého dňa, že práve ich vízia má potenciál, aby zmenila svet. Hlavným cieľom takýchto podnikateľov teda už nie je iba uživenie svojej vlastnej rodiny, no predovšetkým je to vytvorenie spoločnosti, ktorá sa stane verejne obchodovanou, alebo bude schopná dosahovať zisky v hodnote niekoľkých miliónov, či miliárd amerických dolárov. Najlepšími príkladmi takýchto spoločností sú svetoví giganti ako Facebook, Google, Tesla, či Xiaomi. Škálovateľné startupy si však vyžadujú vstup rizikového kapitálu na financovanie výskumu a nájdenie toho správneho biznis modelu, vďaka ktorému sú schopní prilákať ďalších investorov a tvoriť ešte väčšie zisky.

Kúpyschopný startup: tieto startupy majú spoločné črty s predošlým druhom, no líšia sa predovšetkým v zvolených stratégiách a stanovených cieľoch ich majiteľov. Ide o podnikateľov, najčastejšie o tvorcov webových a mobilných aplikácií, keďže je dnes pomerne jednoduché a nenákladné vytvoriť nejakú aplikáciu. Podnikatelia zakladajú tieto startupy primárne za účelom neskoršieho predaja väčším spoločnostiam. Ich hlavným cieľom teda nie je vybudovanie obrovskej verejne obchodovateľnej spoločnosti, no je to práve odkúpenie väčšou spoločnosťou za vysokú sumu, ktorá môže predstavovať aj niekoľko miliónov amerických dolárov. Investor však v danom startupe musí vidieť obrovský potenciál a zároveň musí existovať aj skutočný záujem zákazníkov o produkt, alebo službu tohto startupu.

Startup veľkej spoločnosti: základnou podstatou tejto kategórie je, že sa životné cykly veľkých spoločností čím ďalej, tým viac skracujú a sú teda nútené inovovať, aby mohli ďalej rásť. Zmeny preferencií zákazníkov, nová konkurencia, legislatíva, či nové technológie vytvárajú stále väčší tlak na zavádzanie nových inovácií. Tento fakt teda núti spoločnosti vytvárať nové produkty a služby, ktoré sa budú predávať na nových trhoch, novým zákazníkom. Etablované spoločnosti majú v podstate dve možnosti, ktorými sú schopné toho dosiahnuť. Prvou alternatívou je vyvinúť si vlastnú inovatívnu technológiu, no problémom je často práve veľkosť podniku, ktorá paradoxne práve sťažuje akékoľvek inovatívne procesy. Druhou alternatívou je odkúpenie inej spoločnosti, väčšinou ide o vyššie spomenuté kúpyschopné

startupy, ktoré takúto technológiu už vlastní. Druhá možnosť býva často úspešnejšia, ako to bolo napríklad pri akvizícii Instagramu gigantom Facebook za 1 miliardu amerických dolárov.¹⁷

Sociálny startup: pri tomto druhu je hlavnou motiváciou zakladateľov urobiť z nášho sveta lepšie miesto. Aj keď ich hlavným cieľom nie je dosahovať zisk, tak nie sú o nič menej ambiciózne, ako ostatné druhy startupov. Sú zamerané na zlepšenie životnej úrovne spoločnosti a na to, aby priniesli riešenie konkrétného sociálneho problému. Tieto startupy často financujú svoje činnosti z rôznych dotácií, či grantov a najviac zastúpenou formou podnikania v tomto sektore sú neziskové organizácie.

1.2 Rozdiely startupov v porovnaní s klasickými firmami

Spočiatku by pre bežného človeka mohli tieto formy podnikania vyzerat' rovnako, pretože s najväčšou pravdepodobnosťou vychádzajú z nápadu a z peňazí zakladateľa, poprípade jeho rodiny, priateľov, či pôžičiek. Vďaka definícii startupov podľa Steva Blanka môžeme konštatovať, že základný rozdiel medzi nimi je v ich obchodných modeloch. Bežné firmy vedia, kto je ich zákazníkom, akú hodnotu má ich produkt, aká je ich konkurencia, kto sú ich partneri, aký majú dodávateľský reťazec, akú majú štruktúru nákladov, či aké majú zdroje príjmov. Aplikujú teda už osvedčený obchodný model, vďaka čomu sú schopné tvoriť zisk. Startupy však tieto skutočnosti nepoznajú, keďže na trh prinášajú niečo nové a sú to teda spoločnosti, ktoré sú zamerané na hľadanie opakovateľného a škálovateľného obchodného modelu.

Rozdiely môžeme vidieť napríklad aj v myslení a v prístupe ich zakladateľov. Zakladateľ bežnej formy podnikania chce v prvom rade dosahovať pravidelný zisk čo najskôr, vďaka čomu chce uživiť seba a svoju rodinu. Zakladateľ startupu chce však dokázať niečo prevratné, priniesť na trh nové inovatívne riešenie nejakého konkrétného problému a je kvôli tomu ochotný prijať aj fakt, že možno prvé mesiace, či dokonca roky nedosiahne žiadny zisk.

Vo veľmi teoretickej rovine by sme mohli povedať, že sa startupy na svojom začiatku podobajú vo svojej podstate na niečo ako náboženstvo. Sú založené na viere v niečo, čo nikto iný okrem ich zakladateľov nevidí. To môže byť v konečnom dôsledku kľúčom k ich úspechu, ale zároveň aj k neúspechu, ak zakladatelia nevedia túto vieru plnohodnotne premeniť na fakty.

¹⁷ ORESKOVIC, Alexei – SHIH, Gerry. Facebook to buy Instagram for \$1 billion. [online]. 2012. [cit. 2021-06-13]. Dostupné na: <https://www.reuters.com/article/us-facebook-idUSBRE8380M820120410>

Ak investori neuvidia skutočné dôkazy o potenciálnom úspechu, tak dochádza k tomu, že prestávajú startupom veriť.

Steve Blank uviedol, že: „*obchodné modely startupov sú založené na neodskúšaných hypotézach o tom, kto budú ich zákazníci, aký benefit im prinesú, aký bude ich distribučný reťazec, aké budú ich výnosy, či straty a podobne.*“¹⁸ Zakladatelia startupov však maximálne veria v úspešnosť svojich hypotéz a snažia sa presvedčiť svojich kolegov, aby na nich spoločne pracovali a investorov, aby do nich investovali svoje financie. Kľúčové je však otestovanie týchto hypotéz vytvorením takzvaného minimálneho životaschopného produktu, ktorý má minimálne množstvo funkcií potrebných na splnenie svojho účelu. Ďalej musia skúmať reakcie potenciálnych zákazníkov na tento produkt, následne sa na týchto reakciách poučiť a neustále produkt zdokonaľovať.¹⁹

Pre startupy je charakteristickou vlastnosťou ich inovatívnosť, ktorú považujeme za jeden z najpodstatnejších rozdielov v porovnaní s klasickými firmami. Koncept inovatívnosti bol konkretizovaný Josephom Schumpeterom nasledovne:²⁰

- „*Predstavenie nového produktu, ktorý zákazníci ešte nevyužili, alebo poskytnutie nových funkcií na už existujúci produkt.*
- *Implementácia novej výrobnnej metódy, ktorá pred tým nebola použitá pre príslušné odvetvie.*
- *Získavanie nových zdrojov výrobných surovín.*
- *Zavedenie novej organizačnej štruktúry v danom odvetví.*“

1.2.1 Stratégia a prvky

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

¹⁸ BLANK, Steve. Search versus Execute. [online]. 2012. [cit. 2021-12-27]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2012/03/05/search-versus-execute/>

¹⁹ BLANK, Steve. A Path to the Minimum Viable Product. [online]. 2021. [cit. 2022-01-05]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2021/04/20/the-secret-to-the-minimum-viable-product/>

²⁰ JONEK-KOWALSKA, Izabela - WOLNIAK, Radoslaw. The Influence of Local Economic Conditions on Start-Ups Local Open Innovation Systems. [online]. 2021. [cit. 2022-02-28]. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/2/110>

a prvkoch medzi startupmi a bežnými firmami do desiatich kategórií, ktoré môžeme stručne popísať takto:²¹

- **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, popri prípade služby, ktoré už na danom trhu existujú a snažia sa ich iba prispôsobiť 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, popri prípade 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,

²¹ SCHUMACHER-HODGE DIXON Mandela. 10 Differences Between a Small Business and a Startup. [online]. 2016. [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: <https://mandelash.medium.com/10-differences-between-a-small-business-and-a-startup-a2aad6896487>

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.

- **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 crowdfundingu²², od takzvaných anjelských investorov, či od investorov rizikového kapitálu.“²³ 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

²² Crowdfunding je alternatívny spôsob financovania startupov. Jedná sa v podstate o online zbierku finančných prostriedkov od veľkého počtu rôznych investorov.

²³ HARROCH Richard – SULLIVAN Mike. Startup Financing: 5 Key Funding Options For Your Company. [online]. 2016. [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2019/12/22/startup-financing-key-options/?sh=41c72c232a84>

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.

- **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 rozrástť 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.

1.2.2 Kedy startup prestáva byť startupom

V prvej kapitole sme si priblížili, že pri pojme startup neexistujú úplne jednotné definície a aj z tohto dôvodu neexistuje jednotný názor na to, kedy startup skutočne prestáva byť startupom. Keď dnes vidíme obrovskú spoločnosť a pozrieme sa na jej históriu, tak vieme povedať, či kedysi začínala ako startup, no z opačného konca je to o čosi zložitejšie. Touto problematikou sa zaoberali viacerí autori a podnikatelia, no stále sú pri nej veľké nejasnosti a rozdiely vo vnímaní.

Alex Wilhelm, hlavný redaktor spoločnosti TechCrunch, sa snažil stručne definovať, kedy startup prestáva byť startupom, tým že stanovil svoje vlastné pravidlo s názvom 50-100-500. Podľa jeho pravidla môžeme jednoducho určiť, že: *„už nejde o startup, ale o plne zabehnutú spoločnosť, ak startup spĺňa aspoň jednu z nasledujúcich podmienok: miera výnosov startupu v nasledujúcich 12 mesiacoch dosiahne, poprípade prekročí hodnotu 50 miliónov amerických dolárov, alebo má startup 100 a viac zamestnancov, alebo je jeho hodnota aspoň 500 miliónov amerických dolárov.“*²⁴

Ayah Bdeir, zakladateľka startupu littleBits, tvrdí, že: *„startup je vždy výrazne obmedzený zdrojmi. To znamená, že sa snaží robiť viac, ako si môže dovoliť a kvôli tomu musí byť kreatívny. Ak už spoločnosť nemá obmedzené zdroje, tak už nie je startupom.“*²⁵

Adora Cheung, zakladateľka spoločnosti Homejoy, uviedla, že *„startup je stav mysle. Je to vtedy, keď sa ľudia pridávajú k vašej spoločnosti a stále prijímajú výslovné rozhodnutie vzdať sa stability výmenou za prísľub obrovského rastu. Spoločnosť však prestáva byť startupom, keď je pri podnikaní malá, poprípade žiadna krátkodobá volatilita.“*²⁶ To v jednoduchosti znamená, že podľa nej startup prestáva byť startupom, keď už fázu neustálej neistoty a vysokého rizika nahradila fáza stability a nižšieho rizika.

²⁴ WILHELM Alex. What The Hell Is A Startup Anyway? [online]. 2014. [cit. 2021-01-02]. Dostupné na: <https://techcrunch.com/2014/12/30/what-the-hell-is-a-startup-anyway/>

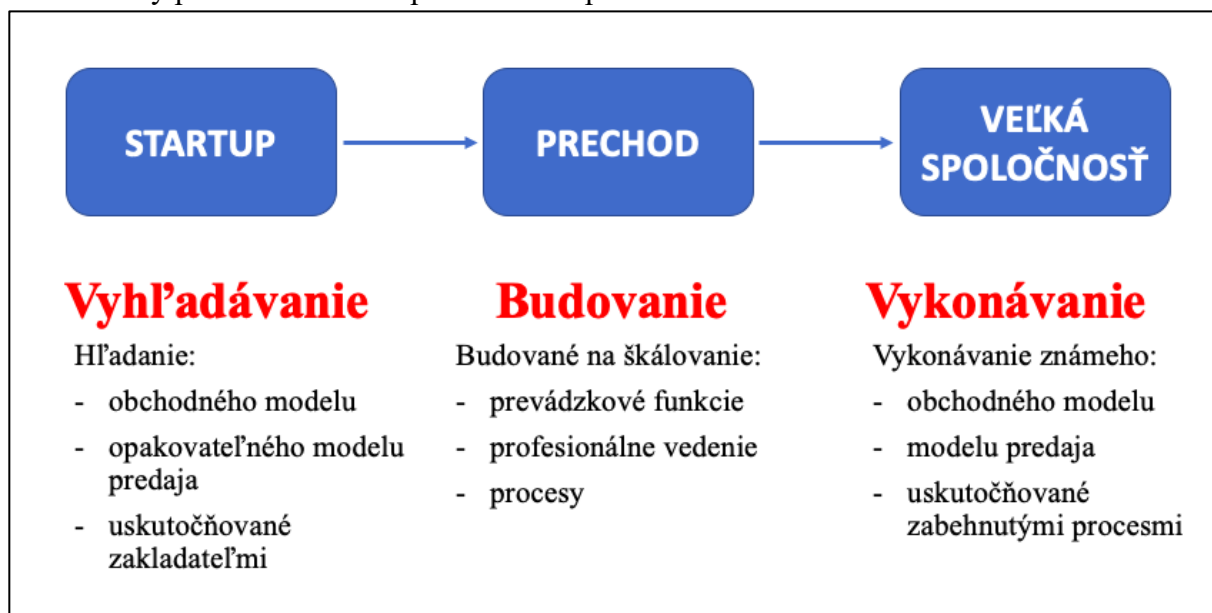
²⁵ BDEIR, Ayah. 14 Founders On What Makes a Startup. [online]. 2016. [cit. 2021-02-01]. Dostupné na: https://www.forbes.com/pictures/gfmj45fihf/ayah-bdeir-founder-of-l/?fbclid=IwAR0ZToF36XhjdTFeyGNHi83ocZsPtDMK2PIOchF_cFGYxmQ1TqC27zCR8Pw&sh=2e1f367af704

²⁶ CHEUNG, Adora. 14 Founders On What Makes a Startup. [online]. 2016. [cit. 2021-02-01]. Dostupné na: https://www.forbes.com/pictures/gfmj45fihf/adora-cheung-left-cofo/?fbclid=IwAR0ZToF36XhjdTFeyGNHi83ocZsPtDMK2PIOchF_cFGYxmQ1TqC27zCR8Pw&sh=2f5e63521390

Nick Woodman, generálny riaditeľ spoločnosti GoPro, odporúča firmám: „*nikdy nenechajte samých seba prestať byť startupom.*“²⁷ V zásade by podľa neho zakladatelia startupov mali mať možnosť, aby si sami definovali, či je ich firma ešte startupom, alebo už nie.

Steve Blank, vo svojej knihe uviedol, že: „*keď sa startupu podarí nájsť škálovateľný a opakovateľný obchodný model, prestáva z neho byť dočasná organizácia orientovaná na hľadanie obchodného modelu a stáva sa z neho veľká firma.*“²⁸ Na Grafe 1 môžeme vidieť, ako sa podarilo Stevovi Blankovi stručne popísať rozdiely vo fázach prechodu zo startupu na veľkú spoločnosť. Medzi fázami vyhľadávania a budovania sa startupu podarí nájsť vhodný obchodný model a medzi fázami budovania a vykonávania začína startup vytvárať zisky. Počas tohto procesu startup stále zamestnáva viac a viac zamestnancov, vrátane manažérov, zdokonaľuje svoje procesy a darí sa mu rýchlo rásť.

Graf 1 Fázy prechodu zo startupu na veľkú spoločnosť



Prameň: vlastné spracovanie podľa BLANK, Steve. The Apprentice - Entrepreneur Version. [online]. 2011. [cit. 2021-02-01]. Dostupné na: <https://steveblank.com/2011/04/26/the-apprentice-entrepreneur-version/>

Kvôli nesúladu v názoroch autorov na túto problematiku by sme mohli tvrdiť, že v skutočnosti neexistuje žiadna správna metóda, ktorou by sme mohli jednotne stanoviť, kedy

²⁷ CHANG Emily. GoPro CEO: Never Let Yourself Stop Being a Startup. In: Bloomberg [online]. 2015. [cit. 2021-01-03]. Dostupné na: <https://www.bloomberg.com/news/videos/2015-03-10/gopro-ceo-never-let-yourself-stop-being-a-startup>

²⁸ BLANK, Steve - DORF, Bob. The Startup Owner's Manual: The Step by Step Guide for Building a Great Company. Pescadero: K&S Ranch, Inc Publishers, 2012, s. 60. ISBN 978-0-9849993-7-8.

startup prestáva byť startupom. Zároveň však môžeme konštatovať, že prakticky existujú dve možnosti kedy startup skutočne prestáva byť startupom a je to buď jeho odkúpením nejakou väčšou spoločnosťou, alebo samozrejme aj jeho neúspechom a teda zánikom.

1.3 Podnikateľská stratégia startupov vychádzajúca z ich životného a finančného cyklu

Podnikateľskú stratégiu môžeme považovať za zjednocujúcu myšlienku, ktorá určuje účel a konanie. „*Stratégia je akčný plán určený na dosiahnutie konkrétneho cieľa alebo série cieľov v rámci organizačného rámca rozmiestnením zdrojov, ku ktorým máme prístup.*“²⁹ Podnikateľský plán v jednoduchosti určuje čo chce podnik dosiahnuť a podnikateľská stratégia zase určuje ako to chce podnik dosiahnuť. Podnikateľská stratégia by mala byť teda zameraná na spôsoby, akými chce daný podnik poraziť konkurenciu, mala by predstavovať jeho smerovanie a zároveň by mala spájať všetkých členov daného podniku. V nasledujúcej časti sa zameriame na životný cyklus a financovanie startupov.

1.3.1 Životný cyklus

Rovnako ako definícia samotného startupu nie je jednoznačná, tak ani životný cyklus týchto organizácií nemá všeobecne platnú definíciu. Možno vychádzať napríklad zo slov Morgana Browna, zakladateľa niekoľkých veľkých a úspešných startupov. Podľa neho má životný cyklus startupu 5 fáz:³⁰

- **Problém/riešenie:** nájdenie problému a jeho riešenie. Je to zamyslenie sa nad tým, akí typ ľudí má rovnaký problém a či je možné tento problém vyriešiť určitým produktom. V jednoduchosti teda ide o určenie cieľovej skupiny zákazníkov.
- **Minimálny životaschopný produkt (MŽP):** vytvorenie produktu s minimálnymi nákladmi, ktorý otestuje hypotézu zakladateľa ohľadom riešenia problému a priláka prvých potenciálnych zákazníkov.

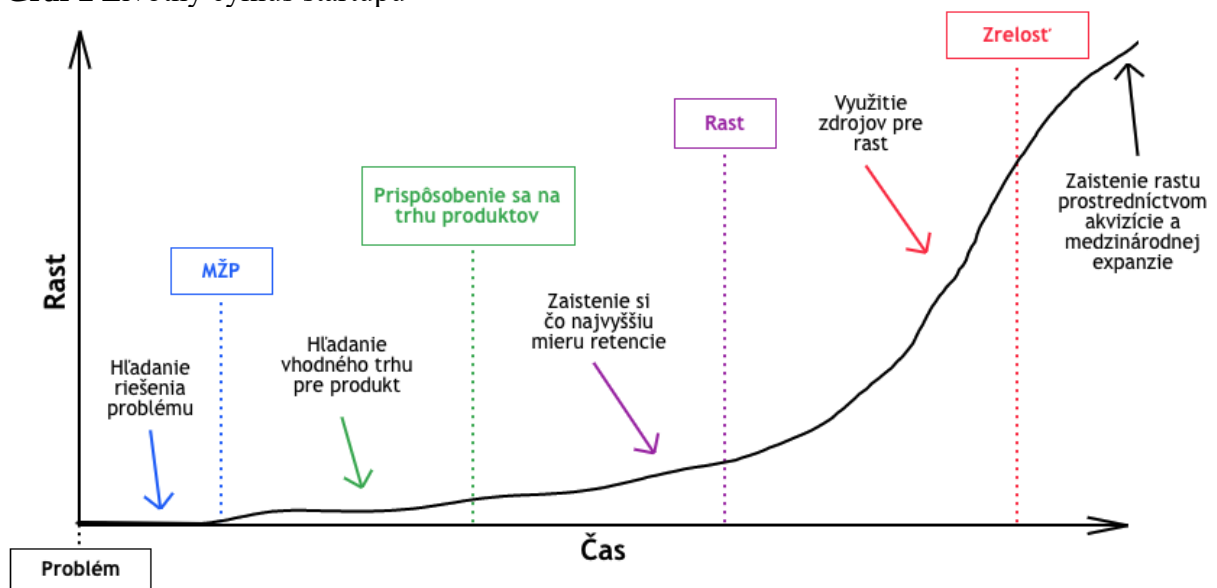
²⁹ LUMEN LEARNING. Strategic Management. [online]. [cit. 2022-01-30] Dostupné na: <https://courses.lumenlearning.com/boundless-management/chapter/strategic-management/>

³⁰ BROWN, Morgan. 5 Phases of the Startup Lifecycle: Morgan Brown on What it Takes to Grow a Startup. [online]. 2016. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <https://medium.com/tradecraft-traction/5-phases-of-the-startup-lifecycle-morgan-brown-on-what-it-takes-to-grow-a-startup-50b4350f9d96>

- **Prispôsobenie sa na trhu produktov:** medzi zásadné sa počíta takzvaná miera retencie³¹ produktu. Zaistenie čo najvyššej miery retencie je v tejto fáze startupu kľúčové.
- **Rast:** v tejto fáze je dôležité nájsť odborníkov, ktorí pomôžu spoločnosť viac rozvíjať. Rastová fáza býva spravidla tá najdlhšia a vedie k takému rozšíreniu spoločnosti, v ktorej sa prvýkrát stáva zisková.
- **Zrelosť:** v tomto štádiu sa rast spomalí. Dôležité je, aby sa rast nezastavil úplne, preto je nutné uvažovať o prípadnej expanzii do zahraničia alebo o rozšírení súčasných činností podniku. Ďalším možným krokom zakladateľa je v tejto fáze predaj vybudovanej spoločnosti.

Na Grafe 2 môžeme nájsť grafické priblíženie od Morgana Browna, ktoré slúži pre zjednodušené pochopenie týchto piatich fáz.

Graf 2 Životný cyklus startupu



Prameň: vlastné spracovanie podľa BROWN, Morgan. 5 Phases of the Startup Lifecycle: Morgan Brown on What it Takes to Grow a Startup. [online]. 2016. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: <https://medium.com/tradecraft-traction/5-phases-of-the-startup-lifecycle-morgan-brown-on-what-it-takes-to-grow-a-startup-50b4350f9d96>

1.3.2 Finančný cyklus

V minulosti boli možnosti financovania startupov obmedzené. Investori vyhľadávali možnosti investovania skôr do klasických podnikov a niektoré súčasne už bežné spôsoby

³¹ Retencia je v jednoduchosti udržanie si čo najväčšieho počtu zákazníkov po čo najdlhší časový úsek.

získavania finančných prostriedkov jednoducho neexistovali. Pokiaľ však zakladateľ disponuje dobrým nápadom spolu so starostlivo vypracovaným biznis plánom, jeho možnosti sú široké.

Republiková únia zamestnávateľov je toho názoru, že: „v prípade startupov ide o začínajúce podniky s vysokorizikovým charakterom a tak majú veľmi problematický prístup k tradičným úverovým nástrojom. Obvyklou formou financovania startupových projektov predstavujú nástroje rizikového kapitálu, ktoré sú zväčša ponúkané individuálnymi investormi.“³² V nasledujúcej časti si priblížime rôzne zdroje financovania startupov:

- **Vlastné zdroje:** je to v podstate najjednoduchší spôsob financovania, pretože firma nie je závislá na akcionároch, bankách, či investoroch. Pozitívom je, že zakladateľ nemá voči nikomu záväzky a zároveň má absolútnu voľnosť vo vedení firmy. Negatívom je zase to, že veľká väčšina začínajúcich podnikateľov nemá dostatočné množstvo vlastných zdrojov na financovanie všetkého potrebného.³³
- **Rodina, priatelia a blázni (FFF)³⁴:** taktiež patrí medzi tie jednoduchšie spôsoby financovania, pretože podmienky v takýchto záväzkoch nebývajú až také tvrdé ako napríklad pri záväzkoch voči inštitúciám. „Svoje investičné rozhodnutie zvyčajne nezakladajú len na zhodnotení potenciálu samotného startupového projektu, ale do veľkej miery na osobných vzťahoch so začínajúcimi podnikateľmi. Pomáhajú spolufinancovať rozbehnutie projektov v ich najranejších fázach a zvyčajne ani neočakávajú žiadne výnosy.“³⁵
- **Kolektívne investovanie:** jedná sa o modernú alternatívu financovania startupov väčším počtom jednotlivcov, ktorí sa po malých investíciách zložia na požadovanú sumu a je inak známa aj pod pojmom crowdfunding. „Táto forma investovania prebieha prostredníctvom špecializovaných internetových platforiem, na ktorých sa startupy uchádzajú o investície jednotlivých drobných investorov.“³⁶

³² RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. s. 15. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf

³³ BUCHALCEVOVÁ, Zuzana. 8 tipů, kde získat peníze na rozjezd podnikání. [online]. 2018. [cit. 2022-02-30]. Dostupné na: <https://www.podnikatel.cz/clanky/8-tipu-kde-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>

³⁴ FFF – family, friends, fools – v preklade rodina, priatelia, blázni

³⁵ RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. s. 17. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf

³⁶ RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. s. 17. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na:

- **Bankový úver:** patrí medzi najtradičnejšie a najvyužívanéjšie spôsoby získavania finančných prostriedkov. Vzhľadom na väčšinou nulovú históriu startupu je však možné získať bankový úver len veľmi ťažko. Pokiaľ má mať zakladateľ spoločnosti vôbec šancu úver získať, tak musí banke poskytnúť do detailu vypracovaný podnikateľský plán a informácie o všetkom jeho majetku, poprípade majetku jeho rodiny. Problémom však je, že výška úveru býva často vyššia ako hodnota majetku, ktorým by mohol zakladateľ startupu ručiť a problémom sú tak isto vysoké úroky, ktoré tradičné banky požadujú.³⁷
- **Investori:** partnerstvo s investorom je spravidla založené na tom, že investorovi je ponúknutý určitý podiel v spoločnosti výmenou za poskytnuté finančné prostriedky. Okrem financií sú ďalšou devízou investora kontakty, skúsenosti a cenné rady, ktoré môže spoločnosti odovzdať. Okrem bežných investorov poznáme anjelských investorov, ktorí svoj kapitál poskytujú spravidla anonymne. Sú to najčastejšie majetní a skúsení podnikatelia, ktorí hľadajú možnosti zhodnotenia svojho voľného kapitálu. Tak isto poznáme investorov združených vo fondoch rizikového kapitálu a vo fondoch private equity, ktorými bývajú veľké spoločnosti, ale často sú to aj menší súkromní investori. Fondy rizikového kapitálu pomáhajú hlavne startupom v počiatočných fázach, ako je napríklad výskum a vývoj. Fondy private equity zase investujú zväčša do starupov v neskorších fázach, ktoré však ešte stále majú potenciál pre budúci rast a expanziu. Vzhľadom na rizikovú povahu projektov spravidla požadujú aj ich vyššiu výnosnosť.³⁸
- **Mezanínový kapitál:** ide v podstate o hybrid medzi vlastným a cudzím kapitálom a uplatňuje sa vo firmách, ktoré nemajú možnosť úverového financovania. Realizácia tohto druhu financovania prebieha spravidla prostredníctvom špecializovaných spoločností a v praxi má poskytovateľ mezanínu právo na pravidelné úroky, ale súčasne sa stáva aj dočasným spolumajiteľom. „Mezanínové

https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf

³⁷ BUCHALCEVOVÁ, Zuzana. 8 tipů, kde získat peníze na rozjezd podnikání. [online]. 2018. [cit. 2022-02-30]. Dostupné na: <https://www.podnikatel.cz/clanky/8-tipu-kde-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>

³⁸ RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. s. 19-22. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf

financovanie sa často spája s akvizíciami a výkupmi, pri ktorých sa môže použiť na uprednostnenie nových vlastníkov pred existujúcimi vlastníkmi v prípade bankrotu.“³⁹

- **Spolupráca s existujúcou firmou:** „*dochádza k nej, keď zabehnutá firma hľadá napríklad spoľahlivého dodávateľa určitých technológií, alebo chce založiť vývojové centrum so širokým záberom výskumu a je ochotná sa podieľať na jeho založení, nechce ale riešiť každodenné prevádzkové záležitosti nového podniku. Firma musí byť predovšetkým rozhodnutá, že požadovanú činnosť bude radšej prevádzkovať na báze spolupráce s novo vzniknutým subjektom a nebude ju realizovať vlastnými silami, napríklad vytvorením vlastnej divízie určenej iba na tento účel. Druhou nutnosťou je byť natoľko známym, aby ste to boli práve vy, komu bude spolupráca na takomto projekte ponúknutá.*“⁴⁰
- **Úpis primárnej emisie akcií** (z angl. initial public offering, skr. IPO) **na burzu:** je to bod premeny súkromne vlastnenej spoločnosti na verejne obchodovanú akciovú spoločnosť. Nie je možné ho však použiť na financovanie práve vznikajúceho podniku, pretože by si v jednoduchosti nikto nekúpil akcie neznámej firmy, ktorá nemá žiadne hmatateľné výsledky. Mohli by sme povedať, že je to aj bod kedy startup prestáva byť startupom. Vstup na burzu je však logický krok pre ďalšie napredovanie a expanziu firmy. „*Vzhľadom na to, že startup je už v tejto fáze zvyčajne rozvinutá spoločnosť, dosahuje vysokú trhovú hodnotu a vyžaduje si vysoký objem investícií. Vhodným nástrojom v tejto fáze môže byť práve úpis cenných papierov na burze, ktorý poskytuje prístup k najväčšej skupine investorov, a tým aj najväčším a najlikvidnejším možnostiam externého financovania.*“⁴¹
- **Dotačné a podporné programy:** napríklad dotačné programy Európskej únie na podporu konkurencieschopnosti a podnikania, či niektoré programy krajských miest. Získať ich je však takmer nemožné, pretože zväčša obsahujú veľké množstvo

³⁹ HAYES, Adam. Mezzanine Financing. [online]. 2022 [cit. 2022-03-04]. Dostupné na: <https://www.investopedia.com/terms/m/mezzaninefinancing.asp>

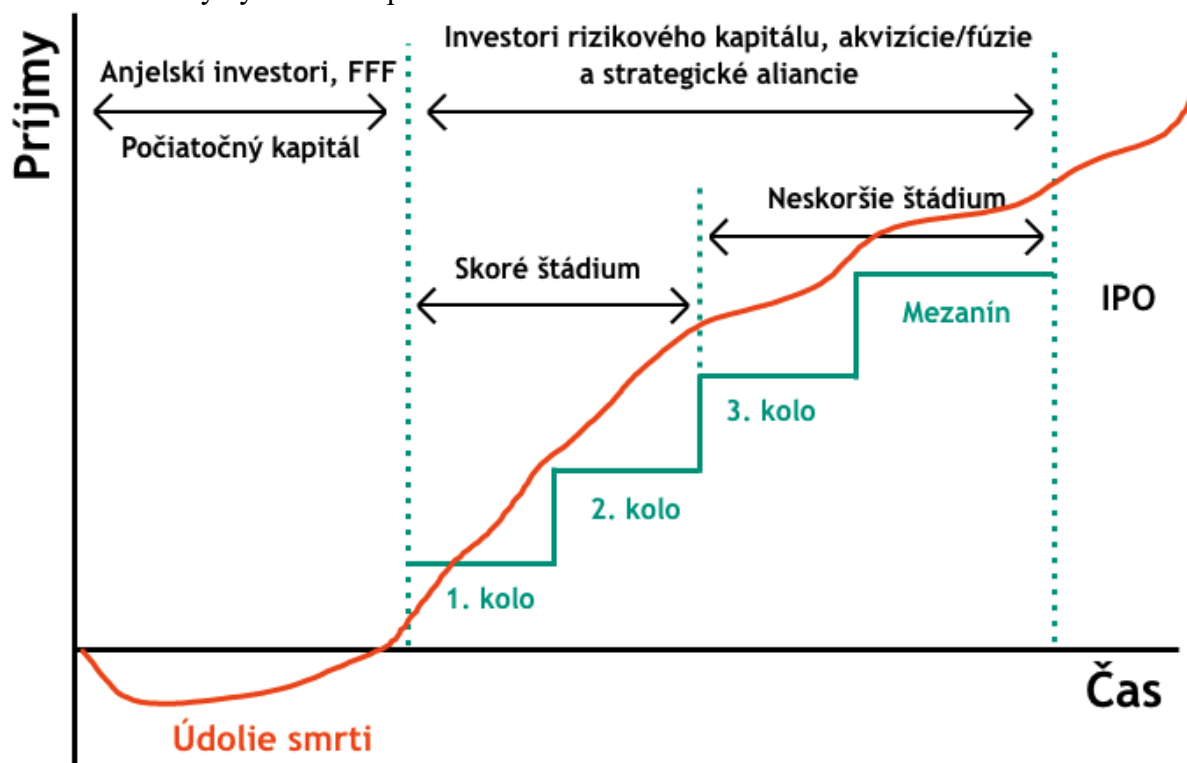
⁴⁰ JEŽKOVÁ, Renáta. Fenomén zvaný startup. Východiska, fungování, výzvy [elektronický zdroj]. 2014. s. 10. [cit. 2022-01-30]. Dostupné na: https://www.sting.cz/acta/2-2014/acta2_2014_web_03.pdf

⁴¹ RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. s. 23. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf

kritérií, ktoré je naozaj náročné splniť pre bežný startup a pokiaľ ich aj splní, tak ešte stále nevyhral. „Startup musí správne a bezchybne vyplniť žiadosť o dotáciu vrátane všetkých príloh. Na to by však boli potrebné mesačné školenia. Keď sa startupu podarí toto všetko zvládnuť a jeho projekt sa dostane medzi vybrané, tak ho čaká každý mesiac reporting plnenia cieľov dotácie, čo je práca navyše.“⁴²

Na Grafe 3 môžeme vidieť grafické znázornenie finančného cyklu, ktorým si musia startup spoločnosti prejsť a vďaka tomuto grafickému znázorneniu je jednoduchšie pochopiť, v ktorých fázach sú používané jednotlivé zdroje financovania.

Graf 3 Finančný cyklus startupu



Prameň: vlastné spracovanie podľa CORPORATE FINANCE INSTITUTE. Venture Capitalists. [online]. [cit. 2022-01-02]. Dostupné na: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/venture-capitalists/>

1.4 Medzinárodné podnikateľské prostredie a startupy

Pojem globalizácia, podobne ako startup, nemá jednotne platnú a uznávanú definíciu, no môžeme ju charakterizovať ako integráciu politických, ekonomických a kultúrnych procesov.

⁴² BUCHALCEVOVÁ, Zuzana. 8 tipů, kde získať peníze na rozjezd podnikání. [online]. 2018. [cit. 2022-02-30]. Dostupné na: <https://www.podnikatel.cz/clanky/8-tipu-kde-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>

Prostredníctvom globalizácie došlo ku vytvoreniu globálneho, teda celosvetového trhu, kde neexistujú takmer žiadne obmedzenia a ak aj nejaké existujú, tak je možné ich často obísť práve pomocou rôznych vznikajúcich nástrojov.

„Globalizačné procesy podnikateľských aktivít, začali prebiehať hlavne v rokoch 1980 a 1990. Odvtedy sa tieto procesy nezastavili a môžeme povedať, že sa čoraz viac zintenzívňujú. Podniky sa chcú stať globálnymi, hlavne kvôli zvýšeniu objemov predaja a tým pádom k zlepšeniu ich finančných ukazovateľov, ako sú tržby, výnosy, výsledok hospodárenia, transfer technológie, lepšia dostupnosť výrobných faktorov, využívanie synergického efektu, výhody z lokalizácie, diverzifikácia rizika a efektívnejšie hospodárenie.“⁴³

Pretvoriť lokálne podnikanie na podnikanie globálne, alebo medzinárodné, nie je jednoduchou záležitosťou. Proces internacionalizácie startupov, ale aj klasických podnikov, vyžaduje geografickú expanziu a teda fyzické umiestnenie sa na nových zahraničných trhoch. Takisto si to vyžaduje aj expanziu, ktorá je spojená s využívaním informačných technológií a s vytváraním novej medzinárodnej zákaznickej komunity.

„Pre dosiahnutie úspechov v medzinárodnej miere je dôležité rozumieť medzinárodným trhom. V trhovej analýze je možné využitie analýzy PEST pomocou ktorej je možné porozumieť politicko-právnemu, ekonomickému, sociálno-kultúrnemu a technologickému prostrediu“⁴⁴

Aby startup mohol prejsť z lokálnej úrovne na úroveň globálnu, je potrebné aby si identifikoval podnikateľský model, ktorý je najviac vyhovujúci potrebám jednotlivých lokálnych poprípadе regionálnych trhov. Michael Fertik uvádza zopár krokov, ktoré je podľa neho vhodné dodržať, ak má startup cieľ presadiť sa v globálnej miere:⁴⁵

- *„Hovorte jazykom svojho zákazníka, prispôsobenie sa je veľmi dôležité, aj napriek tomu, že obchodným jazykom sveta je angličtina. Bežné obyvateľstvo zahraničnej krajiny je viac naklonené k využívaniu služby či aplikácie, ktorej rozumie.“*
- *Neobávajte sa zbytočne nákladov, výška počiatočných nákladov pre rozbehnutie startupu je často prehnaná a je tu možnosť využívania napríklad coworkingových*

⁴³ SLÁVIK Štefan a kolektív. Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov I. Bratislava: Ekonóm, 2015. s. 202. ISBN 978-80-225-4167-1.

⁴⁴ SLÁVIK Štefan. Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov I. Bratislava: Ekonóm, 2015. s. 208. ISBN 978-80-225-4167-1.

⁴⁵ FERTIK, Michael. Go International, Young Startup. [online]. 2013. [cit. 2022-01-31]. Dostupné na: <https://hbr.org/2013/01/go-international-young-startup>

centier⁴⁶, ktoré ponúkajú priestory na prenájom za priaznivé ceny, využitia štátnych programov, či dotácií, alebo zúčastniť sa startupových súťaží.

- *Uvažujte o akvizícii, môžu to byť aj menšie akvizície, ktoré znamenajú vstup na nové trhy, prípadne spájanie síl s novým partnerom a využívanie synergického efektu.“*

1.5 Aktuálna situácia startupov v Európe

Filip Zelenka uvádza, že 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 krízy.⁴⁷

Podľa Patrika Borýska, ktorý robil prieskum medzi českými investormi, môžu byť investície do startupov kvôli situácii spôsobenej pandémiou COVID-19 obmedzené, alebo môže dôjsť k pozastaveniu 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

⁴⁶ Coworkingové centrum je zdieľaný pracovný priestor pre nezávislých profesionálov, ktorí nezávisle na sebe vykonávajú svoju prácu. Priestor, alebo kancelária je obvykle vybavená potrebným kancelárskym nábytkom a počítačovou sieťou s pripojením na internet, prípadne aj tlačiarňou.

⁴⁷ ZELENKA, Filip. Financování startupů ze střední Evropy silně zaostává. Situace se ale zlepšuje. [online]. 2021. [cit. 2021-02-22]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/byznys/startupy/financovani-startupu-ze-stredni-evropy-silne-zaostava-situace-se-ale-zlepsuje-1386270>

investícii 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.⁴⁸

Globálna kríza, ktorá nastala po objavení nového víru COVID-19 je opísaná ako dvojité kríza. Nielenže došlo k zdravotníckej kríze, ale tak isto nás táto situácia dostala aj do hospodárskej krízy, ako to dokazuje napríklad dopad na finančné trhy. Situácia prinútila manažerov ustúpiť od zavedených vzorcov myslenia. „V konvenčnej teórii manažmentu stojí základná otázka inovácií „čo vyrobiť a čo kúpiť?“ a často závisí od toho, čo stojí menej. V priebehu pandémie sa však hlavným ukazovateľom stala rýchlosť. Vedci sa zhodujú na tom, že od „normálnych čias“ až po súčasnosť nastali radikálne zmeny v tom, ako fungujú inovácie, ktoré sú podstatou startupov.“⁴⁹

Zásadnou výzvou pre startupy, ktoré sa chcú v tomto období presadiť je „dosiahnutie komplexnejších vzorcov organizačnej integrácie, ale bez obmedzenia flexibility, agilnosti a schopnosti reagovať. Konkurenčné potreby stability a presnosti a zároveň flexibility naznačujú dôležitosť mnohostrannej obratnosti pri plnení komplexných, diferencovaných obchodných cieľov. Čoraz otvorenejšia povaha inovácií znamená, že snahy nájsť nové nápady teraz pravdepodobne presiahnu hranice firiem a startupov. Firmy a startupy si osvojujú nové prístupy k súvisiacim inovačným výzvam a to ako vytvárajú riešenia, alebo možnosti na riešenie inovačných problémov a ako vyberajú tie najlepšie spomedzi dostupných riešení.“⁵⁰

⁴⁸ BORYSEK, Patrik. („Korona“) průzkum startupové scény: Některé projekty skončí, uvolní to ale lidi. [online]. 2020. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/byznys/korona-pruzkum-startupove-sceny-nektere-projekty-skonci-uvolni-to-ale-lidi-1368105>

⁴⁹ ROBBINS, Peter – O’GORMAN, Colm – Huff, Anne – Moeslein, Kathrin. Multidexterity - A New Metaphor for Open Innovation. [online]. 2021. [cit. 2022-02-28]. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/1/99/htm>

⁵⁰ ROBBINS, Peter – O’GORMAN, Colm – Huff, Anne – Moeslein, Kathrin. Multidexterity - A New Metaphor for Open Innovation. [online]. 2021. [cit. 2022-02-28]. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/1/99/htm>

2 Ciel' a metodika práce

V nasledujúcej kapitole sa budeme venovať charakterizovaniu cieľov a metodikám diplomovej práce.

2.1 Ciel' práce

Hlavným cieľom diplomovej práce je analyzovať podnikateľské stratégie startup spoločností ako podstatu ich úspešnosti v podnikaní.

Pre účely diplomovej práce sme si stanovili aj čiastkové ciele:

- Prvým čiastkovým cieľom je charakteristika základných pojmov, ktoré vychádzajú z teoretických poznatkov problematiky odbornej verejnosti doma aj v zahraničí.
- Druhým čiastkovým cieľom je analýza a vyhodnotenie podnikateľských stratégií troch vybraných najúspešnejších startup spoločností v zahraničí.
- Tretím čiastkovým cieľom je analýza a vyhodnotenie podnikateľskej stratégie vybraných startup spoločností a to Powerful Medical a IP Fabric.
- Štvrtým čiastkovým cieľom je zrealizovanie a vyhodnotenie štruktúrovaného rozhovoru so zástupcami vybraných startup spoločností, ktorí v nich pôsobia.
- Piatym čiastkovým cieľom je analýza podnikateľských stratégií vybraných startup spoločností s prognózovaním ich možného ďalšieho vývoja.

Na základe stanovených cieľov sme sformulovali nasledujúce hypotézy, ktoré sa budeme snažiť potvrdiť alebo vyvrátiť v praktickej časti práce.

- H1: Pre úspešnosť startup spoločností je dôležitý originálny a inovatívny nápad, pre produkt alebo službu, ktorý sa na trhu ešte nevyskytuje.
- H2: Najúspešnejšie startup spoločnosti pôsobia v oblasti softvéru a aplikácií v internetovom prostredí.
- H3: Situácia, ktorú spôsobila pandémia COVID-19 mala vplyv na styk so zákazníkmi startup spoločností a na vytváranie podujatí a stretnutí, na ktorých získavali nových klientov.

2.2 Metodika práce

Pri spracovávaní diplomovej práce sme využili viaceré vedecké metódy. V teoretickej časti sme začali metódou rešerše literárnych zdrojov, prostredníctvom ktorej sme vyhľadali a následne získali odborné informácie, týkajúce sa skúmanej problematiky. Následne sme z nich vybrali tie najrelevantnejšie a najpodstatnejšie formou abstrakcie, ktorá odhliada od nepodstatných javov. Keďže k danej problematike zatiaľ neexistuje množstvo knižne publikovaných informácií, zamerali sme sa hlavne na odborné informácie, ktoré sme dohľadali v online odborných a vedeckých článkoch a príspevkoch internetových časopisov a blogov, ktoré sa venujú téme problematiky našej diplomovej práce.

Ďalej sme v diplomovej práci využívali metódu analýzy, ktorá predstavuje rozčlenenie zložitejšieho problému a teda prechod od celku k jednotlivým častiam. Od metódy analýzy sme v priebehu písania práce plynule prešli do metódy syntézy, ktorá naopak reprezentuje spájanie jednotlivých častí a zároveň ich prechod k celku. Na určenie hlavného cieľa a cieľov čiasťkových sme využili metódu dedukcie, ktorá predstavuje postup od všeobecného ku konkrétnemu. Pri formulovaní záveru diplomovej práce sme použili metódu indukcie, ktorá je opakom dedukcie a používa sa na odvodzovanie záverov z empirického materiálu.

Pre napísanie praktickej a teda empirickej časti diplomovej práce sme, okrem už spomenutých vedeckých metód, využili aj metódu kvalitatívneho výskumu, ktorý na rozdiel od kvantitatívneho výskumu pracuje s nečíselnými údajmi a zvyčajne sa využíva pre objavovanie nových poznatkov. *„Kvalitatívny výskum sa zvyčajne využíva na objavovanie nového, zorientovanie sa v téme, ktorá nebola doteraz predmetom mnohých výskumov. Jeho základnou podstatou je hĺbkovo spravovať tému využitím veľkého počtu výskumných údajov získaných od malého počtu osôb.“*⁵¹ Kvalitatívny výskum sa celkovo snaží o čo najlepšie pochopenie javov, ktoré sme skúmali a tým poukazuje na skutočnosti daných súvislostí. Za najväčšiu výhodu kvalitatívneho výskumu môžeme považovať to, že prináša podrobné informácie skúmaného javu.

V diplomovej práci sme kvalitatívny výskum viedli formou štruktúrovaného rozhovoru s osobami pôsobiacimi vo vybraných startup spoločnostiach, ktorými sú Powerful Medical a IP Fabric. Informácie o vybraných startup spoločnostiach sme získavali analýzou informácií zverejnených na internete a analýzou interných dokumentov, ktoré nám poskytli zástupcovia

⁵¹ BAČÍKOVÁ, Mária - JANOVSÁ, Anna. Základy metodológie pedagogického výskumu. Košice: ŠafárikPress, 2018. s. 9. ISBN 978-80-8152-695-4.

vypraných startup spoločností. Štruktúrovaný rozhovor sme realizovali prostredníctvom telefonického rozhovoru. Prvý štruktúrovaný rozhovor sme viedli s jedným zo zakladateľov spoločnosti Powerful Medical BScMed. Róbertom Hermanom a druhý štruktúrovaný rozhovor sme viedli so zamestnancom IP Fabric Matejom Čaplom, ktorý vo firme pôsobí ako account manager a zaoberá sa získavaním nových zákazníkov a predajom produktu spoločnosti.

Pre štruktúrovaný rozhovor sme sa rozhodli preto, aby sme boli lepšie schopní analyzovať a vyhodnotiť zámery a ciele vybraných spoločností. Tak isto sme chceli zistiť viac o spôsoboch financovania spoločností, aká bola história ich založenia, aká je ich budúca vízia, aké hrozby v podnikaní spoločnosti vidia, aký vplyv mala pandémie COVID-19 na ich podnikanie a ako sa podľa ich názoru zmení ich cieľový trh po ukončení tejto pandémie. Keďže ide o štruktúrovaný rozhovor, tak otázky boli pre oboch participantov rozhovoru rovnaké a vopred pripravené. Rozhovory sme zaznamenali a ich prepisy uvádzame v prílohách diplomovej práce. Otázky pre rozhovor boli vytvorené v súlade s teoretickými poznatkami, ktoré sme získali počas prípravy teoretickej časti diplomovej práce.

3 Analýza odlišností podnikateľských stratégií vybraných startup firiem (výsledky práce a diskusia)

V nasledujúcej kapitole sa budeme venovať analýze podnikateľskej stratégie vybraných najúspešnejších startup firiem vo svete. Svoju pozornosť upriamime taktiež na analýzu podnikateľskej stratégie najúspešnejších startup firiem v Slovenskej a v Českej republike. Bude nás zaujímať legislatíva a podporné prvky startupov v Slovenskej a v Českej republike. Zameriame sa aj na charakteristiku vybraných startup firiem Powerful Medical a IP Fabric a na konci kapitoly sa budeme venovať analýze a výsledkom štruktúrovaného rozhovoru so zástupcami týchto vybraných startup firiem.

3.1 Analýza podnikateľskej stratégie vybraných najúspešnejších startup firiem vo svete

Omri Wallach uvádza, že množstvo podnikateľov začína podnikáť po celom svete, ale len tie najúspešnejšie startup firmy sa stávajú takzvanými „jednorožcami“. Tento pojem označuje najväčšie startup spoločnosti s hodnotou firmy nad 1 miliardu amerických dolárov. Niektoré z týchto jednorožcov sú málo známe spoločnosti, ktoré robia tiché, no pôsobivé kroky vo svojich oblastiach pôsobenia. Iní sa už stali známymi lídrami vo svojich odvetviach, ako napríklad výrobca aerokozmickej techniky SpaceX, či vývojár hier Epic Games. Celkovo je na svete viac ako 800 startup firiem, ktoré je možné označiť za jednorožce.⁵²

V Tabuľke 1 sa nachádza zoznam 10 najväčších startup firiem na svete podľa hodnoty firmy, spoločne s ich hodnotou na základe ocenenia, krajinou odkiaľ pochádzajú a kategóriou ich zamerania. V práci si ďalej priblížime tri najväčšie z nich podľa hodnoty firmy.

⁵² WALLACH, Omri. The World's Biggest Startups: Top Unicorns of 2021. [online]. 2021. [cit. 2022-03-01]. Dostupné na: <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-biggest-startups-top-unicorns-of-2021/>

Tabuľka 1 Zoznam 10 najväčších startup firiem na svete podľa hodnoty firmy

Spoločnosť	Hodnota v miliardách USD	Krajina	Kategória
ByteDance	140	Čína	umelá inteligencia
SpaceX	100,3	USA	ostatné
Stripe	95	USA	finančné technológie
Klarna	45,6	Švédsko	finančné technológie
Canva	40	Austrália	internetový softvér a služby
Instacart	39	USA	dodávateľský reťazec a logistika
Databricks	38	USA	správa a analýza údajov
Revolut	33	Veľká Británia	finančné technológie
Nubank	30	Brazília	finančné technológie
Epic Games	28,7	USA	ostatné

Prameň: vlastné spracovanie podľa WALLACH, Omri. The World's Biggest Startups: Top Unicorns of 2021. [online]. 2021. [cit. 2022-03-01]. Dostupné na: <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-biggest-startups-top-unicorns-of-2021/>

ByteDance

Podľa informácií dostupných na LinkedIn je ByteDance technologická spoločnosť prevádzkujúca celý rad obsahových platforiem, ktoré vzdelávajú, zabávajú a inšpirujú ľudí v rôznych jazykoch, naprieč rôznymi kultúrami a zemepisnými oblasťami. Táto startup firma sa venuje budovaniu globálnych platforiem pre tvorbu a interakcie. V súčasnosti má ByteDance portfólio aplikácií dostupných na viac ako 150 trhoch v 75 jazykoch. Ako príklad môžeme uviesť obľúbený TikTok, Helo, Vigo, Xigua Video, Douyin a Huoshan. Platformy spoločnosti majú za cieľ pomôcť ich užívateľom objavovať svetovú kreativitu, vedomosti a momenty, ktoré sú dôležité v každodennom živote a zároveň každému umožniť stať sa tvorcom priamo zo svojho smartfónu. Spoločnosť sa snaží o vybudovanie bezpečného, zdravého a pozitívneho online prostredia pre všetkých používateľov.⁵³

Deanna Ting uvádza, že startup firma ByteDance bola založená v marci 2012 Zhangom Yimingom a najznámejšia je práve pre svoje aplikácie so zábavnou hodnotou. Jej priamymi konkurentmi sú čínski technologickí giganti Alibaba, Baidu a Tencent. Tieto čínske technologické spoločnosti, vrátane ByteDance, pôsobia v druhej najväčšej svetovej ekonomike

⁵³ BYTEDANCE. About. In: LinkedIn, [online]. [cit. 2022-03-01]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/company/bytedance/about/>

a to prevažne bez veľkej konkurencie zo strany iných globálnych gigantov, ako sú Amazon, Google, či Facebook.⁵⁴

Misiou startup spoločnosti ByteDance je inšpirovať kreativitu a obohacovať život. Ako sama spoločnosť ByteDance uvádza, základy firemnej kultúry predstavujú princípy, ktoré presadzujú všetci zamestnanci. Vo firemnej kultúre a stratégii je tak isto zahrnuté, že je dôležité zvyšovať latku a čakať na väčšie zisky, hľadať najlepšie riešenia rozšírením perspektívy, ďalej sa učiť a predovšetkým rásť. Hlavné produkty tejto startup spoločnosti sú podľa informácií uvedenými samotnou spoločnosťou ByteDance nasledovné produkty:⁵⁵

- **Toutiao:** táto platforma bola jedným z prvých produktov firmy ByteDance a je najobľúbenejšou platformou pre vyhľadávanie obsahu v Číne. Používateľom ponúka jedinečný a prispôsobený komplexný obsah, ktorý im umožňuje objavovať a skúmať zaujímavé témy od športu, cez zábavu, poľnohospodárstvo až po históriu.
- **Douyin:** je to vedúca platforma pre krátke mobilné videá v Číne. Vďaka ľahko použiteľným nástrojom na vytváranie videí sa tento produkt stal veľmi obľúbenou aplikáciou v celej krajine. Aplikácia umožňuje každému zachytiť a prezentovať svetovú kreativitu, vedomosti a momenty v každodennom živote, pričom predstavuje širokú a rôznorodú škálu obsahu.
- **TikTok:** táto aplikácia je poprednou platformou pre krátke mobilné videá pre ľudí na celom svete a nie len v Číne. Poslaním tejto platformy je inšpirovať kreativitu a prinášať radosť. TikTok má pobočky po celom svete vrátane Los Angeles, New Yorku, Londýna, Paríža, Berlína, Dubaja, Bombaja, Singapuru, Jakarty, Soulu a Tokia.
- **Xigua Video:** je jednou z najobľúbenejších video aplikácií v Číne, ktorá používateľom umožňuje objavovať, vychutnávať a zdieľať širokú škálu video príbehov, ktoré môžu byť krátke, ale aj dlhé.
- **Helo:** táto platforma je poprednou regionálnou platformou pre sociálne médiá, ktorá umožňuje jej používateľom vyjadrovať sa v jazyku, ktorý si sami zvolia. Helo spája ľudí v bezpečnom online prostredí a umožňuje im sa spojiť so širšou komunitou online.

⁵⁴ TING, Deanna. Everything you need to know about ByteDance, the company behind TikTok. [online]. 2019. [cit. 2022-03-02]. Dostupné na: <https://digiday.com/media/everything-you-need-to-know-about-bytedance-the-company-behind-tiktok/>

⁵⁵ BYTEDANCE. Our Products. [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/products>

- **Lark:** je momentálne dostupný iba v Japonsku a Singapure a kombinuje množstvo základných nástrojov na spoluprácu v jednej prepojenej platforme a to vrátane chatu, kalendára, vytvárania obsahu, cloudového úložiska a správy aplikácií. Lark uľahčuje prístup k týmto nástrojom a ich vzájomnú synchronizáciu.
- **BytePlus:** poskytuje služby inteligentnej platformy poháňané špičkovým výskumom nových technológií. Riešenia tejto platformy, ako napríklad nástroje na analýzu údajov, pomáhajú podnikom dosiahnuť ich potenciál.

Spoločnosť ByteDance sa zaviazala hľadať spôsoby ako pozitívne ovplyvniť komunitu a zároveň planétu. Ich projekt TikTok For Good spustil kampane v Spojených štátoch amerických, Indii, Veľkej Británii, Japonsku, Kórei, Francúzsku, Nemecku, Mexiku a v ďalších krajinách. Nadviazali aj partnerstvo s niektorými poprednými neziskovými organizáciami, vrátane Svetového fondu na ochranu prírody, Conservation International, GiveIndia, Britskej olympijskej asociácie, Červeného kríža, Americkej spoločnosti pre prevenciu krutosti na zvieratách a ďalších iných.⁵⁶

Investormi startup spoločnosti ByteDance sú Coatue, General Atlantic, HillHouse, KKR, Sequoia Capital, SIG Asia Investment LLLP, Soft Bank Investment Advisers a Source Code Capital.⁵⁷

Spoločnosť má produkty dostupné na viac ako 150 trhoch a pobočky má v 126 mestách, vrátane Pekingu, Šanghaja, Los Angeles, Londýna, Paríža, New Yorku, Berlína, Dubaja, Bombaja, Singapuru, Jakarty, Soulu a Tokia, ako sme už spomínali v prípade TikToku. Od novembra 2019 má ByteDance viac ako 60 tisíc zamestnancov a 15 výskumných a vývojových centier po celom svete.⁵⁸

SpaceX

Podľa informácií, ktoré spoločnosť uvádza na LinkedIn, SpaceX navrhuje a spúšťa najpokročilejšie rakety a kozmické lode na svete, no tak isto ponúka aj komerčné lety na obežnú dráhu Zeme a obežnú dráhu Mesiaca. Spoločnosť bola založená v roku 2002 Elonom Muskem s cieľom priniesť revolúciu vo vesmírnej doprave s konečným cieľom vytvoriť multiplanetárny život. Spoločnosť si získala celosvetovú pozornosť vďaka sérii historických míľnikov. Je to

⁵⁶ BYTEDANCE. Our Products. [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/products>

⁵⁷ BYTEDANCE. About Us. [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/>

⁵⁸ BYTEDANCE. About Us. [online]. [cit. 2022-03-02]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/>

jediná súkromná spoločnosť, ktorej sa podarilo vrátiť sa s kozmickou loďou z nízkej obežnej dráhy Zeme a pristáť naspäť na Zemi. Prvý krát sa jej to podarilo v decembri v roku 2010 vďaka kozmickej lodi s názvom Falcon 9. Spoločnosť sa opätovne zapísala do histórie v máji v roku 2012, keď sa jej kozmická loď s názvom Dragon pripojila k Medzinárodnej vesmírnej stanici, vymenila si náklad a vrátila sa späť bezpečne na Zem, čo je veľmi technicky náročný výkon, ktorý pred tým vykonávali jedine vlády. Odvtedy Dragon už niekoľko krát doručila náklad na vesmírnu stanicu a zároveň náklad z nej naspäť na Zem, čím zabezpečuje pravidelné misie na zásobovanie nákladu pre NASA. Okrem Falcon 9 a Dragon spoločnosť vytvorila aj ďalšiu kozmickú loď s názvom Falcon Heavy, ktorá je zatiaľ najvýkonnejšou raketou s najvyššou nosnosťou na svete.⁵⁹

SpaceX aktuálne vyvíja satelitnú internetovú konšteláciu s názvom Starlink na poskytovanie komerčných internetových služieb. V januári 2020 sa Starlink stala najväčšou satelitnou konšteláciou, aká bola kedy vypustená. Vo februári v roku 2022 vypustila spoločnosť SpaceX 49 satelitov Starlink na nízku obežnú dráhu štartovacieho komplexu 39A v Kennedyho vesmírnom stredisku na Floride. Spoločnosť tak isto vyvíja plne a opakovateľne použiteľný super ťažký štartovací systém pre medziplanetárne vesmírne lety s názvom Starship, ktorý je súkromne financovaný. Starship sa má stať primárnym orbitálnym vozidlom SpaceX a po uvedení do prevádzky nahradí Falcon 9, Falcon Heavy a Dragon. Starship bude mať pri svojom debute, ktorý je naplánovaný na koniec roka 2022, najväčšiu nosnosť zo všetkých orbitálnych rakiet, ktoré boli kedy postavené a vypustené.⁶⁰

Sídlo spoločnosti SpaceX je v Hawthorne v Kalifornii a slúži ako primárny závod. Spoločnosť prevádzkuje výskumnú a hlavnú prevádzku v Redmonde vo Washingtone, vlastní testovacie miesto v Texase, Virgínii a Washingtone. Spoločnosť však bola založená v štáte Delaware.⁶¹

Podľa Mateja Gavláka vznikla táto spoločnosť pomerne kurióznym spôsobom, kedy jej zakladateľ Elon Musk predal svoj podiel v internetovom gigante PayPal a za získané peniaze sa rozhodol si postaviť vlastnú vesmírnu agentúru. Zakladateľ však nemal skúsenosti s projektmi vesmírneho charakteru. V roku 2001 sa Elon Musk rozhodol zorganizovať projekt s názvom

⁵⁹ SPACEX. Updates. [online]. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.spacex.com/updates/>

⁶⁰ SPACEX. Updates. [online]. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.spacex.com/updates/>

⁶¹ SPACEX. About. In: LinkedIn. [online]. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/company/spacex/about/>

Mars Oasis, kedy malo ísť o pokus dostať a zasadiť na Marse špeciálne upravené semenka, z ktorých by mohla v skalnatej pôde krajiny vyrásť rastlina.⁶²

Elon Musk prišiel samoštúdiom na to, že asi 85% zo zamýšľanej rakety, ktorú chcel postaviť by bol schopný vyrobiť ako súkromná osoba a zvyšok zakúpiť od vesmírnych agentúr. Nízke náklady rakety, ktorá je teraz známa pod názvom Falcon 1, sa mali zabezpečiť tak, že raketa mala byť vyrábaná z neopracovaných materiálov. Vtedy sa novo-založená spoločnosť vyhýbala obchodovaniu s vesmírnymi agentúrami a tým pádom ušetrila značné množstvo finančných prostriedkov. Podarilo sa jej to hlavne kvôli samovýrobe a viacnásobnému použitiu rakety, prípadne jej dôležitých prvkov, čo vtedy veľké vládne spoločnosti nemali vo zvyku. Po projekte Falcon 1 sa Elon Musk zameral na už spomínaný Falcon 9. Tento projekt už bol spolufinancovaný aj americkou vládou, ktorá investovala pol miliardy amerických dolárov.⁶³

Stripe

Podľa informácií, ktoré uvádza spoločnosť Stripe, ide o technologickú spoločnosť, ktorá buduje ekonomickú infraštruktúru pre internet. Milióny firiem všetkých veľkostí vo viac ako 120 krajinách sveta používajú softvér spoločnosti Stripe na prijímanie platieb a správu svojich podnikov online. Najznámejšie z nich sú spoločnosti, ako Amazon, Google, Spotify, Uber, Booking.com, National Geographic, Expedia a množstvo ďalších. Napriek tomu, že internetové obchody rastú rýchlejšie ako zvyšok ekonomiky, tak len asi 3% globálneho obchodu sa dnes odohrávajú online. Zložitosť regulácie, globálny finančný systém a nedostatok inžinierov obmedzujú vplyv internetovej ekonomiky. Odstránenie prekážok online obchodu pomáha začať viacerým novým podnikom, urýchľuje rast existujúcich spoločností a zvyšuje ekonomickú produkciu a obchod na celom svete.⁶⁴

Stripe kombinuje platobnú platformu s aplikáciami, ktoré ukladajú údaje o výnosoch do centra obchodných operácií. Podľa informácií uvedených na LinkedIn je Stripe írsko-americká spoločnosť poskytujúca finančné služby a softvér s dvojitém sídlom v San Franciscu v Spojených Štátoch a v Dubline v Írsku. Spoločnosť ponúka predovšetkým softvér na

⁶² GAVLÁK, Matej. Krátke dejiny spoločnosti SpaceX. [online]. 2017. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://kozmonautika.sk/2017/07/22/kratke-dejiny-spolocnosti-spacex/>

⁶³ GAVLÁK, Matej. Krátke dejiny spoločnosti SpaceX. [online]. 2017. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://kozmonautika.sk/2017/07/22/kratke-dejiny-spolocnosti-spacex/>

⁶⁴ STRIPE. About. [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné na: <https://stripe.com/en-at/about>

spracovanie platieb a aplikačné programové rozhrania pre webové stránky elektronického obchodu a pre mobilné aplikácie.⁶⁵

Spoločnosť založili v roku 2009 írski podnikatelia, bratia John a Patrick Collinsonovci, v Palo Alto v Kalifornii a dva roky strávili testovaním svojich služieb a vytváraním vzťahov s bankami, spoločnosťami vydávajúcimi kreditné karty a regulačnými orgánmi, aby mohli všetky úkony spojené s týmito inštitúciami riešiť za svojich zákazníkov. V roku 2011 uviedla spoločnosť svoj prvý produkt na trh v USA a v tom istom roku získala aj investície v celkovej výške 2 miliónov amerických dolárov od Elona Muska a Petra Theila, spoluzakladateľov PayPalu, írskeho podnikateľa Liama Caseyho a amerických spoločností rizikového kapitálu Andreessen Horowitz, Sequoia Capital a SV Angel. V roku 2012 sa spoločnosť presťahovala z Palo Alto do San Francisca a v marci 2013 Stripe uskutočnil svoju prvú akvizíciu aplikácie s názvom Kickoff, ktorá svojim používateľom umožňuje chatovať a zdieľať úlohy so svojimi tímami v reálnom čase. V roku 2016 predstavila spoločnosť novú nekonvenčnú službu s názvom Stripe Atlas, ktorá podnikateľom z celého sveta uľahčuje založenie obchodnej spoločnosti v USA.⁶⁶

V októbri 2021 získala spoločnosť účtovnú platformu s názvom Recko⁶⁷ a toto riešenie plánuje v roku 2022 pridať do svojho existujúceho balíka finančných nástrojov. Spoločnosť Stripe uzavrela v januári v roku 2022 päťročné partnerstvo so spoločnosťou Ford Motor Company a prostredníctvom tejto dohody bude Stripe spracovávať transakcie pre objednávky a rezervácie spotrebiteľských vozidiel. V ten istý mesiac spoločnosť nadviazala aj partnerstvo so spoločnosťou Spotify s cieľom umožniť tvorcom obsahu ponúkať platené odbery mesačného obsahu a prijímať platby v akejkoľvek mene.⁶⁸

⁶⁵ STRIPE. Products. In: LinkedIn. [online]. [cit. 2022-03-03]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/products/stripe/>

⁶⁶ COGLEY, Michael – FIELD, Matthew. How two brothers from rural Ireland built a \$115bn payments giant. [online]. [cit. 2022-03-03]. 2021. Dostupné na: <https://www.telegraph.co.uk/technology/2021/02/23/two-brothers-rural-ireland-built-115bn-payments-giant/>

⁶⁷ Recko je platforma finančných operácií pre rýchlo rastúce internetové spoločnosti.

⁶⁸ STRIPE. Newsroom. [online]. [cit. 2022-03-04]. Dostupné na: <https://stripe.com/newsroom/stories>

3.2 Prehľad úspešných startup firiem v Slovenskej republike

Paulína Kleinová uvádza ako jedny z najúspešnejších startup spoločností v Slovenskej republike, ktoré majú najväčší potenciál „dobyť svet“, nasledujúce:⁶⁹

- **Slido:** je technologická spoločnosť, ktorá bola založená Petrom Komorníkom v roku 2012. Misiou tejto startup spoločnosti je poskytnutie možnosti publiku pýtať sa otázky, alebo vyjadrovať svoje názory v reálnom čase. Medzi zákazníkov tejto spoločnosti patrí napríklad Netflix, Spotify, Booking.com, či Adobe. Spoločnosť sa snaží budovať stabilnú firmu v Slovenskej republike, rozvíjať kvalitný produkt a zároveň meniť spôsob vzdelávania ľudí. Členovia spoločnosti zorganizovali viac ako 500 miliónov úspešných podujatí, v rámci ktorých umožnili divákovi klásť obľúbeným hercom, režisérom, či scenáristom svoje otázky. Slido sa snaží pomáhať ľuďom vyťažiť zo stretnutí a podujatí maximum tým, že premostňuje priepasť medzi rečníkmi a ich publikom. Od profesionálov v oblasti internej komunikácie, cez škiteľov, vedúcich tímov, organizátorov konferencií, až po individuálnych prezentujúcich, používa Slido každý, kto chce umožniť otvorenú konverzáciu, či už na osobnom, alebo na virtuálnom živom stretnutí.
- **Gymbeam:** je startup spoločnosť, ktorá bola založená v roku 2013 Daliborom Cicmanom. Táto spoločnosť ponúka sortiment o veľkosti cez 9 tisíc produktov 125 rôznych značiek. Jedná sa o firmu, ktorá ponúka športovú výživu, zdravé potraviny, fitness oblečenie a rôzne iné príslušenstvo. Samotná spoločnosť GymBeam uvádza, že začínala s ambíciou vzdelávať ľudí v oblasti zdravia a športovej výživy. Od začiatku jej pôsobenia sa spoločnosť stala aj nutričným poradcom, trénerom, či mentorom svojich zákazníkov pri náročnej ceste za úspechom.
- **Exponea:** je slovenskou technologickou startup firmou, ktorá má za cieľ pomáhať firmám zvyšovať tržby. Spoločnosť spolupracuje s najväčšími firmami po celom svete, ako napríklad T-Mobile, Sygic, alebo Kiwi. Od roku 2016 spoločnosť získala štyri investície v celkovej hodnote 35 miliónov eur. Spoločnosť pôsobí aj vo Veľkej Británii, Moskve, Berlíne a v Prahe. Medzi zakladateľov startup spoločnosti patrí Jozef Kováč, Peter Irikovský a Ivan Chrenka, ktorí spoločnosť založili v roku 2015.

⁶⁹ KLEINOVÁ, Paulína. 7 Slovenských startupov, ktoré môžu dobyť svet a majú výborne našliapnuté. [online]. 2020. [cit. 2022-03-04]. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/7-slovenskych-startupov-ktore-mozu-dobyť-svet-a-maju-vyborne-nasliapnute/>

Exponea podľa Finstatu zvyšuje každoročne svoje tržby, ale kvôli presahujúcim nákladom sa dostáva do straty. Zakladatelia si myslia, že riešením tohto problému by mohla byť reorganizácia štruktúry.

- **MultiplexDX:** je považovaná za jednu z najinovatívnejších biotechnických spoločností, ktorá sa snaží o vytváranie revolučných technológií pre trh personalizovanej molekulárnej diagnostiky. Cieľom spoločnosti je eliminovať nesprávnu diagnózu rakoviny vytvorením presných, kvantitatívnych a cenovo dostupných diagnostických testov. Túto firmu, ako jednu z prvých, podporila finančnou pomocou Európska inovačná rada. Zakladateľom spoločnosti je Pavol Čekan a spoluzakladateľmi sú biofyzik Peter Kilián a molekulárny biológ Vladimír Wolf. Spoločnosť MultiplexDX má zastúpenie na trhoch v USA a Európe. Miesto v USA sa nachádza blízko Národného inštitútu zdravia, ako aj Úradu pre potraviny a liečivá. Spolupracovníci spoločnosti pochádzajú z najprestížnejších svetových vedeckých organizácií, vrátane National Cancer Institute, Rockefeller University, Albert Einstein College of Medicine a iných.
- **GA Drilling:** je spoločnosť, ktorá bola založená v roku 2008 a nápadom na jej založenie bolo sprístupnenie geotermálnej energie kdekoľvek. Spočiatku sa táto startup spoločnosť sústredila len na Slovenskú republiku, no neskôr sa jej technológia preslávila na ropnej plošine v Severnom mori. Ďalším plánom bolo zbúrať cenovú bariéru v hĺbkovom vŕtaní a sprístupniť ho tak všetkým, nehľadiac na finančnú situáciu. Spoločnosť preslávila predovšetkým ich disruptívna vrtná technológia, s názvom PLASMABIT, ktorú sa tímu spoločnosti podarilo vytvoriť po 11 rokoch výskumu a vývoja v centre v Slovenskej republike. Podľa informácií spoločnosti GA Drilling po rokoch výskumu a vývoja bezkontaktného plazmového vŕtania a frézovania, ako aj významných investícií do infraštruktúry, dosiahla spoločnosť pokročilú úroveň znalostí a vysokú sebestačnosť vo výrobe aj v testovaní. Podporu spoločnosť nachádza vo verejných grantových súťažiach a taktiež v priemyselných partnerstvách a súkromných investíciách.
- **Aeromobil:** je startup spoločnosť založená Štefanom Kleinom, ktorý prišiel s nápadom pozemného lietadla, respektíve lietajúceho automobilu a od roku 1990 aktívne pracoval na prvej verzii stroja s názvom Aeromobil 1.0. V roku 2017 spoločnosť predstavila najnovšiu verziu lietajúceho automobilu na svetovej

výstave Top Marques Show v Monaku a zároveň spustila objednávku na prvých 500 lietajúcich automobilov, pričom sa každý pohybuje v cenovej kategórii od 1,2 do 1,5 milióna eur.

- **GreenWay:** je startup firma, ktorá vznikla na Slovensku v roku 2011 a poskytuje službu, v rámci ktorej ponúka rozsiahly balík e-mobility, vrátane vozového parku a vymieňania batérií pre elektrické vozidlá. Spoločnosť spolupracuje s TNT, SPD, Ikeou a Slovenskou poštou. V sieti GreenWay bolo vraj nabitých už viac ako 8,89 miliónov elektrických kilometrov. Spoločnosť sa stala členom Európskej asociácie poskytovateľov nabíjacích služieb Charge Up Europe a je jediným reprezentantom tohto odvetvia v strednej a východnej Európe. Cieľom tejto startup spoločnosti je dlhodobý rozvoj ekosystému elektromobility v Poľskej a Slovenskej republike. Zároveň sa rovnako snaží zabezpečiť, aby boli špecifické podmienky krajín strednej a východnej Európy náležite zastúpené v asociácii Charge Up Europe a aby boli zohľadnené v politikách, ktoré sú tvorené na celoeurópskej úrovni v Bruseli.

Amer Owaida je toho názoru, že vybudovať firmu v Slovenskej republike, ktorá narastie do svetových rozmerov nie je ľahkým počinom a my s týmto tvrdením súhlasíme. Zakladatelia startup spoločností potrebujú v prvom rade dobrý plán, veľké ambície a hlavne veľa odhodlania. Amer Owaida pridáva medzi už uvedené najúspešnejšie startup spoločnosti v Slovenskej republike nasledujúce spoločnosti:⁷⁰

- **Pixel Federation:** je spoločnosť, ktorá je sa venuje vývoju a vydávaniu hier. Najznámejšie hry tejto spoločnosti sú napríklad TrainStation, Emporea, či Seaport. Spoločnosť všetko od vývoja hier, cez ich publikáciu a marketing vykonáva pod jednou strechou. Zakladateľmi sú manželia Šimon a Lucia Šickovci, Marián Fridrich a Filip Fischer, ktorí boli spočiatku jediní ľudia, ktorí tvorili túto startup spoločnosť, no momentálne v nej pracuje približne 200 ľudí. „*Spoločnosť v roku 2020 zvýšila zisk o 252 % na 8,285 milióna eur a tržby jej narástli o 49 % na 47,61 milióna eur.*“⁷¹

⁷⁰ OWAIDA, Amer. 3 najúspešnejšie slovenské firmy, ktoré sa presadili vo svete a začali ako startup. [online]. 2018. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/3-najuspesnejsie-slovenske-firmy-ktore-sa-presadili-vo-svete-a-zacali-ako-startup/>

⁷¹ FINSTAT. Pixel Federation, s.r.o. [online]. 2020. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://www.finstat.sk/36816388>

- **Sygie:** je slovenská startup spoločnosť, založená v roku 2004 Michalom Štenclo, ktorý v roku 2012 získal aj ocenenie Krištáľové krídlo v kategórii Hospodárstvo. V období finančnej krízy, keď sa cena navigácií znížila z 300 eur na 50 eur, prežívala spoločnosť veľmi ťažké časy, pretože týmto cenám nevedela konkurovať. Neskôr však priniesla úplne prvú navigačnú aplikáciu pre App Store a Google Play dostupnú v 30 jazykoch. Aby sa spoločnosť odlíšila od konkurencie, tak vyvinula trojrozmernú mapu s názvom Sygie Aura. V čase keď Google oznámil, že vydáva navigáciu zadarmo, firma Sygie prišla s nápadom na off-line riešenie, no začala sa orientovať aj na segment automobilových navigácií. „Spoločnosť v roku 2020 znížila zisk o 37 % na 2,601 milióna eur a tržby jej klesli o 21 % na 13,44 milióna eur.“⁷²

3.3 Prehľad úspešných startup firiem v Českej republike

Peter Brejčák uvádza, že české startupové prostredie prechádza v období posledných rokov rýchlym rozvojom a zakladatelia inovatívnych firiem dobývajú globálne trhy a získavajú obrovské investície. „Medzi najznámejšie startup spoločnosti v Českej republike patria Rohlík a Productboard. Rohlík ešte začiatkom júla 2021 prekročil hodnotu miliardy amerických dolárov a stal sa tak prvým českým startupovým jednorožcom. Rohlík je online supermarket, ktorého zakladateľom je Tomáš Čupr.“⁷³

Ondřej Holzman uvádza, že Rohlík.cz bol založený v roku 2014 a po jeho etablovaní sa na českom trhu sa postupne rozširoval aj za hranicami Českej republiky. Začal v Maďarsku, pokračoval v Rakúsku a Nemecku. Zakladateľ spoločnosti však plánuje expanziu aj do Rumunska, Talianska, Francúzska a Španielska. Rohlík.cz je internetový obchod s potravinami. Tovar je možné si zakúpiť na webe alebo prostredníctvom mobilnej aplikácie a následne si ho zákazník môže nechať dovieŕ, alebo si ho môže vyzdvihnúť na odbernom mieste. Najväčší podiel vo firme drží majiteľ Slevomatu či Dáme Jídlo, ktorým je Tomáš Čupr a vlastní 74%. Ďalších 14% vlastní investičná skupina Enem, 11% skupina Miton a zvyšné 1% je v rukách

⁷² FINSTAT. Sygie, a.s. [online]. 2020. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://finstat.sk/35892030>

⁷³ BREJČÁK, Peter. První jednorožec, historické investice a dobývání globálních trhů. Nejzajímavější České startupy hodnotí rok 2021. [online]. 2021. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://cc.cz/prvni-jednorozec-historicke-investice-a-dobyvani-globalnich-trhu-nejzajimavejsi-ceske-startupy-hodnoti-rok-2021/>

malých investorov. Konkurentmi tejto firmy sú napríklad Košík.cz a iTesco.cz. V roku 2020 dosiahla spoločnosť tržby presahujúce 300 miliónov eur.⁷⁴

Podľa Tomáša Venturu, redaktora denníka iDnes, je Productboard česká softvérová startup spoločnosť, ktorej zakladateľmi sú Hubert Palán a Daniel Hejl. Productboard vyvíja online platformu, ktorá pomáha produktovým manažérom s vývojom jednotlivých produktov vďaka čo najväčšiemu porozumeniu potrebám zákazníkov a správne nastaveniu stratégií. Firma bola založená v roku 2014 a jej sídlo je v San Franciscu, v USA. Kľúčovými investormi tejto spoločnosti sú Tiger Global Management, Index Ventures, Kleiner Perkins, Sequoia Capital, Bessemer Venture Partners, Rockaway Capital, CredoVentures a Reflex Capital.⁷⁵

Podľa Czechcrunch, ktorá sleduje české startup spoločnosti, sú zaujímavými startupmi napríklad:⁷⁶

- **Accomango:** je spoločnosť, ktorá prepája ubytovacie zariadenia pre robotníkov, s firmami, ktoré pre svojich pracovníkov hľadajú možnosti dočasného ubytovania. V ubytovniach takéhoto typu sa stále používa ceruzka a papier, pričom cieľom tejto startup spoločnosti je všetko zdigitalizovať, zjednodušiť rezerváciu pre firmy a priniesť viac zákazníkov majiteľom ubytovacích zariadení. V roku 2020 boli tržby tejto spoločnosti 2 milióny českých korún a investície získala vo výške 2,3 milióna amerických dolárov. Spoločnosť je lokalizovaná v Prahe a bola založená v roku 2020 Karelom Zhengom a Patrickom Havlíčkom. Kľúčovými investormi spoločnosti sú Kaya, Purpose Ventures, Matthis Welle, Ory Weiths, Václav Graf, Jan Krabec a Jakub Kubiš.
- **Aireen:** je startup spoločnosť pôsobiaca v prostredí zdravotníctva a umelej inteligencie. Spoločnosť odhaľuje civilizačné choroby analýzou očí. Prvým projektom je analýza snímku očného pozadia, ktorá dokáže odhaliť zmeny spôsobené cukrovkou. V roku 2020 boli tržby spoločnosti 1,5 milióna českých korún a investície činili 1 milión eur. Firma je lokalizovaná v Prahe a bola založená

⁷⁴ HOLZMAN, Ondřej. Tomáš Čupr to dokázal. Rohlík překročil hodnotu miliardy dolarů a je prvním českým startupovým jednorozcem. [online]. 2021. [cit. 05.03.2022-03-05]. Dostupné na: <https://cc.cz/tomas-cupr-to-dokazal-rohlik-prekrocil-hodnotu-miliardy-dolaru-a-je-prvnim-ceskym-startupovym-jednorozcem/>

⁷⁵ VENTURA, Tomáš. Český Productboard získal další investory, je novým kapitálovým jednorozcem. [online]. 2022. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/productboard-startup-jednorozec-kapital-investice.A220202_194713_ekoakcie_ven

⁷⁶ CZECHCRUNCH. 25 startupů, které bude v příštích letech zajímavé sledovat. [online]. 2021. [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://cc.cz/cc25/#!/aireen>

v roku 2018 Danielom Navrátilom. Kľúčovými investormi spoločnosti sú Media Channel, Tensor Ventures a Petr Kocian. Táto startup spoločnosť vznikla v spolupráci lekárov a analýzy anonymných záznamov pacientov. Spoločnosti sa podarilo získať zdravotnú certifikáciu, vďaka ktorej môže testovať v ordináciách, rovnako ako aj spolupracovať s jednou z najväčších farmaceutických skupín.

- **IP Fabric:** je spoločnosť, ktorá pôsobí v oblasti dát a infraštruktúry. Táto startup spoločnosť sa zaoberá vývojom softvéru pre komplexnú analýzu všetkých úrovní sieťovej infraštruktúry, s pomocou unikátnych algoritmov odhaľuje ich slabé miesta a vďaka štruktúrovaným dátam zjednodušuje procesy týkajúce sa sieťovej administrácie a sieťovej architektúry. Sídlo spoločnosti je v New Yorku a ústredie spoločnosti je v Prahe. Spoločnosti založili Pavel Bykov, Roman Aprias a Miroslav Hýbl v roku 2015. Tržby spoločnosti za rok 2020 boli vo výške 1,1 milióna eur a investície vo výške 4,8 milióna eur. Medzi kľúčových investorov patria Senovo, Presto ventures, Credo Ventures, O2 a Bolt. Zaujímavé je, že Pavel Bykov zakladal spoločnosť z garáže a na základe potreby, ktorú si uvedomil vo svojom predošlom pracovnom pôsobení. Softvér na prediktívnu analýzu a zabezpečenie sieťovej infraštruktúry dodáva najväčším svetovým firmám a aj vďaka investíciám presahujúcim 100 miliónov českých korún urýchľuje vývoj riešení a ďalšie škálovanie predaja po celom svete. Tejto spoločnosti sa budeme viac venovať v ďalšej časti práce pretože sme si ju vybrali pre naše skúmanie.
- **Smartlook:** je startup spoločnosť, ktorá sa zaoberá analýzou dát a pomáha firmám pochopiť správanie užívateľov na ich weboch a v ich mobilných aplikáciách. Vďaka prepojeniu nahrávacieho systému a analytických nástrojov umožňuje sledovať interakcie návštevníkov a odhaľovať tak chyby, ktoré bránia úspešnému predaju. Tržby spoločnosti za rok 2020 boli 64 miliónov českých korún a investície boli vo výške 3,8 miliónov amerických dolárov. Sídlo spoločnosti sa nachádza v Brne a založená bola v roku 2016. Zakladateľmi spoločnosti sú Petr Janošík a Ondřej Machek. Medzi kľúčových investorov patria Airbridge Equity Partners, Novira Capital a Reflex Capital. Spoločnosť má zákazníkov po celom svete, ako napríklad v Brazílii, Austrálii, či Indii.
- **Yieldigo:** je startup spoločnosť, ktorá sa taktiež zaoberá analýzou dát a prostredníctvom umelej inteligencie pomáha obchodníkom a radí im

s každodennými, ale aj strategickými rozhodnutiami a aj s tvorbou cien. Cieľom je, aby si tovar kupovalo čo najviac ľudí a zároveň aby ostávala čo najvyššia marža. Tržby spoločnosti v roku 2020 boli vyššie ako 1 milión eur a investície boli vo výške 2,4 milióna eur. Spoločnosť má sídlo v Prahe a založená bola v roku 2016. Zakladateľmi spoločnosti sú Jiří Psota, David Klečka, Radim Dudek. Kľúčovými investormi sú J&T Ventures, Alchemist Accelerator, PortfoLion Capital, Presto Ventures. Spoločnosť pomáha svojim klientom so správnym nastavovaním cien určitých produktov, prípadne aj s nastavovaním celého biznisu prostredníctvom vlastnej technológie s umelou inteligenciou.

3.4 Porovnanie legislatívy a podporných prvkov startup firiem v Slovenskej a Českej republike

Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky uvádza, že predmetom programu na podporu startupov v Slovenskej republike je *„poskytovanie poradenstva a podporných služieb zameraných na podporu a rozvíjanie záujmu o podnikanie, podporu vstupu do podnikania a rozvoja inovačných aktivít záujemcov o podnikanie. Cieľom je motivovať záujemcov o podnikanie pre vstup do podnikania a zvyšovanie atraktivity podnikania ako kariérnej voľby.“*⁷⁷ Podľa Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky sú právnym základom na poskytovanie pomoci podľa programu na podporu startup spoločností nasledovné zákony:⁷⁸

- *Zákon č. 290/2016 Z. z. o podpore malého a stredného podnikania a o zmene a doplnení zákona č. 71/2013 Z. z. o poskytovaní dotácií v pôsobnosti Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 290/2016 Z. z.“)*
- *Zákon č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 523/2004 Z. z.“),*

⁷⁷ MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. Program na podporu startupov (2017–2020) [elektronický zdroj]. 2017. s. 2. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/program_na_podporu_startupov.pdf

⁷⁸ MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. Program na podporu startupov (2017–2020) [elektronický zdroj]. 2017. s. 3. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/program_na_podporu_startupov.pdf

- *Zákon č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o účtovníctve“) - Zákon č. 357/2015 Z. z. o finančnej kontrole a audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „Zákon č. 357/2015 Z. z.“), - Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej len „Obchodný zákonník“),*
- *Zákon č. 343/2015 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov,*
- *Zákon č. 122/2013 Z. z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov,*
- *Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (zákon o slobode informácií) (ďalej len „Zákon č. 211/2000 Z. z.“).*

Program na podporu startup spoločností je podľa Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky realizovaný prostredníctvom dvoch komponentov. V prvom komponente sa program zameriava na vytvorenie priaznivého prostredia pre vznik podnikov, ktoré začínajú so svojou činnosťou a tak isto na zvýšenie záujmu fyzických osôb pre to, aby vstúpili do podnikania a to hlavne v oblasti inovácií a technológií. V tomto komponente sa program zameriava predovšetkým na poskytovanie informácií a poradenstva. Druhý komponent sa zameriava na podporu realizácie zámerov podnikateľov. *„Fyzické osoby – nepodnikatelia môžu získať podporu vo forme konzultácií a odborného poradenstva súvisiacich so spracovaním štúdie realizovateľnosti, dokončením vývoja produktu alebo zhotovením funkčného prototypu, vrátane testovania a úvodnej prezentácie, programovaním, marketingom, kampaňou na zabezpečenie testovania myšlienky a prototypu s reálnymi potenciálnymi klientmi, cenotvorbou, marketingovým prieskumom, vytváraním projektového tímu a inými súvisiacimi aktivitami.“*⁷⁹ Všetky tieto aktivity sú poskytované bez spolufinancovania žiadateľa v prípade, že nepresiahnu sumu 25 tisíc eur. Pri prekročení tejto sumy si rozdiel v nákladoch hradí žiadateľ z vlastných zdrojov.⁸⁰

⁷⁹ MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. Program na podporu startupov (2017–2020) [elektronický zdroj]. 2017. s. 4. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/program_na_podporu_startupov.pdf

⁸⁰ MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. Program na podporu startupov (2017–2020) [elektronický zdroj]. 2017. s. 6. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/program_na_podporu_startupov.pdf

Slovak Business Agency vykonáva od roku 2017 schému na podporu startup spoločností prostredníctvom iniciatívy Startup Sharks. V roku 2020 táto agentúra vyhlásila Výzvu na predkladanie žiadostí o poskytnutie podpory v rámci troch komponentov:⁸¹

- Komponent 1 slúži na úhradu nákladov spojených s účasťou startupov na domácich a medzinárodných udalostiach zameraných na inovácie, technológie a startupy.
- Komponent 2 predstavuje úhradu konzultácií a odborného poradenstva.
- Komponent 3 rieši úhradu nákladov na mesačnú stáž v svetovom startup centre.

Podstatou je podpora inovatívneho myslenia a nápadov širokej verejnosti, začínajúcich podnikateľov a tak isto aj existujúcich podnikateľov, hlavne ak ide o startup spoločnosti.

„O podporu v rámci komponentu 1 môžu zažiadať podnikatelia, ktorí túto definíciu spĺňajú podľa § 2 ods. 2 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodného zákonníka, sú založené a existujúce s územím na Slovensku, pričom spĺňajú charakteristiky mikro, malých a stredných podnikov. Ako podnikateľ je vnímaný aj štatutárny orgán, člen štatutárneho orgánu, alebo prokurista podniku. Zapojiť sa môžu aj občania Slovenskej republiky ako fyzické osoby - nepodnikatelia“⁸²

V Českej republike sa tak isto zameriavajú na ekonomický rast aj prostredníctvom startup spoločností. Podpora startup spoločností však prebieha inak ako v Slovenskej republike. Problematika startup spoločností spadá v Českej republike pod Ministerstvo priemyslu a obchodu a štátnu podporu Českej republiky v oblasti startupov je možné rozdeliť do niekoľkých skupín. Ide predovšetkým o vedecko technické parky, agentúru CzechInvest alebo Európsky investičný fond.⁸³

Vedecko-technické parky sú podľa IASP⁸⁴ veľmi špecializované priestory, ktoré hrajú kľúčovú úlohu v ekonomickom rozvoji v ich okolí a medzi ich hlavné činnosti patrí:⁸⁵

⁸¹ REMOVČÍKOVÁ, Libuša. Podpora Startupov: SBA im uhradí náklady spojené s účasťou na medzinárodných podujatiach. [online]. 2020. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/podpora-podnikania/podpora-startupov-sba-uhradi-naklady-ucast-na-medzinarodnych-podujatiach>

⁸² REMOVČÍKOVÁ, Libuša. Podpora Startupov: SBA im uhradí náklady spojené s účasťou na medzinárodných podujatiach. [online]. 2020. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/podpora-podnikania/podpora-startupov-sba-uhradi-naklady-ucast-na-medzinarodnych-podujatiach>

⁸³ MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČESKÉ REPUBLIKY. Česká republika je země start-upů a do roku 2030 chce patřit mezi inovační lídry. [online]. 2019. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/ceska-republika-je-zeme-start-upu-a-do-roku-2030-chce-patrit-mez-i-inovacni-lidry--251522/>

⁸⁴ IASP (International Association of Science Parks) je v preklade Medzinárodná asociácia vedeckých parkov.

⁸⁵ IASP. The role of STPs and areas of innovation. [online]. 2021. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.iasp.ws/our-industry/the-role-of-stps-and-areas-of-innovation>

- simulácia a riadenie toku znalostí a technológií medzi univerzitami a spoločnosťami,
- uľahčenie komunikácie medzi spoločnosťami, podnikateľmi a technickými pracovníkmi,
- poskytovanie prostredia vhodného pre tvorbu inovácií,
- uľahčenie zakladania nových podnikov.

Medzi tieto parky patrí Juhočeský vedecko technický park (JVTP). Ten bol založený v roku 2008 za účelom podpory intenzity kvality a rýchlosti šírenia inovácií a transferu technológií a hospodárskej praxe regiónov. JVTP na svojich stránkach uvádza, že poskytuje podporu spoločnostiam prostredníctvom laboratórií, kancelárií, konferenčných priestorov, alebo technologických hál. Medzi ďalšiu výpomoc môžeme zaradiť aj výpomoc so spracovaním podnikateľského plánu a dotačného poradenstva.⁸⁶

CzechInvest je agentúra na podporu podnikania a investícií a zaraďuje sa medzi príspevkové organizácie. Agentúra spadá pod Ministerstvo priemyslu a obchodu Českej republiky, pričom hlavnou činnosťou tejto agentúry je sprostredkovanie tuzemských, alebo zahraničných investícií pre české spoločnosti podnikajúce v oblasti výroby, strategických služieb a technológií. Zameriava sa na malé, stredné a začínajúce podniky s inovatívnymi produktmi. Jej pobočky je možné nájsť vo všetkých krajských mestách Českej republiky.⁸⁷

Podľa informácií DotaceEU, portálu Ministerstva pre miestny rozvoj Českej Republiky, bol Európsky investičný fond založený v roku 1994 a jeho úlohou je poskytovanie rizikových pôžičiek malým a stredným podnikom, predovšetkým novým a s technologickým zameraním. Výhodou tohto fondu je jeho ručenie voči finančným inštitúciám, ktoré startup spoločnostiam poskytujú zdroje. Väčšinový podiel má v tomto fonde Európska investičná banka a Česká republika s ním spolupracuje už od roku 2017.⁸⁸

⁸⁶ JVTP. O společnosti. [online]. 2015. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <http://www.jvtp.cz/o-nas/o-spolecnosti.html>

⁸⁷ CZECHINVEST. O nás. [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.dotaceeu.cz/cs/evropsky-investicni-fond>

⁸⁸ DOTACEEU. Evropský investiční fond (EIF). [online]. [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: [https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/e/evropsky-investicni-fond-\(eif-european-investmen](https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/e/evropsky-investicni-fond-(eif-european-investmen)

3.5 Charakteristika vybraných startup firiem

V nasledujúcej kapitole sa budeme venovať charakteristike vybraných startup firiem, konkrétne Powerful Medical a IP fabric. Tieto spoločnosti sme vybrali predovšetkým z dôvodu ich úspešnosti, ako doma, tak aj v zahraničí a vďaka ich ochote s nami komunikovať.

3.5.1 *Analýza podnikateľskej stratégie firmy Powerful Medical*

Uvedený obsah celej kapitoly bol voľne spracovaný z oficiálnej internetovej stránky firmy Powerful Medical⁸⁹ a z interných materiálov tejto firmy, ktoré sú neprístupné verejnosti.⁹⁰

Startup spoločnosť Powerful Medical predstavuje tím skúsených podnikateľov, lekárov a vývojárov, ktorí robia prelomové klinické pokroky pomocou deep tech⁹¹ a kombináciou solídnych obchodných základov so špičkovou technológiou a najnovším klinickým výskumom. Hlavný tím Powerful Medical už pred tým spolupracoval na viacerých projektoch a v tejto spoločnosti pôsobí niekoľko absolventov Oxbridge a víťazov cien, ako je napríklad Forbes 30 pod 30⁹².

V spoločnosti Powerful Medical sú presvedčení, že prechod od čisto ľudských rozhodnutí k rozhodnutiam rozšíreným o umelú inteligenciu je jedným z najdôležitejších posunov v modernej medicíne a predstavuje bod obratu, ktorý musí nastať v súčasnosti. Od 21. storočia sa klinické rozhodovanie riadi koncepciou medicíny založenej na dôkazoch, pričom usmernenia pre klinickú prax predstavujú najvyššiu úroveň kvality výskumu a dôkazov. Zahŕňajú sice diagnostické a liečebné odporúčania špecifické pre danú chorobu, no zároveň je pre lekárov ťažké držať krok s týmto pokrokom, pretože je často aktualizovaný najnovšími klinickými výskumami a relevantnými štúdiami. V Powerful Medical sa venujú budovaniu sietí v modernej medicíne a primárne sa zaoberajú vývojom nástrojov pre lekárov a poskytovateľov zdravotnej starostlivosti na efektívnu implementáciu a využitie medicínskych pokrokov v ich klinických procesoch. Ich produkt sa nazýva PMcardio a je to klinický asistent, ktorý sa zaoberá

⁸⁹ POWERFUL MEDICAL. Company. [online]. 2022. [cit. 2022-03-17]. Dostupné na: <https://www.powerfulmedical.com/company/>

⁹⁰ POWERFUL MEDICAL. 2021. [cit. 2022-03-17]. Interné materiály poskytnuté spoločnosťou, neprístupné verejnosti.

⁹¹ Deep tech sú technologicky mimoriadne pokročilé činnosti

⁹² Forbes 30 pod 30 je rebríček 30tich talentovaných Slovákov pod 30 rokov v rôznych kategóriách od biznisu po šport, ktorý každoročne zverejňuje magazín Forbes Slovensko.

interpretáciou EKG za menej ako 10 sekúnd. Jedná sa o prvú vzdelávaciu platformu na svete, ktorá je poháňaná umelou inteligenciou pre analýzu, digitalizáciu a správu pacienta EKG.

Hlavný tím spoločnosti Powerful Medical je zložený z nasledujúcich členov:

- Martin Herman, generálny riaditeľ a zakladateľ – sériový podnikateľ a programátor, ktorý sa programovaniu venuje už od svojich 15tich rokov. Pred spoločnosťou Powerful Medical založil niekoľko spoločností, vrátane startup spoločnosti Droppie v USA. Jeho neúnavná pracovná morálka a zmysel pre detail mu vyniesli viacero ocenení, ako napríklad ocenenie Forbes 30 pod 30 v kategórii Startup a technológie v roku 2021, či ocenenie Krištáľové krídlo za Inovácie a startupy, taktiež v roku 2021.
- BScMed. Róbert Herman, prevádzkový riaditeľ a zakladateľ – lekárske výskumník na Univerzite Sigmunda Freuda vo Viedni, ktorý plynule ovláda niekoľko programovacích jazykov. Róbert je odborníkom na aplikáciu inovatívneho softvéru, strojového učenia a umelej inteligencie v oblasti medicíny.
- Prof. MUDr. Róbert Hatala, PhD., hlavný vedec a zakladateľ – vedúci oddelenia arytmií v NÚSCH na Slovensku, je uznávaným elektrofyziológom s bohatým výskumným zázemím viac ako 150tich publikácií.
- MInf. Šimon Rovder, riaditeľ technológií a zakladateľ – Šimon sa špecializuje na implementáciu serverov, spracovanie veľkých dát a programovanie. V startupovej sfére sa pohybuje od svojich 18tich rokov, pôsobil vo Veľkej Británii, na Slovensku, v USA, ale aj v Microsofte v Írsku.
- Dave Cook, viceprezident predaja – vedúci zdravotnícky pracovník s viac ako 20-ročnými skúsenosťami v oblasti zdravotníckych zariadení, digitálneho zdravia a obchodného vedenia.
- Roy Ramon, predseda predstavenstva – je zakladajúci partner Zero Gravity Capital a pred tým bol partnerom spoločnosti Intel Capital a zakladateľom programu Intel Corporate Startup Program. Roy má osvedčené skúsenosti s mentorovaním startupov v počiatočných fázach ich rastu.
- Dr. Leor Perl, predseda vedeckej rady – riaditeľ inovačného laboratória v Rabin Medical Center v Izraeli. Leor je odborníkom na intervenčnú kardiológiu a inovácie zdravotníckych pomôcok. Je tiež docentom na Univerzite v Tel Avive.

- Prof. MUDr. Jozef Bartunek, PhD., člen vedeckej rady – riaditeľ kardiovaskulárneho centra v Aalste. Jozef je klinický lekár s odbornými znalosťami v oblasti intervenčnej kardiológie a srdcového zlyhávania. Je hosťujúcim profesorom na Katolíckej univerzite v Leuvene v Belgicku.
- MUDr. Štefan Adamčík, viceprezident zdravotného výskumu – Štefan, ktorý získal doktorát na univerzite v Berne, študoval aj na univerzite v Münsteri. Pred príchodom do Powerful Medical pracoval ako chirurg a výskumník v Univerzitnej nemocnici v Berne, Bazileji a Zürichu.
- MUDr. Peter Hlivák, PhD., člen vedeckej rady – prezident Slovenskej kardiologickej spoločnosti a certifikovaný špecialista pre elektrofyziológiu v European Heart Rhythm Association, zúčastnil sa aj na najväčšom európskom prieskume srdcových arytmií a srdcového zlyhania.

Obchodný model a toky príjmov

Hlavný zdroj príjmov pochádza z využívania platformy PMcardio v rámci modelu platenia za použitie. Všetky funkcie sú dostupné aj cez API⁹³, pripravené na integráciu s tretími stranami. Spoločnosť má príjmy z výskumných projektov na platforme PMcardio a prehľad balíčkov služieb pre túto platformu sa nachádza v Tabuľke 2. Powerful Medical však očakáva ďalšie príjmy z prispôbených funkcií a doplnkových modulov, ktoré stále vylepšujú na základe ich klinických výskumných štúdií. Tieto funkcie a moduly postupne implementujú do platformy PMcardio a medzi plánované moduly patrí napríklad modul manažmentu arteriálnej hypertenzie⁹⁴, alebo modul predikcie úmrtnosti na srdcové zlyhanie.

⁹³ API (Application Programming Interface) označuje v informatike rozhranie pre programovanie aplikácií.

⁹⁴ Arteriálna hypertenzia znamená vysoký krvný tlak.

Tabuľka 2 Prehľad balíčkov služieb pre platformu PMcardio

	Freemium - základný balíček	Professional - pre profesionálov		Enterprise - pre spoločnosti	
EKG / rok	10 bezplatných nahrání EKG	1 - 1 000	1 001 - 10 000	10 001 - 100 000	100 000 a viac
Cena / EKG	5€ / EKG	5€ / EKG	4.50€ / EKG	4€ / EKG	3.50€ / EKG
Moduly	2 000€ - 15 000€ / modul	Prispôsobenie ceny na mieru		Prispôsobenie ceny na mieru	
Doplňky	Balíčky	Detaily		Detaily	
	• 10 EKG = 50€	• bezplatná 60-dňová verzia		• uzavretá viacročná zmluva	
	• 50 EKG = 200€	• uzavretá zmluva		• nelimitovaný počet používateľov	
	• 100 EKG = 350€	• nelimitovaný počet používateľov		• špecializovaná zákaznícka podpora	
	Odporúčania	• zákaznícka podpora		Dodatočné zdroje príjmov	
	1 nový používateľ = 10 EKG	Dodatočné zdroje príjmov		• prispôsobené integrácie	
	Predplatné	• integrácia EMR		• dedikované servery	
	nelimitované EKG = 999€ / rok	• iné služby na mieru		• iné služby na mieru	

Prameň: vlastné spracovanie podľa POWERFUL MEDICAL. 2021. [cit. 2022-03-17]. Interné materiály poskytnuté spoločnosťou, neprístupné verejnosti.

Ostatné toky príjmov:

Integrácia API

Súprava nástrojov umelej inteligencie Powerful Medical, vrátane digitalizácie diagnostiky, triedenia, odporúčaní na liečbu a všetkých modulov je k dispozícii prostredníctvom rozhrania API s riešením telemedicíny⁹⁵, EMR⁹⁶ a lekáorskými prístrojmi.

Partnerstvo v klinickom výskume

Riešenie Powerful Medical je prispôsobiteľné pre použitie veľkými farmaceutickými spoločnosťami na zhromažďovanie relevantných dôkazov počas klinických skúšok a monitorovanie skupín pacientov z hľadiska zmien zdravotného stavu. Digitalizačná technológia spoločnosti navyše otvára možnosti tréningu umelej inteligencie na zriedkavých prípadoch pacientov, ktoré sú uložené iba v papierových archívoch. Prispôsobenie platformy a funkcií platformy PMcardio začína na cene 350 tisíc eur.

Dáta, IP⁹⁷ a partneri

Postupom času spoločnosť zhromažďuje množstvo štruktúrovaných údajov, vrátane výsledkov pacientov. To spoločnosti umožňuje neustále zlepšovanie umelej inteligencie a hľadanie nových prelomov v rámci medicíny, zároveň jej to umožňuje patentovať všetky jej technológie, metodológie a návrhy. Spoločnosť predpokladá aj predajný potenciál jej IP. Konkurenti Powerful Medical sa primárne zameriavajú buď len na hardvér, diagnostiku, alebo na manažment pacientov. Nositeľné zariadenia ako sú Apple Watch a Fitbit je možné považovať

⁹⁵ Telemedicina je spôsob liečby pacienta na diaľku, napríklad prostredníctvom video-konzultácií.

⁹⁶ EMR (Electronic Medical Record) je elektronický zdravotný záznam pacienta.

⁹⁷ IP (Intellectual Property) sú mechanizmy, ktoré pomáhajú vývojárom mobilných aplikácií a vydavateľom generovať vyšší príjem z ich výtvorov.

za skríningové nástroje, ale nie za klinické nástroje, pretože produkujú iba 1-zvodové EKG, ktoré nie je klinicky relevantné pre diagnostiku. Powerful Medical je jediná spoločnosť, ktorá kombinuje pokrokové diagnostické algoritmy z lekárskeho vstupov 12-zvodových EKG s personalizovanými liečebnými plánmi, ktoré dodržiavajú najnovšie klinické usmernenia. Platforma PMcardio je navyše pripravená prispôbiť výstupy výskumu z prebiehajúcich výskumných projektov ako samostatné moduly, čo spoločnosti dáva značnú konkurenčnú výhodu počas implementácie, certifikácie a škálovania v reálnom čase.

Finančný stav spoločnosti Powerful Medical

Powerful Medical má na začiatku roku 2022 48 zamestnancov a kancelárie v Bratislave, v Belgicku a v Tel Avive. Spoločnosť uzatvorila zmluvy na základe licencovaných obchodných modelov a modelu platenia za použitie so zdravotnými poisťovňami Dôvera a Union a s poskytovateľom prvej pomoci Záchranou zdravotnou službou Bratislava pre PMcardio. Okrem toho spoločnosť uzatvorila dohodu za účelom dlhodobej spolupráce s Mayo Clinic v USA pre speňaženú pilotnú verziu ich API s celkovou hodnotou zmluvy 150 tisíc eur. Prebiehajú aj zmluvné rokovania s organizáciami manažmentu nemocníc Calit a Lueamit v Izraeli, Ribera Salud v Španielsku a s ďalšími, vrátane najväčšieho španielskeho poskytovateľa telemedicíny Atrys Health a izraelskej klinickej siete FEMI, čaká sa však na schválenie regulačným orgánom. Celková plánovaná ročná zmluvná hodnota z týchto príležitostí je 3 milióny eur. Powerful Medical bola ako spoločnosť oslovená aj veľkými farmaceutickými spoločnosťami Pfizer a Boehringer Ingelheim, kvôli spolupráci v oblasti srdcových liekov. Zároveň bola oslovená aj výrobcom zdravotníckych pomôcok General Electric pre integráciu PMcardio do EKG prístrojov a zariadení na digitalizáciu EKG údajov, ktoré spoločnosť General Electric vyrába. Podľa spoločnosti Powerful Medical je plánovaný výnos na rok 2022 vo výške 4 miliónov eur a na rok 2023 vo výške 12 miliónov eur, pričom plánovaný rozpočet nákladov na rok 2022 je vo výške 5 miliónov eur.

3.5.2 Analýza podnikateľskej stratégie firmy IP Fabric

Uvedený obsah celej kapitoly bol voľne spracovaný z oficiálnej internetovej stránky firmy IP Fabric⁹⁸ a z interných materiálov tejto firmy, ktoré sú neprístupné verejnosti.⁹⁹

⁹⁸ IP FABRIC, About Us. [online]. 2022. [cit. 2022-03-17]. Dostupné na: <https://ipfabric.io/company/about-us/>

⁹⁹ IP FABRIC. 2022. [cit. 2022-03-17]. Interné materiály poskytnuté spoločnosťou, neprístupné verejnosti.

IP Fabric je technologická spoločnosť, ktorá vyvíja prvotriedny softvér sieťovej inteligencie. Jedná sa o platformu sieťovej analýzy pre prostredia viacerých dodávateľov, ktorá automatizuje zisťovanie siete na úrovni protokolu, audit zabezpečenia siete a dokumentáciu siete. Táto platforma automatizuje zber údajov sieťovej infraštruktúry a poskytuje preddefinované overenia, ktoré zvyrazňujú nezrovnalosti, nesprávne konfigurácie a problémy v rámci podnikových sietí. Ako o sebe firma tvrdí, jej platforma je „švajčiarskym nožom“ pre sieťových inžinierov a pomáha spoločnostiam umožniť ich sieťovým inžinierom objavovať, overovať a dokumentovať ich rozsiahle podnikové siete v priebehu niekoľkých minút, čo zabezpečuje lepšiu dostupnosť a agilnosť sietí týchto spoločností.

Spoločnosť založili Pavel Bykov, Roman Aprias a Miroslav Hybl v roku 2015 s cieľom vyvíjať riešenia viditeľnosti a analýzy sieťovej infraštruktúry, aby pomohla podnikovým sieťovým a bezpečnostným tímom so zabezpečením a automatizáciou siete v heterogénnych prostrediach s viacerými doménami. Od hĺbkového zisťovania, cez grafovú virtualizáciu, až po prechádzania kompletnou sieťovou históriou. IP Fabric tak umožňuje s istotou nahradiť manuálne úlohy potrebné na zvládnutie rastúcej zložitosti siete poháňanej neúnúvanou digitálnou transformáciou.

Sídlo spoločnosti je v New Yorku v USA a ústredie spoločnosti je v Prahe v Českej republike. Firma má na začiatku roku 2022 viac ako 50 zamestnancov, no prebieha v nej aktívny nábor nových pracovných síl a do konca roka 2023 plánuje rozšírenie na 250 zamestnancov. Jedná sa o medzinárodný tím zaniietených inžinierov s veľmi priateľskou kultúrou. V roku 2017 získala spoločnosť investíciu o veľkosti 1,3 milióna eur od fondu Credo Ventures na jej rozvoj. IP Fabric dosiahla v priebehu roka 2021 výnosy vo výške 3,1 milióna amerických dolárov, no viac výsledkov a informácií nám firma nebola ochotná sprístupniť zo svojich interných zdrojov.

3.6 Formulovanie odporúčaní na základe analýzy a výsledkov štruktúrovaného rozhovoru so zástupcami firiem Powerful Medical a IP Fabric

V nasledujúcej kapitole sa budeme zaoberať analýzou štruktúrovaných rozhovorov, ktoré sme uskutočnili s osobami pôsobiacimi v nami vybraných startup spoločnostiach. V prípade spoločnosti Powerful Medical sme rozhovor viedli s jedným zo zakladateľov spoločnosti a to s BScMed. Róbertom Hermanom a v prípade IP Fabric so zamestnancom

spoločnosti Matejom Čaplom, ktorý vo firme pôsobí ako account manager a zaoberá sa predajom produktov a získavaním nových klientov.

Rozhovor pozostával zo 16tich otázok, ktoré boli zamerané na históriu a vznik firmy, financovanie firmy, produkty firmy, vízie firmy, stanovenie priorít firmy, úspech firmy, podporné prvky využívané firmou, pohľad na príležitosti a hrozby firmy, vplyv pandémie COVID-19 na podnikateľské oblasti firmy a tak isto nás zaujímala aj vplyv súčasnej geopolitickej situácie na firmu. Obidva rozhovory boli uskutočnené v marci v roku 2022.

3.6.1 Vyhodnotenie štruktúrovaného rozhovoru so zástupcom firmy Powerful Medical

Počas rozhovoru s Róbertom Hermanom sme zistili, že k založeniu firmy ich viedlo spojenie jeho štúdia medicíny a technického zázemia jeho brata. Zameranie na kardiologické ochorenia si vybrali z toho dôvodu, že sú najčastejšou príčinou úmrtnosti ľudí a túto sféru identifikovali ako dobrý začiatok pre ich podnikanie.

Powerful Medical je v poradí tretím startupom, ktorí bratia založili a zo skúseností z predchádzajúcich spoločností už vedeli ako sa pohybovať v zmluvách, ako pristupovať k investorom v rámci negociácií, ako si vytvoriť podnikateľský plán a ako naplánovať rozpočet. Zvolili si stratégiu diferenciácie, pretože sa snažili o vytvorenie nových technológií a produktu, ktorý by bol niečím netradičný. Priority firmy ostali od jej založenia rovnaké, avšak smerovanie firmy sa počas jej pôsobenia zmenilo viackrát, pretože zakladatelia si uvedomovali, že startup spoločnosť je predovšetkým o neustálych zmenách a inováciách.

V raných fázach spoločnosti Powerful Medical bolo financovanie čisto zo súkromných zdrojov bratov Hermanovcov, ktoré mali z ich predošlých projektov. Následne spoločnosť získala zdroje od menšieho regionálneho fondu rizikového kapitálu a od anjelských investorov. Je potrebné podotknúť, že zakladatelia si nevyplácali svoje výplaty až do začiatku roka 2021 a všetky zarobené finančné prostriedky vkladali naspäť do firmy. Zakladatelia firmy si však veľmi dobre uvedomujú, že by ďalší rast firmy trval príliš dlho pri financovaní čisto zo súkromných zdrojov a tak sa stále snažia hľadať nové formy externého financovania. Koncom roka 2022 firma plánuje po prvý krát získať kapitál aj z USA.

PMcardio je aktuálne jediným a zatiaľ teda aj najúspešnejším produktom firmy, ktorý rieši digitalizáciu a analýzu EKG. Tento produkt je zameraný na všeobecných lekárov, ktorí

nemajú kardiologický tréning, pretože pri skúmaní medicínskych dát zakladatelia firmy zistili, že cesta kardiologického pacienta sa začína už pri všeobecnom lekárovi, záchranárovi, či na urgentnom príjme, kde kardiológ nemusí byť vždy k dispozícii. Víziou firmy je expanzia do predčasného skríningu pacienta, čo znamená, že by sa firma chcela dopracovať do štádia, kedy bude vedieť prostredníctvom svojich technológií predpovedať infarkt aspoň rok dopredu, vďaka čomu bude schopná pomáhať zachraňovať životy.

Akčný plán firmy je orientovaný na to, čo je potrebné komunikovať investorom a najpodstatnejším míľnikom je v súčasnej dobe expanzia do USA, pretože americký trh je najväčší v rámci predaja zdravotníckych pomôcok.

Spoločnosť považuje za zdroj svoj úspechu predovšetkým ich technologické inovácie a skutočnosť, že výskum robia lekári v spolupráci s programátormi a nie samostatne.

V prípade podporných prvkov pre startupy sme sa od Róberta Hermana dozvedeli, že je veľmi náročné, ba až utopistické sa dostať k takejto pomoci. Žiadali o rôzne eurofondy, podpory a granty, no ako sám zakladateľ uviedol, jedná sa o veľmi zdĺhavý a byrokratický proces, ktorý nemusí vždy prísť do úspešného konca.

Najväčšie príležitosti firma vidí vo svojich zamestnancoch, vo svojich partnerstvách a predovšetkým v obore, v ktorom sa pohybuje, čiže v kardiológii. Zaujímavé však je, že hrozbu vidia tak isto vo svojich zamestnancoch, pretože ako zakladateľ uviedol, čím viac ich vo firme bude, tým viac problémov sa môže vyskytnúť. Tak isto vidia hrozbu v rovnováhe medzi ich inováciami a prijateľnosťou týchto inovácií zo strany lekárov, respektíve zo strany toho, na čo sú ľudia pripravení.

Pandémia COVID-19 ovplyvnila firmu hlavne v oblasti získavania financií, pretože sa jedná o byrokratický proces, ktorý sa kvôli tejto situácii predlžil. Ďalej sa zastavil klasický prístup predaja medicínsky pomôcok, kde sa jedná o usporiadanie konferencie a prezentáciu produktu. Virtuálne konferencie majú podľa zakladateľa veľmi malú návštevnosť. Pandémia síce neovplyvnila cieľový trh firmy, mala však vplyv na zrýchlenie digitalizácie všetkého, čo v konečnom dôsledku môže spoločnosti pomôcť.

Aktuálna geopolitická situácia zatiaľ firmu neovplyvňuje, ale asi ako všetci sa obávajú vojny. Vidia však v tejto situácii aj pozitívum a to vo forme veľkého prílevu programátorov z Ukrajiny, s čím je možné očakávať aj zníženie cien za prácu programátorov, ktoré sú aktuálne podľa zakladateľa príliš vysoké.

Prepis rozhovoru prikladáme ako Prílohu A.

3.6.2 Vyhodnotenie štruktúrovaného rozhovoru so zamestnancom firmy IP Fabric

Podľa informácií od Mateja Čaplu, zamestnanca IP Fabric, bola spoločnosť založená v roku 2015 a to pre vývoj riešenia na vizualizáciu a analýzu sieťovej infraštruktúry, ktoré pomáha podnikovým sieťovým a bezpečnostným tímom so zabezpečením a automatizáciou siete.

Čo sa týka firemnej stratégie, tak pri stanovení dlhodobého cieľa si spoločnosť vždy kladie otázku kam sa chcú ako spoločnosť dostať a ich stratégia im má pomôcť odpovedať na túto otázku. Pre firmu je dôležité získať konkurenčnú výhodu, čo sa im už aj podarilo, majú vlastný a jedinečný sieťový model. Celkovým cieľom spoločnosti je dostať sa do rúk každého manažéra a inžiniera prevádzkovej infraštruktúry, aby mal každý z nich úplný prehľad o sieti. Priority spoločnosti zostávajú od jej založenia stále rovnaké.

Pre financovanie spoločnosti boli pri jej zakladaní použité vlastné zdroje zakladateľov a neskôr spoločnosť získala investície vo výške 3,5 milióna eur v prvom kole financovania, ktoré viedli spoločnosti Senovo a Presto Ventures. Momentálne je firma financovaná čisto z vlastných tržieb.

Spoločnosť má na začiatku roka 2022 viac ako 50 zamestnancov, no podľa Mateja Čaplu sú v takzvanej fáze Hypergrowth¹⁰⁰ a ich cieľom je mať 250 zamestnancov do konca roka 2023. Najúspešnejším produktom, ktorého vývojom sa firma zaoberá, je IP Fabric Network Assurance Platform. Tento produkt bol pôvodným zámerom firmy a je to aktuálne aj ich jediný produkt.

Podľa informácií, ktoré sme dostali v priebehu rozhovoru, firma neplánuje rozširovať produktové portfólio, ale skôr sa sústreďí na vývoj pôvodného produktu a na pridávanie podpory pre nové technológie, ako je napríklad cloudové úložisko, SD-N¹⁰¹, alebo IPv6¹⁰².

Firma IP Fabric mala vždy globálne ambície, ale najprv sa musela dobre etablovať na domácom trhu. Aby firma dosiahla stanovené ciele, musela sa spojiť aj so správnymi partnermi, ako napríklad O2. Práve O2 umožnilo vstup na trh a zákazníci O2 sa stali aj zákazníkmi IP Fabric. Táto spolupráca umožnila aj naštartovanie marketingu, ktorý pomohol nájsť spôsoby ako rozvíjať biznis, získať nových klientov a zároveň si ich udržať.

¹⁰⁰ Hypergrowth je fázou veľmi rýchlej expanzie, ktorú spoločnosti zažívajú pri svojom škálovaní.

¹⁰¹ SD-N je v jednoduchosti softvérová sieťová technológia.

¹⁰² IPv6 je internetový protokol novej generácie.

Základom úspechu firmy je jedinečnosť produktu, ktorý spoločnosť ponúka, inovatívnosť a orientácia na zákazníka. Jeden z najväčších zákazníkov IP Fabric sa doteraz podieľa na vývoji, takým spôsobom, že pomáha testovať a zlepšovať produkt spoločnosti IP Fabric. Táto spolupráca so zákazníkom spoločnosti umožňuje rýchlu reakciu na požiadavky ostatných zákazníkov a posúvať produkt na novú a vyššiu úroveň.

Network automation je stále viac a viac diskutovaná téma už aj v Európe a veľký počet firiem si začína uvedomovať, že potrebuje riešenia, ktoré IP Fabric ponúka.

Pandémia COVID-19 sa prejavila aj v spoločnosti IP Fabric a to hlavne v spôsobe vykonávania práce. Nebolo možné vykonávať návštevy zákazníkov osobne a zároveň ani živé podujatia, ako je napríklad CISCO live, kde v minulosti spoločnosť dokázala nazbierať najviac obchodných príležitostí. Cieľový trh spoločnosti sa však nezmenil, keďže sa jedná o softvérové riešenie.

Súčasná geopolitická situácia by nemala mať vplyv na podnikanie IP Fabric, pretože ich zameranie sa sústreďuje hlavne na oblasti Európy, Stredného východu a Severnej Ameriky.

Prepis rozhovoru prikladáme ako Prílohu B.

3.7 Zhodnotenie situácie vybraných startup spoločností

Na základe informácií, ktoré sme získali od zástupcov vybraných startup spoločností môžeme zhodnotiť nasledovné.

Spoločnosť Powerful Medical vznikla na základe predchádzajúcich skúseností so startupmi, ktoré už zakladatelia mali. Ako sa sám Róbert Herman vyjadril, už vedeli ako majú jednať pri uzatváraní zmlúv a ako sa postaviť ku negociáciám s investormi. Spoločnosť zakladali z vlastných úspor, pretože získať investície z podporných programov bolo príliš zdĺhavé, ba dokonca priam nemožné, ako sa vyjadril sám zakladateľ a je to uvedené aj v prepise rozhovoru. Spoločnosť má veľmi dobrú pozíciu, pretože sa zakladatelia spojili s lekármi a s programátormi, ktorí vyvíjajú produkt PMcardio spoločne. Vďaka tomuto produktu je možné diagnostikovať komplexný kardiologický problém pacienta, čo zatiaľ neponúka žiadna iná konkurenčná spoločnosť. Firma sa zamerala hlavne na všeobecných lekárov, záchranárov a urgentný príjem, pretože kardiológovia sú väčšinou schopní vyhodnotiť kardiologickú situáciu pacienta sami. Cesta kardiologického pacienta však začína už napríklad u všeobecného lekára, ktorý má možnosť vďaka ich produktu, problém odhaliť a liečbu pacienta tak urýchliť. Čo sme považovali za zaujímavé je to, že firma vidí svoj najväčší potenciál vo svojich zamestnancoch,

ale tak isto v nich vidí aj najsilnejšiu hrozbu, pretože čím viac zamestnancov spoločnosť bude mať, tým viac problémov môže vzniknúť. Firma plánuje svoju expanziu na americký trh, ktorý považujú za najväčší trh so zdravotníckymi pomôckami. Úspech tejto spoločnosti spočíva predovšetkým v inovácii a v jedinečnosti jej produktu. Aj napriek tomu, že pandémia COVID-2019 neovplyvnila cieľový trh spoločnosti, tak mala negatívny vplyv na túto spoločnosť a to hlavne z dôvodu, že ak firma potrebuje prezentovať svoj produkt, tak to potrebuje uskutočniť fyzicky a usporiadať na to živú konferenciu, čo v tomto období nebolo možné. Video konferencie mali vraj veľmi nízku účasť návštevníkov a nemalo teda veľký význam sa ich zúčastňovať. Pandémia však mala podľa zakladateľa aj pozitívny vplyv na urýchlenie digitalizácie a teda na všetko, čo môže v konečnom dôsledku firme v budúcnosti pomôcť. Geopolitická situácia momentálne firmu neovplyvňuje, pretože sa nezameriavajú ani na trh Ukrajiny, ani na trh Ruska. Čo sa však môže stať, okrem hrozby nukleárnej vojny, ktorej sa bohužiaľ obávame všetci je to, že nastane veľký prílev ukrajinských programátorov, čo by mohlo v konečnom dôsledku znížiť cenu za ich prácu a znížiť tak firme náklady.

Spoločnosť IP Fabric bola založená v roku 2015 s cieľom vývoja riešenia vizualizácie a analýzy sieťovej infraštruktúry, ktoré majú pomáhať podnikovým sieťovým a bezpečnostným tímom so zabezpečením a automatizáciou siete. Firme sa podarilo získať konkurenčnú výhodu, pretože majú vlastný a jedinečný sieťový model. Financovanie spoločnosti bolo v jej raných fázach z vlastných zdrojov a teda z úspor zakladateľov, tak isto ako pri spoločnosti Powerful Medical. Neskôr firma získala financie vo forme investície vo výške 3,5 milióna eur. IP Fabric má v záujme rásť a do roku 2023 má za cieľ zvýšiť počet zamestnancov z 50 na 250. Spoločnosť sa zaoberá hlavne vývojom svojho pôvodného produktu a pridávaním podpory pre nové technológie, ako je napríklad cloudové úložisko. Firma mala vždy globálne ambície, čo sa jej aj podarilo, no najprv sa musela etablovať na domácom trhu. V tom im veľmi pomohla spolupráca so spoločnosťou O2, pretože táto spolupráca umožnila naštartovanie marketingu, ktorý pomohol nájsť spôsoby ako rozvíjať biznis a ako získať nových klientov. Pandémia COVID-19 sa prejavila v spoločnosti hlavne tak, že nebolo možné vykonávať návštevy zákazníkov osobne a ani živé podujatia, ako napríklad CISCO live, kde spoločnosť získavala najviac obchodných príležitostí. Cieľový trh spoločnosti sa však nezmenil, pretože produktom spoločnosti je softvérové riešenie. Súčasná geopolitická situácia nemá aktuálne na spoločnosť vplyv, pretože jej cieľovým trhom je Európa, Stredný východ a Severná Amerika.

3.8 Návrh riešení

Po analýze podnikateľských stratégií vybraných startup spoločností, ktorými boli Powerful Medical a IP Fabric sme dospeli k názoru, že nemáme žiadne odporúčania, ani návrhy na riešenie ich súčasnej situácie. Uskutočnili sme analýzu interných materiálov spoločností, ktoré nám boli tieto spoločnosti ochotné sprístupniť, ďalej sme uskutočnili analýzu materiálov, ktoré sú verejne prístupné na internete a taktiež sme uskutočnili štruktúrované rozhovory so zástupcami týchto spoločností. Prišli sme na to, že obe spoločnosti sú jedinečné, majú jedinečný produkt, s ktorým na trh neprišiel nikto iný, majú svoju víziu, vedia ako postupovať, majú bohaté skúsenosti v praxi a vo vytváraní startup firiem. Majú svoj plán kam chcú expandovať, vedia ako by mohli postupovať v situáciách, ktoré sa môžu vyskytnúť v priebehu nadchádzajúcich rokov a uvedomujú si svoje hrozby, ako aj svoje príležitosti. Obe spoločnosti sa venujú sa inováciám a sú schopné prispôbovať sa novým podmienkam, ktoré priniesla pandémia COVID-19, tak isto súčasná geopolitická situácia a tak isto rýchle napredovanie inovácií v oblasti ich pôsobenia.

Je však potrebné poznamenať, že pri výbere spoločností sme mali šťastie na naozaj úspešné spoločnosti, ktoré boli schopné si vytvoriť zázemie aj v zahraničí. Ak by sme však vyhodnocovali napríklad iba čisto slovenské startupy, ktoré potrebujú vytvorenie podmienok podpory zo strany štátu a zároveň sa boria aj s vnútornými problémami, tak by vyhodnotenie vyznelo podľa všetkého inak.

Čo sa týka podpory startupov, tak v porovnaní napríklad s Nemeckom, ktoré dlhodobo patrí k lídrom technologických inovácií a má priaznivo nastavené podnikateľské prostredie, je Slovenská republika ešte v pomerne ranom štádiu a startupový ekosystém je relatívne málo rozvinutý. Ako aj predstavitelia vybraných startup spoločností spomenuli v rozhovoroch, ktoré sme pripojili do príloh, podpora štátu funguje na veľmi slabej úrovni. Financovanie išlo predovšetkým z ich vlastných a súkromných zdrojov, pretože získať finančné zdroje a celkovo podporu od štátu je veľmi zdĺhavý byrokratický proces s neistým výsledkom. Dokonca aj SBA je názoru, že: *„Medzi opatreniami na podporu inovatívneho aj tradičného podnikania by nemalo chýbať vytvorenie stabilnejšieho legislatívneho prostredia, odstránenia neopodstatnených bariér pri začatí podnikania, či systematického odstraňovania administratívnych a regulačných bariér. Skrátka, podnikateľské prostredie by malo byť nastavené tak, aby zakladanie a rast startupov, ako aj firiem vo všeobecnosti, podporovalo a*

nevytváralo im pri podnikaní zbytočné administratívne a regulačné prekážky. “¹⁰³ Nemecko a predovšetkým jeho hlavné mesto Berlín totižto patrí medzi popredné startupové a inovačné centrá v Európe. Nemecká vláda si tento potenciál veľmi dobre uvedomuje a vypracovala aj stratégiu pre napredovanie nemeckej spoločnosti založenej na inováciách s názvom Digitálna agenda, ktorá má podporiť rozšírenie pokrytia internetovej infraštruktúry s vysokou rýchlosťou, zvýšiť bezpečnosť IT a zabezpečiť čo najjednoduchší vstup nových podnikov, vrátane startupov, na trh.¹⁰⁴

¹⁰³ SLOVAK BUSINESS AGENCY. Analýza startupov na Slovensku [elektronický zdroj]. 2018. s. 81. [cit. 2022-06-07]. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/5_analyza_start-upov_na_slovensku.pdf

¹⁰⁴ BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND KLIMASCHUTZ. Digitale Agenda. [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné na: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Digitale-Welt/digitale-agenda.html>

Záver

Podnikanie je vo všeobecnosti veľmi náročnou a komplexnou činnosťou, popri ktorej musí podnikateľ čeliť veľkému množstvu rôznych prekážok, aby sa mu podarilo uspieť. Podnikateľ musí pre firmu zvoliť správny podnikateľský model, vytvoriť produkt, o ktorý budú mať spotrebitelia záujem, stanoviť vhodné ciele a plán pre firmu, no predovšetkým musí zvoliť vhodné stratégie pre dosiahnutie stanovených cieľov a plánu firmy. Okrem toho je veľmi dôležité, aby sledoval aj trendy, ktoré môžu ovplyvniť jeho podnikanie a musí byť teda schopný patrične a efektívne na tieto trendy reagovať. S príchodom internetu a s oveľa dostupnejšími komunikačnými technológiami nastal aj nárast využívania virtuálneho prostredia, čím sa zvýšil celosvetový dopyt a ponuka. Tento nárast spôsobil, že je na firmy vytváraný stále väčší tlak na zavádzanie inovácií, aby si udržali svoju konkurencieschopnosť. Vďaka tomu sa však otvorili dvere pre vznik veľkého počtu startupov, ktoré sú založené práve na inovatívnych nápadoch.

Založenie startupu a následná transformácia na úspešnú etablovanú spoločnosť sú však omnoho zložitejšie ako je tomu pri bežnej forme podnikania. Veľkému počtu startupov sa nepodariť uspieť aj napriek tomu, že možno majú inovatívny nápad na produkt, no nepodariť sa im presvedčiť investorov a potenciálnych zákazníkov. Z veľkej časti je to spôsobené práve tým, že zakladatelia týchto startupov venujú na jednej strane veľké množstvo času vývoju svojich produktov, no na druhej strane nemajú takmer žiadne skúsenosti s podnikaním, ani s prezentovaním svojho produktu. Predovšetkým však nemajú skúsenosti s formuláciou a následnou implementáciou podnikateľskej stratégie, vďaka ktorej by boli ich startupy schopné dosiahnuť svoje stanovené ciele a úspech, po ktorom túžia.

V prvej kapitole záverečnej práce sme sa zaoberali teoretickými východiskami startup spoločností, históriou vzniku startup spoločností a kategorizáciou startup spoločností. Zamerali sme sa aj na rozdiely startupov v porovnaní s klasickými firmami, pokúsili sme sa definovať, kedy startup prestáva byť startupom a zamerali sme sa aj na podnikateľskú stratégiu startup spoločností, ktorá vychádza z ich životného a finančného cyklu. Na záver kapitoly sme priblížili medzinárodné podnikateľské prostredie pre startupy a aktuálnu situáciu startupov v Európe.

V druhej kapitole záverečnej práce sme definovali cieľ diplomovej práce. Hlavným cieľom diplomovej práce bola analýza podnikateľskej stratégie startup spoločností ako podstata ich úspešnosti. V tejto kapitole sme stanovili hypotézy, ktoré sme sa snažili v priebehu písania empirickej časti diplomovej práce potvrdiť alebo vyvrátiť. Na základe uskutočnenej analýzy môžeme konštatovať, že sa nám podarilo potvrdiť prvú hypotézu, ktorú sme si stanovili a teda,

že: Pre úspešnosť startup spoločností je dôležitý originálny a inovatívny nápad, pre produkt alebo službu, ktorý sa na trhu ešte nevyskytuje. Prehľadom najúspešnejších startup spoločností vo svete, v Slovenskej a v Českej republike sa nám podarilo potvrdiť aj druhú hypotézu a teda, že: Najúspešnejšie startup spoločnosti sú technologické spoločnosti, ktoré pôsobia v oblasti softvéru a aplikácií v internetovom prostredí. Na základe výsledkov uskutočnených rozhovorov sme potvrdili aj tretiu hypotézu, ktorú sme si stanovili pre napísanie diplomovej práce a teda, že: Situácia, ktorú spôsobila pandémia COVID-19 mala vplyv na styk so zákazníkmi startup spoločností a na vytváranie podujatí a stretnutí, na ktorých získavali nových klientov. V tejto kapitole sme si zadefinovali aj metodiku záverečnej práce.

V tretej kapitole sme sa venovali analýze odlišností podnikateľských stratégií vybraných startup firiem, začali sme analýzou podnikateľských stratégií najúspešnejších startup firiem vo svete podľa hodnoty firmy a tri najúspešnejšie z nich sme si aj bližšie charakterizovali. Prvou bola spoločnosť ByteDance, ktorá sa venuje budovaniu a prevádzkovaniu globálnych platforiem pre tvorbu a interakcie v rôznych jazykoch, kultúrach a zemepisných oblastiach. Ďalej sme sa zamerali na spoločnosť SpaceX, ktorá navrhuje a vypúšťa najpokročilejšie kozmické lode na svete a aktuálne vyvíja aj satelitnú konšteláciu s názvom Starlink na poskytovanie komerčných internetových služieb. Treťou bola spoločnosť Stripe, ktorá buduje softvér na prijímanie platieb a správu podnikov online. Všetky z týchto troch spoločností sú technologické firmy, ktorým sa vďaka správne formulovaniu a realizácii ich podnikateľskej stratégie podarilo odlíšiť od konkurencie a uspieť.

V tejto kapitole sme sa venovali aj prehľadu úspešných startup spoločností v Slovenskej a Českej republike a taktiež aj porovnaniu legislatív a podporných prvkov pre startupy v Slovenskej a Českej republike. Najzaujímavejšou časťou tejto kapitoly však bola charakteristika vybraných startup firiem, ktorými boli Powerful Medical a IP Fabric. Spoločnosť Powerful Medical tvorí tím skúsených podnikateľov, lekárov a vývojárov. Kombináciou solídnych obchodných základov so špičkovou technológiou a najnovším klinickým výskumom robia spoločne prelomové klinické pokroky. V tejto startup spoločnosti sa zaoberajú vývojom nástrojov pre lekárov a poskytovateľov zdravotnej starostlivosti na efektívnu implementáciu a využitie medicínskych pokrokov v ich klinických procesoch. IP Fabric je spoločnosť, no vyvíja prvotriedny softvér sieťovej inteligencie a pomáha tak ostatným spoločnostiam zlepšiť dostupnosť a agilnosť ich sietí. Jedná sa o platformu sieťovej analýzy pre prostredia viacerých dodávateľov, ktorá automatizuje zisťovanie siete na úrovni protokolu, audit

zabezpečenia siete a dokumentáciu siete. Platforma firmy IP Fabric pomáha spoločnostiam na celom svete umožniť ich sieťovým inžinierom objavovať, overovať a dokumentovať rozsiahle podnikové siete v priebehu niekoľkých minút.

Pre splnenie cieľa diplomovej práce sme uskutočnili kvalitatívny výskum vo forme štruktúrovaného rozhovoru s predstaviteľmi oboch spoločností. Dospeli sme k záveru, že aj napriek tomu, že sú obe spoločnosti technologicky zamerané, tak sú jedinečné a majú unikátny produkt, s ktorým na trh neprišiel nikto iný, dostatočne sa venujú inováciám, majú svoju víziu, vedia ako postupovať a majú taktiež bohaté skúsenosti v praxi a vo vytváraní startup spoločností. Majú taktiež svoj plán kam chcú expandovať, ako postupovať v situáciách, ktoré sa môžu vyskytnúť v priebehu nasledujúcich rokov a zároveň si uvedomujú ako svoje príležitosti, tak aj svoje hrozby. Obidve spoločnosti sú tiež schopné prispôbovať sa novým podmienkam, ktoré priniesla pandémia COVID-19, či súčasná geopolitická situácia a tak isto rýchle napredovanie inovácií a trendov v oblasti ich pôsobenia. Vďaka týmto skutočnostiam sme dospeli tiež k záveru, že práve vďaka správnej formulácii a realizácii svojej podnikateľskej stratégie boli schopné vytvoriť jedinečné obchodné modely a následne produkty, ktoré ich dostatočne odlišili od konkurencie a priniesli im úspech, ktorý sa v rámci najbližších rokov ešte jednoznačne znásobí. V poslednom rade sme dospeli aj k záveru, že okrem inovatívneho riešenia problému, je pre startup firmy veľmi dôležité, aby boli schopné správne formulovať a implementovať podnikateľskú stratégiu a začínajúce startup firmy by jej teda mali venovať omnoho viac pozornosti a času, aby boli schopné dosiahnuť svoj vytúžený úspech.

Zoznam použitej literatúry

BAČÍKOVÁ, Mária - JANOVSÁ, Anna. Základy metodológie pedagogického výskumu. Košice: ŠafárikPress, 2018. 154 s. ISBN 978-80-8152-695-4.

BDEIR, Ayah. 14 Founders On What Makes a Startup. [online]. 2016. Dostupné na: https://www.forbes.com/pictures/gfmj45fihf/ayah-bdeir-founder-of-l/?fbclid=IwAR0ZToF36XhjdTFeyGNHi83ocZsPtDMK2PIOchF_cFGYxmQ1TqC27zCR8Pw&sh=2e1f367af704

BLANK, Steve. What's A Startup First Principles. [online]. 2010. Dostupné na: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>

BLANK, Steve. Make No Little Plans – Defining Scalable Startup. [online]. 2010. Dostupné na: <https://steveblank.com/2010/01/04/make-no-little-plans-%E2%80%93-defining-the-scalable-startup/>

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

BLANK, Steve. Search versus Execute. [online]. 2012. Dostupné na: <https://steveblank.com/2012/03/05/search-versus-execute/>

BLANK, Steve - DORF, Bob. The Startup Owner's Manual: The Step by Step Guide for Building a Great Company. Pescadero: K&S Ranch, Inc Publishers, 2012, 608 s. ISBN 978-0-9849993-7-8.

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

BREJČÁK, Peter. První jednorozec, historické investice a dobývání globálních trhů. Nejzajímavější České startupy hodnotí rok 2021. [online]. 2021. Dostupné na: <https://cc.cz/prvni-jednorozec-historicke-investice-a-dobyvani-globalnich-trhu-nejzajimavejsi-ceske-startupy-hodnoti-rok-2021/>

BROWN, Morgan. 5 Phases of the Startup Lifecycle: Morgan Brown on What it Takes to Grow a Startup. [online]. 2016. Dostupné na: <https://medium.com/tradecraft-traction/5-phases-of-the-startup-lifecycle-morgan-brown-on-what-it-takes-to-grow-a-startup-50b4350f9d96>

BUCHALCEVOVÁ, Zuzana. 8 tipů, kde získat peníze na rozjezd podnikání. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.podnikatel.cz/clanky/8-tipu-kde-ziskat-penize-na-rozjezd-podnikani/>

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND KLIMASCHUTZ. Digitale Agenda. [online]. Dostupné na: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Digitale-Welt/digitale-agenda.html>

BYTEDANCE. About. In: LinkedIn, [online]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/company/bytedance/about/>

BYTEDANCE. About Us. [online]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/>

BYTEDANCE. Our Products. [online]. Dostupné na: <https://www.bytedance.com/en/products>

CHEUNG, Adora. 14 Founders On What Makes a Startup. [online]. 2016. Dostupné na: https://www.forbes.com/pictures/gfmj45fihf/adora-cheung-left-cofo/?fbclid=IwAR0ZToF36XhjdTFeyGNHi83ocZsPtDMK2PIOchF_cFGYxmQ1TqC27zCR8Pw&sh=2f5e63521390

COGLEY, Michael – FIELD, Matthew. How two brothers from rural Ireland built a \$115bn payments giant. [online]. 2021. Dostupné na: <https://www.telegraph.co.uk/technology/2021/02/23/two-brothers-rural-ireland-built-115bn-payments-giant/>

CORPORATE FINANCE INSTITUTE. Venture Capitalists. [online]. Dostupné na: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/venture-capitalists/>

CZECHCRUNCH. 25 startupů, které bude v příštích letech zajímavé sledovat. [online]. 2021. Dostupné na: <https://cc.cz/cc25/#!/aireen>

CZECHINVEST. O nás. [online]. Dostupné na: <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>

CHANG Emily. GoPro CEO: Never Let Yourself Stop Being a Startup. In: Bloomberg [online]. 2015. Dostupné na: <https://www.bloomberg.com/news/videos/2015-03-10/gopro-ceo-never-let-yourself-stop-being-a-startup>

DOTACEEU. Evropský investiční fond (EIF). [online]. Dostupné na: [https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/e/evropsky-investicni-fond-\(eif-european-investmen](https://www.dotaceeu.cz/cs/ostatni/dulezite/slovník-pojmu/e/evropsky-investicni-fond-(eif-european-investmen)

FERTIK, Michael. Go International, Young Startup. [online]. 2013. Dostupné na: <https://hbr.org/2013/01/go-international-young-startup>

FINSTAT. Pixel Federation, s.r.o. [online]. 2020. Dostupné na: <https://www.finstat.sk/36816388>

FINSTAT. Sygic, a.s. [online]. 2020. Dostupné na: <https://finstat.sk/35892030>

GA DRILLING. O nás. [online]. Dostupné na: <https://www.gadrilling.com/sk/o-nas/>

GAVLÁK, Matej. Krátke dejiny spoločnosti SpaceX. [online]. 2017. Dostupné na: <https://kozmonautika.sk/2017/07/22/kratke-dejiny-spolocnosti-spacex/>

GRAHAM, Paul. Startup = Growth. [online]. 2012. Dostupné na: <http://www.paulgraham.com/growth.html>

GROMOV, Gregory. From the Gold Mines of El Dorado to the “Golden” Startups of Silicon Valley. [online]. 2013. Dostupné na: <http://silicon-valley-history.com/>

GYMBEAM. GymBeam. [online]. Dostupné na: <https://gymbeam.sk/gymbeam>

HARROCH Richard – SULLIVAN Mike. Startup Financing: 5 Key Funding Options For Your Company. [online]. 2016. Dostupné na: <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2019/12/22/startup-financing-key-options/?sh=41c72c232a84>

HAYES, Adam. Mezzanine Financing. [online]. 2022. Dostupné na: <https://www.investopedia.com/terms/m/mezzaninefinancing.asp>

- HOLZMAN, Ondřej. Tomáš Čupr to dokázal. Rohlík překročil hodnotu miliardy dolarů a je prvním českým startupovým jednorožcem. [online]. 2021. Dostupné na: <https://cc.cz/tomas-cupr-to-dokazal-rohlik-prekrocil-hodnotu-miliardy-dolaru-a-je-prvnim-ceskym-startupovym-jednorozcem/>
- IASP. The role of STPs and areas of innovation. [online]. 2021. Dostupné na: <https://www.iasp.ws/our-industry/the-role-of-stps-and-areas-of-innovation>
- IP FABRIC, About Us. [online]. 2022. Dostupné na: <https://ipfabric.io/company/about-us/>
- IP FABRIC. 2022. Interné materiály poskytnuté spoločnosťou, neprístupné verejnosti.
- JEŽKOVÁ, Renáta. Fenomén zvaný startup. Východiska, fungování, výzvy [elektronický zdroj]. 2014. 17 s. Dostupné na: https://www.sting.cz/acta/2-2014/acta2_2014_web_03.pdf
- JONEK-KOWALSKA, Izabela - WOLNIAK, Radoslaw. The Influence of Local Economic Conditions on Start-Ups Local Open Innovation Systems. [online]. 2021. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/2/110>
- JVTP. O spoločnosti. [online]. 2015. Dostupné na: <http://www.jvtp.cz/o-nas/o-spolecnosti.html>
- KLEINOVÁ, Paulína. 7 Slovenských startupov, ktoré môžu dobyť svet a majú výborne našliapnuté. [online]. 2020. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/7-slovenskych-startupov-ktore-mozu-dobyť-svet-a-maju-vyborne-nasliapnute/>
- LUMEN LEARNING. Strategic Management. [online]. Dostupné na: <https://courses.lumenlearning.com/boundless-management/chapter/strategic-management/>
- MILLER Yvette. On The Art Of Startups, With Entrepreneur Steve Blank. In: Forbes [online]. 2016. Dostupné na: <https://www.forbes.com/sites/columbiabusinessschool/2018/10/18/on-the-art-of-startups-with-steve-blank/?sh=15fd4e8d38e3>
- MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY, Koncepcia pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v Slovenskej republike. [online]. 2016. 27 s. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/pTlqvAqi.pdf>
- MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY. Program na podporu startupov (2017–2020) [elektronický zdroj]. 2017. 12 s. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/program_na_podporu_startupov.pdf
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČESKÉ REPUBLIKY. Česká republika je země start-upů a do roku 2030 chce patřit mezi inovační lidry. [online]. 2019. Dostupné na: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/ceska-republika-je-zeme-start-upu-a-do-roku-2030-chce-patrit-mezi-inovacni-lidry--251522/>
- MULTIPLXDX. Company Overview. [online]. Dostupné na: <https://www.multiplexdx.com/multiplexdx>
- NORRIS, Dan. Startup za 7 dní. Praha: Blue Vision, 2018. 136 s. ISBN 978-80-87672-66-2.
- ORESKOVIC, Alexei – SHIH, Gerry. Facebook to buy Instagram for \$1 billion. [online]. 2012. Dostupné na: <https://www.reuters.com/article/us-facebook-idUSBRE8380M820120410>
- OWAIDA, Amer. 3 najúspešnejšie slovenské firmy, ktoré sa presadili vo svete a začali ako startup. [online]. 2018. Dostupné na: <https://www.startitup.sk/3-najuspesnejsie-slovenske-firmy-ktore-sa-presadili-vo-svete-a-zacali-ako-startup/>

- POWERFUL MEDICAL. Company. [online]. 2022. Dostupné na: <https://www.powerfulmedical.com/company/>
- POWERFUL MEDICAL. 2021. Interné materiály poskytnuté spoločnosťou, neprístupné verejnosti.
- REIS, Eric. The Lean startup. New York: Random House, 2011. 320 s. ISBN 978-0-670-92160-7.
- REMOVČÍKOVÁ, Libuša. Podpora Startupov: SBA im uhradí náklady spojené s účasťou na medzinárodných podujatiach. [online]. 2020. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/podpora-podnikania/podpora-startupov-sba-uhradi-naklady-ucast-na-medzinarodnych-podujatiach>
- RÚZ. Analýza podmienok zakladania podnikov z hľadiska start-upov ako potenciálu zvýšenia zamestnanosti na Slovensku [elektronický zdroj]. 2017. 133 s. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analzy/RUZ/RUZ_Analyza_Analyza_podmienok_zakladania_podnikov_z_hladiska_start-upov_ako_potencialu_zvysenia_zamestnanosti_na_Slovensku.pdf
- ROBBINS, Peter – O’GORMAN, Colm – Huff, Anne – Moeslein, Kathrin. Multidexterity - A New Metaphor for Open Innovation. [online]. 2021. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/1/99/htm>
- SCHUMACHER-HODGE DIXON Mandela. 10 Differences Between a Small Business and a Startup. [online]. 2016. Dostupné na: <https://mandelash.medium.com/10-differences-between-a-small-business-and-a-startup-a2aad6896487>
- SHAMPO, Marc – KYLE, Robert – STEENSMA, David. William Schockley and the Transistor [online]. 2012. Dostupné na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3498287/>
- SLÁVIK, Štefan a kolektív. Podnikateľské modely a podnikateľské stratégie startupov I. Bratislava: Ekonóm, 2015. 310 s. ISBN 978-80-225-4167-1.
- SLIDO. About us. [online]. 2022. Dostupné na: <https://www.sli.do/about>
- SLOVAK BUSINESS AGENCY. Analýza startupov na Slovensku [elektronický zdroj]. 2018. 111 s. Dostupné na: http://www.sbagency.sk/sites/default/files/5_analyza_startupov_na_slovensku.pdf
- SPACEX. Updates. [online]. Dostupné na: <https://www.spacex.com/updates/>
- SPACEX. About. In: LinkedIn. [online]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/company/spacex/about/>
- SILICON VALLEY HISTORICAL ASSOCIATION. SRI International. [online]. 2008. Dostupné na: <https://www.siliconvalleyhistorical.org/sri-international-history>
- STANFORD UNIVERSITY. A History of Stanford. [online]. Dostupné na: <https://www.stanford.edu/about/history/>
- STRIPE. About. [online]. Dostupné na: <https://stripe.com/en-at/about>
- STRIPE. About. In: LinkedIn. [online]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/company/stripe/>
- STRIPE. Products. In: LinkedIn. [online]. Dostupné na: <https://www.linkedin.com/products/stripe/>

SVOBODOVÁ, Ivana - ANDERA, Michal. Od nápadu k podnikatelskému plánu: Jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti. Praha: Grada, 2017. 232 s. ISBN 978-80-271-0407-9.

TING, Deanna. Everything you need to know about ByteDance, the company behind TikTok. [online]. 2019. Dostupné na: <https://digiday.com/media/everything-you-need-to-know-about-bytedance-the-company-behind-tiktok/>

VAŇHARA, John. Startup aspoň musí růst. [online]. 2013. Dostupné na: <https://www.podnikanivusa.com/2013/11/16/startup-aspon-musi-rust/>

VENTURA, Tomáš. Český Productboard získal další investory, je novým kapitálovým jednorožcem. [online]. 2022. Dostupné na: https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/productboard-startup-jednorozec-kapital-investice.A220202_194713_ekoakcie_ven

WALLACH, Omri. The World's Biggest Startups: Top Unicorns of 2021. [online]. 2021. Dostupné na: <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-biggest-startups-top-unicorns-of-2021/>

WHEELER, Robin. The Fairchild Lunar Mapping Camera [online]. 2003. Dostupné na: <https://history.nasa.gov/afj/simbaycam/fairchild-lunar-mapping-camera.html>

WILHELM Alex. What The Hell Is A Startup Anyway? [online]. 2014. Dostupné na: <https://techcrunch.com/2014/12/30/what-the-hell-is-a-startup-anyway/>

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

Prílohy

- A. Štruktúrovaný rozhovor so zástupcom firmy Powerful Medical
- B. Štruktúrovaný rozhovor so zástupcom firmy IP Fabric